

*Р. С. Шостак,
аспірант кафедри економічної теорії, національної та прикладної економіки,
Класичний приватний університет, м. Запоріжжя*

СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

У статті систематизовано підходи до визначення сутності понять "торгівля" та "торговельна мережа", визначено передумови виникнення торговельних мереж в Україні. Розглянуто основні принципи функціонування торговельних мереж з виділенням в їх структурі трьох основних груп.

In the article were systematized approaches to determining the essence of the concepts of "trade" and "trade network". Preconditions of trade networks in Ukraine were defined. In the article were considered the basic principles of trade networks' functioning.

Ключові слова: торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, торговельне посередництво, торговельна мережа, принцип функціонування

ВСТУП

Торговельна діяльність як одна з найважливіших складових економіки України, від якої залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність, сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап посткризового розвитку. Це зумовлює високий рівень складності торговельних відносин, різноманіття організаційно-правових форм та форм власності, застосовуваних у галузі торгівлі, що може стати причиною нестабільності функціонування торговельних підприємств. У нових умовах господарювання торговельні мережі починають набувати все більшого значення, адже виступають каталізаторами прогресивних інноваційних процесів у сфері товарного обігу та сприяють швидкому розвитку регіонів і цивілізованій конкуренції.

Теоретичні та методичні аспекти розвитку торговельних мереж як найбільш ефективного шляху організації торгівлі відображено в наукових працях багатьох авторів, таких як Бланк І.О., Височин І.О., Дашкова А.П., Памбуччянц В.К., Голошубова Н.О., Платонов В.М., Пікуш Т.А., Бергер І.М., Задорожний В.К., Гончаров П.Г., Єгоров В.Ф., Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Ніколенко С.С., Федуллова Л.І., Чужкова О.Ю., Герасимчук З.В., Ковальська А.Л., Вахович І.М. Економічний аспект виникнення та розвитку мережевих організацій розглядається в роботах значної кількості західних вчених: П. Друкера, К. Кевіна, Р. Патюреля, М. Райсса, Й. Рюегг-Штюрма, Ч. Севеджа, К. Шарпіо тощо.

Відаючи належне результатам досліджень авторів, що займалися вивченням проблематики формування та розвитку торговельних мереж, слід відмітити, що підходи до визначення сутності поняття "торговельна мережа" мають відмінності та потребують змістовного узагальнення. Крім того, уточнення потребують принципи діяльності торговельних мереж як специфічних організаційних утворень в галузі торгівлі.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Все вищезазначене засвідчило високу актуальність та зумовило мету даної роботи — узагальнити підходи сучасних вітчизняних та зарубіжних авторів до тлумачення понять "торгівля" і "торговельна мережа", уточнити принципи, якими торговельні мережі мають керуватися в ході своєї діяльності. Задля досягнення поставленої мети автором використано загальнонаукові методи дослідження, такі як аналіз, синтез, узагальнення, порівняння тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ

Насамперед автор вбачає за доцільне дослідити підходи до визначення сутності "торгівлі". В своїй роботі Панура Ю.В. простежила еволюцію тлумачень поняття "торгівля" та навела кілька трактувань його сутності.

З її досліджень випливає, що ряд науковців у різні часи ототожнювали "торгівлю" з процесом товарообміну. Яскравим прибічником такого трактування сутності торгівлі є укладач енциклопедії торгівлі Саварі де Брюслон, який під "торгівлю" розуміє всякого роду міну, купівлю, продаж, всілякі обороти. Словник сучасної економічної теорії Макмілана, наголошуючи на не-

обхідності торгівлі, визначає її як обмін товарами між індивідами чи групами, що здійснюється як безпосередньо за допомогою бартеру, так і опосередковано з використанням грошей. Торгівлю з обміном в різні часи ототожнювали й інші науковці (І. Гюйо, Шер, Курсель-Сеней, П. Леруа-Больє). Радянський економіст Наровчатова С. Н. визначав торгівлю як організацію обміну предметів безпосереднього споживання на основі економічної доцільності [6, с. 68].

Згодом економісти зробили висновок, що торговельні операції від обміну відрізняє прагнення індивіда отримати прибутку. На підтвердження цієї тези Панура Ю.В. наводить визначення сутності "торгівлі", яке пропонують деякі російські економісти. Так, Ісаєв А. А. зазначає, що торгівля — це заняття купівлею та продажем товарів з метою отримання прибутку. Водночас, Туган-Барановський М.І. визначав торгівлю як перепродаж господарських предметів без істотної їх зміни з метою отримання доходу (барішу) [6, с. 68].

Наводить Панура Ю.В. і більш сучасні погляди на торгівлю. Так, згідно з економічною енциклопедією, торгівля — це форма обміну продуктами праці й послугами, історично зумовлена виникненням і розвитком товарного виробництва". Українська радянська енциклопедія визначає торгівлю як "галузь народного господарства, яка забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва в сферу споживання на основі купівлі-продажу". Безгінова Л. І. вказує на те, що "у системі галузей економіки торгівля є особливою ланкою, яка зв'язує виробників і споживачів продукції, що зумовлює відмінність торговельних підприємств від підприємств інших галузей" [6, с. 69].

Доповнити дослідження Панури Ю.В. доцільно, навівши трактування сутності торгівлі наступних науковців. Як зазначає Височин І.В., торгівлю не можна відділити від таких сфер господарювання, як оподаткування, митний контроль, захист прав споживачів, отримання різноманітних дозволів, оренда та інші операції з нерухомістю, реклама тощо [3, с. 14]. За визначенням Ніколаєвої І.Н., у загальному значенні торгівля — це організований у певній послідовності процес товарно-грошового обміну, що відбувається в часі й просторі та відображає сукупність економічних відносин із приводу обміну продуктами праці й задоволення потреб споживачів у товарах і послугах у тому вигляді, в який час і в такому місці, які відповідають їх вимогам.

У Законі України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" торгівля визначається як будь-які операції, що здійснюються за договором купівлі-продажу, міни, поставки та іншими цивільно-правовими договорами, які передбачають передачу прав власності на товари [11].

Термін "торгівля" також тлумачиться в Національному стандарті України "Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять". Відповідно до Стандарту, торгівля — це "вид економічної діяльності у сфері товарообігу і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу та надавання пов'язаних із цим послуг" [12]. Таке трактування торгівлі було покладене в основу її визначення у Порядку провадження торговельної діяльності та правилах торговельного обслуговування населення [3, с. 18].

Таблиця 1. Систематизація підходів до визначення поняття "торговельна мережа"

Підхід	Ознака	Джерело	Визначення
Структурний підхід сукупність торговельних підприємств	спільність підприємств на основі єдності виконуваних операцій	Дашкова Л.П., Памбухчиця В.К.	сукупність торговельних підприємств
		Бланк І.О.	сукупність пунктів продажу, розташованих на певній території
		Голошубова Н.О., Платонов В.М.	різні види об'єктів торгівлі
		Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л., Вахович І.М.	сукупність пунктів роздрібного продажу товарів
		Академічний тлумачний словник	сукупність стаціонарних, напівстаціонарних та пересувних торговельних об'єктів, аптек для організації роздрібного продажу товарів, пунктів дистанційного продажу товарів, пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, не пов'язаних із виробництвом цих товарів
Територіальний підхід сукупність торговельних підприємств певного регіону незалежно від форм власності, організаційно-правових форм, типів торговельних закладів та інших характеристик	спільність територіального розташування об'єктів торгівлі	Наказ ДКСУ «Про затвердження Інструкції...»**]	сукупність об'єктів (закладів) роздрібної торгівлі, розміщеної на визначеній території (місто, селище тощо)
		Бергер І.М.	сукупність роздрібних підприємств, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею
		Сторов В.Ф.	сукупність підприємств роздрібної торгівлі, розміщених в межах конкретної території
		Пігунов О.В., Вишліський Г.П.	сукупність торговельних підприємств (магазинів та інших пунктів продажу товарів), розташованих на певній території (місто, село, населений пункт) для організації продажу товарів та обслуговування населення
		Апопій В.В., Міщук І.П., Ребиський В.М.	Загальна сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою
		Гончаров П.Г.	сукупність торговельних одиниць, розташованих на певній території
		Закон України «Про внутрішню торгівлю»	сукупність двох і більше торговельних об'єктів, які знаходяться під загальним управлінням, чи сукупність двох і більше торговельних об'єктів, які використовуються під єдиною комерційною назвою чи в інший спосіб індивідуалізації
		Корольков І.І., Маркевичем І.С., Пікуш Т.А.	система ланцюгових магазинів – багато філіальних торговельних компаній з розгалуженою мережею однотипних підприємств з однаковим зовнішнім оформленням та інтер'єром і однаковими методами торгівлі.
		Селотін В.М., Севериненко Н.М., Кавун О.О., Бульба С.А.	сукупність однотипних магазинів, інтер'єром та однаковими методами торгівлі, яка створена з метою підвищення ефективності діяльності торговельної компанії
		Ніколенко С.С.	сукупність однотипних торговельних об'єктів (або бізнес-одиниць), які мають єдиний центр управління, спільні зовнішні та функціональні характеристики, параметри торговельного процесу та бізнес-технології з метою підвищення ефективності торговельного бізнесу
Ланцюговий підхід ланцюги магазинів, магазини, що пов'язані в одну систему організаційними, економічними, фінансовими та технологічними зв'язками з метою підвищення ефективності діяльності	наявність тісних зв'язків, однотипність, спільність методів, єдина мета	Федулова Л.І.	система довгострокових коопераційних взаємодій формально незалежних суб'єктів господарювання, заснована на спільному використанні ресурсів, особливий системі цінностей й організаційно-управлінських взаємодій. Згідно такого тлумачення приналежність суб'єкта господарювання до будь-якої підприємницької мережі, в тому числі торговельної, не залежить від території його розташування, а зумовлюється, в першу чергу, наявністю сталих зв'язків з іншими елементами мережі
		Чужкова О.Ю.	працюють під єдиною торговою маркою
		Чкалова О.В.	сукупність фірм або спеціалізованих одиниць, діяльність яких координується ринковими механізмами, системою замовлень на постачання продукції та розвитком гнучких взаємодій з іншими фірмами на основі використання сучасних інформаційних технологій
		Масленников В.	сукупність стаціонарних, напівстаціонарних та пересувних торговельних об'єктів, аптек для організації роздрібного продажу товарів, пунктів дистанційного продажу товарів, пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, між якими мають існувати внутрішні організаційні зв'язки, призначенням яких є максимальне задоволення потреб споживачів
			добровільне об'єднання, утворене торговельними підприємствами, що зберігають свою самостійність та права юридичної особи, для координації підприємницької діяльності, представлення та захисту спільних комерційних інтересів
		стратегічний союз, що налічує дві та більше компаній, які комбінують ресурси для розвитку найбільш вигідних напрямків підприємницької діяльності	

** [10].

Ряд авторів замість терміна "торгівля" використовують інший термін "торговецьке посередництво". За визначенням Павлика А.Ф. та Войчака А.В., "торговецьке посередництво" — це виконання спеціалізованими підприємствами, організаціями чи окремими особами спеціальних функцій для сприяння налагодженню комерційних взаємовідносин виробників і споживачів товарного ринку [8, с. 287].

У працях Осипової Л.В., Синяєвої І.М. торговецьке посередництво характеризується як посередницька діяльність задля отримання прибутку, задоволення попиту та забезпечення процесів купівлі-продажу товарів. З цієї точки зору посередництво виступає особливим видом підприємницької діяльності на ринку товарів та послуг [8, с. 285].

Таким чином, підсумовуючи вищезазначене та зважаючи на той факт, що торгівля є одним з видів підприємницької діяльності, а отже, й носієм її основних властивостей, автор вважає за доцільне навести власне бачення сутності поняття торгівлі як ініціативної, систематичної, самостійної, на власний ризик та під свою майнову відповідальність, діяльності юридичних осіб і громадян в сфері обігу товарів і просування їх від виробника до споживача у формі купівлі-продажу, міни або постачання з метою отримання прибутку.

Останнім часом середовище, в якому доводиться функціонувати сучасним підприємницьким структурам, динамічно трансформується, що висуває нові вимоги до них та викликає появу нових організаційних форм, якими в торговецькій діяльності стали торговецькі мережі.

Антонюк Г.Я. серед передумов ефективного функціонування мережевої моделі розвитку економіки наводить такі чинники:

- 1) наявність зв'язку між усіма елементами мережі з максимальною швидкістю і мінімальними затратами часу і капіталу;
- 2) зростання цінності мережі прямопропорційно зростанню числу її учасників;
- 3) збільшення віддачі, яке створюється всією мережею і розподіляється між усіма її учасниками.

Ідеї мережевої економіки набувають все більшої популярності як серед зарубіжних, так і вітчизняних науковців. З-поміж переваг мереж фахівці зазначають можливість отримання послуг, які виходять за межі сфери діяльності окремого підприємства; підвищення ефективності та гнучкості підприємств за рахунок розширення спеціалізації; отримання переваг від масштабу за збереження плюсів малого і середнього бізнесу; встановлення довгострокових зв'язків між виробником і споживачем; можливість трансферу знань і технологій із суміжних сфер діяльності; стабільність розвитку, поліпшення підприємницького клімату в регіоні за рахунок узгодженого впливу на місцеву та державну економічну політику.

Крім вказаних переваг, було б доцільним зазначити в якості переваг мережевих структур мінімізацію транзакційних витрат, розвиток інфраструктури, поширення інновацій, підвищення кваліфікації трудових ресурсів.

У табл. 1 наведено систематизацію підходів авторів до визначення сутності поняття "торговецька мережа".

Щодо визначення сутності поняття "торговецька мережа", то найбільш загальними є його тлумачення такими авторами, як Бланк І.О., Дашкова Л.П., Памбухчинц В.К., Голошубова Н.О., Платонов В.М. Наприклад, за визначенням Бланка І.О. торговецька мережа є сукупність пунктів продажу. Дашкова Л.П., Памбухчинц В.К. визначили торговецьку мережу як сукупність торговецьких підприємств, Голошубова Н.О. — як різні види об'єктів торгівлі. Платонов В.М. трактує роздрібну торговецьку мережу як сукупність пунктів роздрібногo продажу товарів [14, с. 38]. У цих визначеннях фігурують об'єкти, які формують мережу (суб'єкти торговецької діяльності, торгові підприємства тощо), але не конкретизуються ознаки, за якими кожне конкретне підприємство може відноситись до торговецької мережі.

Згідно академічного тлумачного словника мережею є сукупність однорідних закладів, підприємств і т. ін., розташованих на певній території. Це ж джерело дає визначення торговецької мережі як сукупності магазинів, рундуків, палаток і т. ін. у якійсь місцевості, у якомусь районі [1]. Виходячи з цього погляду на складу торговецької мережі, торговецькі підприємства до її складу відносять винятково за ознакою їх місця розташування, не дивлячись на наявність або відсутність зв'язків між ними.

Такому трактуванню повною мірою відповідає визначення торгової мережі (стосовно мережі роздрібногo торгівлі) як сукупності об'єктів (закладів) роздрібногo торгівлі, розміщеної на визначеній території (місто, селище тощо), наведене в Наказі Державного комітету статистики України "Про затвердження

Інструкцій щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства" [10].

Натомість в альтернативній редакції Закону України "Про внутрішню торгівлю" зазначено, що торговецька мережа — це сукупність двох і більше торгових об'єктів, які знаходяться під загальною управлінням, чи сукупність двох і більше торгових об'єктів, які використовуються під єдиною комерційною назвою чи в інший спосіб індивідуалізації [9].

Таким чином, не можна не погодитись з Пікушем Т.А., який стверджує, що на сьогоднішній день існують декілька значень терміна "торговецька мережа". Одне з таких значень є більш широким і визначає торговецьку мережу як усю сукупність торговецьких підприємств певного регіону, незалежно від власників, організаційно-правової форми підприємств, типу торговецьких фірм та інших характеристик [7, с. 243].

Яскравими представниками такого підходу є Бергер І.М., Задорожний В.К., Гончаров П.Г., Єгоров В.Ф. Так, Бергер І.М. стосовно поняття "роздрібна торговецька мережа" дав таке визначення: сукупність роздрібних підприємств, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею. Аполій В.В., Мішук І.П., Ребицький В.М. наводять таке визначення роздрібногo торговецької мережі: загальна сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібногo продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою. Схоже трактування роздрібногo торговецької мережі дав Єгоров В.Ф. В своїх наукових працях Гончаров П.Г. також говорить про торговецьку мережу як про сукупність торговецьких підприємств, розташованих на певній території [14, с. 38].

З іншого боку, поняття "торговецька мережа" використовується й у більш вузькому значенні, яким є її трактування як мережі магазинів, ланцюгів магазинів, магазинів, які управляються одним власником (групою власників), що пов'язані в одну систему організаційними, економічними, фінансовими та технологічними зв'язками, з метою підвищення ефективності діяльності.

Дотримуються цього підходу такі автори, як Бульба С.А., Ніколенко С.С., Федулова Л.І., Чужкова О.Ю. Наприклад, Бульба С.А. зазначає, що поняття "торговецька мережа", поряд з такими поняттями, як "холдинг", "концерн", "корпорація", "конгломерат", у наукових працях вживається як синонімічне до поняття "підприємницька мережа", яке з врахуванням галузевої специфіки допускає використання і загальної назви — "інтегровані корпоративні структури" [2, с. 78].

Цей автор наводить наступне визначення підприємницької мережі — система довгострокових кооперативних взаємодій формально незалежних суб'єктів господарювання, заснована на спільному використанні ресурсів, особливій системі цінностей й організаційно-управлінських взаємодій. Згідно такого тлумачення приналежність суб'єкта господарювання до будь-якої підприємницької мережі, в тому числі торговецької, не залежить від території його розташування, а зумовлюється, в першу чергу, наявністю сталих зв'язків з іншими елементами мережі [2, с. 81].

Ніколенко С.С. також використовує поняття "торговецька мережа" як синонім поняття "інтегровані корпоративні структури в торгівлі" [5, с. 94]. В його роботах наряду з поняттям "торговецька мережа" як синонім використовується поняття "торгова сіть", яке подається у наступному трактуванні: сукупність торгових об'єктів, що керуються з єдиного центру та використовують однакові або схожі торгові формати і працюють під єдиною торговою маркою [5, с. 96]. В даному тлумаченні увага зосереджена саме на однорідності ланок сіті та наявності єдиної системи управління.

Федулова Л.І. говорить про просування в межах інтегративних процесів до нового типу структури — мережевих організацій, які являють собою сукупність фірм або спеціалізованих одиниць, діяльність яких координується ринковими механізмами, системою замовлень на постачання продукції та розвитком гнучких взаємодій з іншими фірмами на основі використання сучасних інформаційних технологій [13, с. 11].

Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л., Вахович І.М. стверджують, що торговецькою мережею є сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, та пересувних торговецьких об'єктів, аптек для організації роздрібногo продажу товарів, пунктів дистанційногo продажу товарів, пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, не пов'язаних із виробництвом цих товарів. Чужкова О.Ю. уточнила дане визначення, вказавши, що між зазначеними об'єктами мають існувати внутрішні організаційні зв'язки, призначенням яких є максимальне задоволення потреб споживачів [14, с. 38].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що в сучасних трактуваннях поняття "торговельна мережа" існують певні відмінності. З огляду на це, автор пропонує розмежувати два основних підходи до трактування сутності торговельної мережі, які можуть застосовуватися в кожному окремо взятому випадку:

- перший визначає її як сукупність усіх, але розташованих на одній визначеній території суб'єктів господарювання, що займаються торговельною діяльністю, є неоднорідними за своїми розмірами, не мають єдиного власника, а отже, і єдиного центру управління, єдиної торговельної марки та можуть застосовувати в своїй діяльності різні торгові формати;

- другий свідчить, що торговельною мережею є об'єднання з метою досягнення визначених цілей торговельних об'єктів, що характеризується спільністю фінансово-економічних інтересів учасників, застосуванням у ході діяльності однакових або схожих торговельних форматів, наявністю єдиного центру управління та можливим використанням єдиної торговельної марки.

У нашому подальшому дослідженні ми будемо користуватися другим з вищенаведених трактувань.

Щодо принципів діяльності торговельних мереж, то їх можна згрупувати наступним чином.

1 група — Загальні принципи господарювання України, регламентовані Господарським кодексом України:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою всіх суб'єктів господарювання;
- свобода підприємницької діяльності в межах, визначених законом;
- вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;

- обмеження державного регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, економічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

- захист національного товаровиробника;
- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини [4].

2 група — Принципи торговельної діяльності:

- суворе дотримання чинного законодавства;
- свобода ціноутворення;
- забезпечення високої культури обслуговування покупців;

- саморегулювання процесів поставки і купівлі-продажу товарів;
- прийняття ефективних комерційних рішень;
- економічна свобода та рівноправність торговельних партнерів;

- суворе матеріальна та фінансова відповідальність сторін за виконання прийнятих зобов'язань;
- обгрунтованість планів різних рівнів з врахуванням реальних показників економічного та соціального розвитку;
- спроможність вміло управляти фінансами;
- максимально повне врахування інтересів і дій інших суб'єктів ринку, що необхідно з точки зору етики поведінки торговельних мереж для досягнення поставлених ними стратегічних цілей;

- вміння передбачати ризики господарської діяльності та враховувати їх наслідки;
- націленість на досягнення кінцевого результату — прибутку;
- виявлення особистої ініціативи, що необхідно для формування ділових якостей;
- виокремлення комерційних пріоритетів, що передбачає постійне вивчення та знання усіх деталей торговельної діяльності;

- активне використання маркетингових підходів у прийнятті рішень;
- мобільність, динамічність, оперативність діяльності, що виявляється у своєчасному врахуванні вимог ринку.

3 група — Принципи мережевої організації діяльності:

- добровільне поєднання ресурсів незалежних (або відносно незалежних) підприємств для досягнення спільних цілей;
- взаємозалежність партнерів;
- гнучкість структури організації;
- найчастіше реалізація єдиної бізнес-технології, що характеризується стандартизованими та інтегрованими процедурами, єдиною інформаційною системою, типовими технічними, технологічними, організаційними та іншими засобами, однаково методами торгівлі, схожим асортиментним оформленням;
- робота структурних елементів переважно під єдиною

торговою маркою, яка є зовнішньою ознакою для індивідуалізації даної торговельної мережі;

- використання мережевих підходів ведення бізнесу;
- використання передових технологій управління матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами, повна автоматизація бізнес-процесів;

- наявність єдиного центру управління або координації, контролю діяльності членів торговельної мережі, концентрація певних управлінських функцій, та отримання за рахунок взаємодії синергетичного ефекту;

- стійкість зв'язків, керованих декількома ключовими фірмами, які стимулюють інноваційні та комерційні процеси, спрощує управлінські задачі дрібних та середніх підприємств — членів мережі.

ВИСНОВКИ

Таким чином, у ході дослідження було здійснено дослідження еволюції підходів до визначення сутності торгівлі, систематизацію наукових підходів до трактування поняття "торговельна мережа" сучасними науковцями. Стосовно торговельних мереж, що розглядаються як об'єднання торговельних об'єктів з метою досягнення визначених цілей, було визначено основні принципи їх діяльності з поділом їх на три групи — загальні принципи господарювання, якими мають керуватися всі суб'єкти підприємницької діяльності в Україні, принципи торговельної діяльності, що враховують специфіку виду діяльності, яким займаються учасники торговельних мереж, а також принципи мережевої організації діяльності.

У ході подальших досліджень перспективним видається проведення оцінки діяльності торговельних мереж в Україні, розробка стратегії управління торговельними мережами задля підвищення ефективності функціонування економіки.

Література:

1. Академічний тлумачний словник (1970—1980): [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/torghoveljnyj>
2. Бульба С.А. Економічна сутність підприємницьких мереж / С.А. Бульба // Актуальні проблеми економіки: науковий економічний журнал. — 2010. — № 11. — С. 78—82.
3. Височин І.О. Державне регулювання торговельної діяльності в Україні та світі: порівняльний аналіз / І.О. Височин // Вісник КНТЕУ. — 2010. — № 3. — С. 11—23.
4. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]: Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/show/436-15>
5. Ніколенко С.С. Трансформація підприємств торгівлі в умовах світової фінансової кризи / С.С. Ніколенко // Економіка Криму. — 2010. — № 1(30). — С. 94—97.
6. Панура Ю.В. Сутність і функції торгівлі / Ю.В. Панура // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). — 2009. — № 4(47). — С. 67—71.
7. Пікуш Т. А. Організаційно-економічна сутність торговельних мереж / Т.А. Пікуш // Актуальні проблеми економіки: теорія і практика. — 2005. — Вип. 1. — С. 243—246.
8. Прицюк Л.А., Міщук І. П. Сутність, завдання та принципи організації торговельного посередництва / Л.А. Прицюк, І.П. Міщук // Економічний простір. — 2010. — № 43. — С. 280—291.
9. Про внутрішню торгівлю / Альтернативна редакція законопроекту, підготовлена групою незалежних експертів та представників суб'єктів торгівельної діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.academia.org.ua>
10. Про затвердження Інструкції щодо заповнення форм державних статистичних спостережень стосовно торгової мережі та мережі ресторанного господарства: [Електронний ресурс]: Наказ Держкомстату України. — Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc>
11. Про ліцензування певних видів господарської діяльності [Електронний ресурс]: Закон України від 21.09.2000 року № 1969-III. — Режим доступу: <http://alexradio.com.ua/lawdoc/zakon3.html>
12. Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять ДСТУ 4303:2004 [Електронний ресурс]: Національний стандарт України. — Режим доступу: <http://www.profiwins.com.ua/uk/directories1/dstu4303.html>
13. Федулова Л.І. Інтеграційні процеси корпоративних структур: можливості для інноваційного розвитку економіки України / Л.І. Федулова // Економіка і прогнозування. — 2007. — № 3. — С. 9—31.
14. Чужкова О.Ю. Теоретичні дослідження територіальної організації роздрібно-торгівельної мережі / О.Ю. Чужкова // Вісник Дніпропетровського ун-у. — 2010. — Вип. 4(2). — С. 35—40.

Стаття надійшла до редакції 27.03.2012 р.