

### Список літератури

1. Абчук, В. А. Коммерция [Текст] / В. А. Абчук. – Издательство Михайлова В. А. – 2000. – №1. – С. 27.

2. Бланк, І. А. Управление торговым предприятием [Текст] / І. А. Бланк // ТАНДЕМ, ЭКМОС, 1998. – №2. – С. 85.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© Т.С. Пічугіна, І.А. Гейченко, 2009.

УДК 339.17.001.18

**В.І. Карсекін**, д-р екон. наук

**В.М. Селютін**, канд. екон. наук

**Н.М. Севериненко**, асп.

**О.О. Пархоменко**, магістр

### **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗМІЩЕННЯ ЗАКЛАДІВ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ**

*Проведено оцінку ефективності розміщення закладів торговельних мереж м. Севастополя як важливого елемента організаційно-економічного механізму управління їх розвитком.*

*Проведена оценка эффективности размещения заведений торговых сетей г. Севастополя как важного элемента организационно-экономического механизма управления их развитием.*

*The estimation of efficiency of placing of establishments of point-of-sale networks is conducted Sevastopol as important element of organizationally-economic mechanism of management their development.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Стрімкий розвиток торговельних мереж в Україні, а також суттєві зміни умов їх функціонування обумовлюють необхідність дослідження ефективності розміщення торговельних закладів. Важливою проблемою сьогодні є те, що в країні не сформовано чіткої наукової концепції та інструментарію щодо управління розвитком торговельних мереж. Саме об'єктивна потреба у розробці відповідного організаційно-економічного механізму управління розвитком торговельних мереж в Україні й обумовила актуальність теми дослідження. Важливим стратегічним елементом механізму управління є оцінка ефективності розміщення закладів торговельних мереж. Правильне розміщення безпосередньо впливає на ефективне функціонування окремого торговельного закладу і конкурентоспроможність торговельної мережі в цілому [1].

Правильне розміщення магазинів є необхідним доповненням до роздрібно́ї стратегії, хоча і не може замінити її. Оцінка місця розташування торговельного закладу є неодноразовий акт, передуючий новому будівництву. Така оцінка повинна бути безперервним процесом: точно так, як керівники торгівлі постійно стурбовані оптимізацією асортименту, вони повинні постійно і систематично оптимізувати і розміщення роздрібно́ї мережі. У будь-якому районі безперервно з'являються магазини-конкуренти, змінюються міста, еволюціонує чисельність, соціальний склад, рівень доходів і рід занять населення; динамічна гра соціально-економічних сил постійно виводить ринок із стану рівноваги. Магазин, який ще вчора торгував на жвавому місці та давав добрий прибуток, сьогодні може опинитися на узбіччі бізнесу. Тому роздрібна мережа така динамічна і повинна залишатися такою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та методичні аспекти окресленої проблеми певною мірою відображено в наукових працях таких українських науковців, як: Н.О. Голошубова, І.О. Бланк, І.М. Бергер, Л.О. Лігоненко, Е.М. Воронова, І.І. Корольков, І.В. Сорока, А.С. Мізрухіна, Л. Шайгородська, В.О. Точилін, та ін. Питання розвитку торговельних мереж як найбільш ефективного шляху організації торгівлі є предметом дослідження зарубіжних науковців, серед яких: П. Хью, М. Портер, Г. Армстронг, Р.Д. Блекуелл, Х. Віссем, Г. Джоунз, І. Ансофф, П. Дойль, Дж. Енджел, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, В.Дж. Лемб, М. Мак-Дональд, П.У. Мініард, В. Харпер, а також провідних російських фахівців: В.В. Масленникова, В.П. Федька, О. Войцеховського, В.Ф. Єгорова, В. Новикова, П.Г. Гончарова.

**Мета та завдання статті.** Метою даного дослідження є оцінка ефективності розміщення закладів торговельних мереж як важливого елемента організаційно-економічного механізму управління їх розвитком.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Об'єктами дослідження було обрано заклади торговельних мереж, які функціонують у м. Севастополі. Оцінку конкретного місця розміщення закладів торгівлі здійснювали за допомогою методики, запропонованої Калашниковим В.М. [3]. Методика базується на рейтингових оцінках. При цьому потребує оцінки кожний варіант конкретного місця розміщення за всіма критеріями та виведення підсумкової рейтингової оцінки для кожного з них. Під час проведення оцінки кожному критерію присвоювався ваговий коефіцієнт в залежності від його важливості для торговельного закладу, а кожна характеристика оцінювалася за 10 бальною шкалою, де 10 відповідає найвищій оцінці, а 1 – найнижчій. Для кожного закладу торгівлі виводилася підсумкова оцінка (рейтинг) і визначалося місце з найвищим рейтингом.

Для оцінки ефективності розміщення закладів торгівлі було залучено 20 спеціалістів-експертів, які здійснюють свою професійну діяльність у сфері торгівлі м. Севастополя. Це дозволило забезпечити більший обсяг знань для визначення найважливіших характеристик (чинників привабливості) розміщення закладу. Узгодженість думок експертів оцінювалась за допомогою коефіцієнта конкордації, який виявив високий ступінь їх узгодженості [2].

Експертною групою було визначено коло параметрів оцінки та їх ранжування за ступенем вагомості. Кожен чинник експертним шляхом отримав коефіцієнт вагомості, який відображує силу впливу чинника на загальну величину. Це дозволило поєднати різні компоненти та виявити серед багатьох варіантів оптимальне рішення, що має найвищі коефіцієнти вагомості з точки зору стратегічних цілей. Загальна їх сума дорівнює 1. У результаті експертної оцінки кожному показнику присвоювалася бальна оцінка від 1 до 10. Множенням кожного коефіцієнта вагомості на відповідний йому бал за кожною характеристикою встановлювалася зважена оцінка кожного чинника. Сума зважених оцінок за їх сукупністю дала можливість оцінити найбільш ефективно розміщені заклади торгівлі.

Експерти оцінювали силу впливу наведених чинників на територіальне розміщення підприємства. Їх експертні оцінки були як кількісними, так і якісними, базувались на використанні евристичних процедур, що спирались на професійний досвід, інтуїцію, та результати проведеного дослідження торговельних зон. Кожен чинник був оцінений у частках одиниці за ступенем вагомості. Узагальнені дані наведені в табл. 1.

*Таблиця 1 – Оцінка вагомості факторів місця розташування закладу торговельної мережі*

Параметр	Вага
Ступінь пішохідного руху	0,22
Ступінь транспортного руху	0,21
Транспортне сполучення	0,19
Структура (склад) магазинів	0,18
Характеристики кожного магазину	0,17
Умови використання	0,03
Разом	1,0

Найвагомішими, на думку експертів, є чинники, які характеризують ступінь пішохідного руху, структуру підприємств торгівлі, що діють в означених торговельних зонах та окремі характеристики кожного конкретного закладу. Отже, як самий найважливіший критерій оцінки загального і конкретного розміщення магазину визначені кількість та типи людей, що проходять повз. За інших рівних умов місце з більш інтенсивним пішохідним рухом буде найкращим. Дуже важливим для розміщення закладу торгівлі є наявність інших торговельних закладів поблизу, їх кількість, сумісність та баланс роздрібною торгівлі для місця, яке розглядається. Якщо розміщені поряд крамниці є взаємодоповнюючими, добре поєднуються, то обсяги продажів кожного з них збільшуватимуться завдяки більшому тяжінню і напливу споживачів. А правильний баланс роздрібною торгівлі спостерігається тоді, коли кількість крамниць для кожної категорії товару чи послуги відповідає потенціалу ринку даного місця. Крім того вагомий вплив на ефективність розміщення закладу торгівлі, за думкою експертів, виявляють такі характеристики кожної конкретної крамниці, як їх видимість з боку руху пішоходів та транспорту, відносне положення крамниці в районі, що вивчається, розмір та форма конкретної земельної ділянки на якій розміщена крамниця, розмір та форма будівлі, якщо розглядається можливість придбання або оренди, а також стан та вік будівлі. Усі ці характеристики порівнюють з потребами підприємства [4].

Важливе значення для ефективного розміщення має такий чинник впливу, як наявність поблизу зупинок громадського транспорту, доступ від автомагістралей, легкодоступність до різних видів транспорту, кількість та типи транспортних засобів, що проїжджають поблизу діючої крамниці. А такий чинник впливу як умови використання, на думку експертів, є менш вагомим.

Результати експертної оцінки ефективності розміщення закладів торгівлі представлені в табл. 2.

Рейтинг ефективності розміщення закладів торговельних мереж м. Севастополя наведено на рисунку.

Результати рейтингової оцінки закладів торговельних мереж м. Севастополя свідчать, що найкраще місце розміщення з найбільш високими балами майже за всіма параметрами має гіпермаркет «Велика кишеня», друге місце посідає супермаркет «Еко-маркет», за ним «Фуршет», «Ахтіар», «Ален». Найгірше розташування серед досліджуваних підприємств торгівлі м. Севастополя має супермаркет «Сільпо».

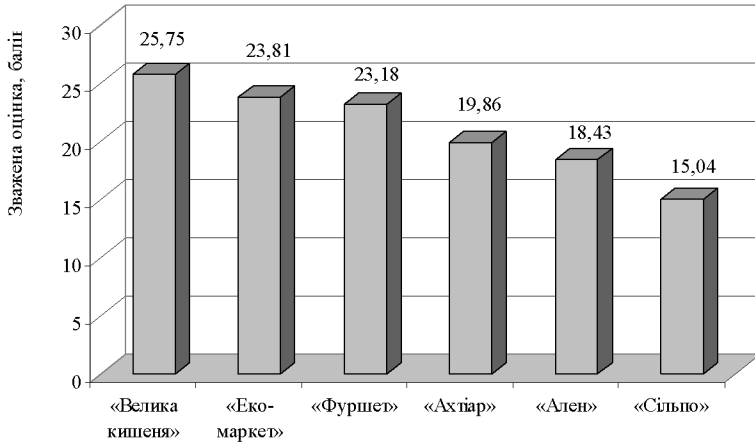
Перша рейтингова позиція «Великої кишені», на наш погляд, є закономірним, оскільки торговельний центр «Мусон», де розміщений гіпермаркет, є унікальним для м. Севастополя форматом, має чітку

Таблиця 2 – Результати рейтингової оцінки ефективності розміщення закладів торговельних мереж м. Севастополя

Параметр	Характеристика	Вага	«Велика кштеня»	Зважена оцінка	«Еко-маркет»	Зважена оцінка	«Фуршет»	Зважена оцінка
Ступінь пішохідного руху	кількість населення	0,22	9	1,98	8	1,76	9	1,98
	типи населення						8	1,76
Ступінь транспортних засобів	кількість транспортних засобів	0,21	10	2,1	10	2,1	8	1,68
	типи транспортних засобів			8	1,68	8	1,68	7
Транспортне сполучення	наявність громадського транспорту	0,19	10	1,9	10	1,9	7	1,33
	доступ до автомагістралей		9	1,71	9	1,71	8	1,52
	легкодоступність		9	1,71	9	1,71	8	1,52
	кількість та розмір крамниць		10	1,8	8	1,44	8	1,44
Структура (склад) закладів	спільність	0,18	10	1,8	8	1,44	9	1,62
	баланс роздрібної торгівлі		8	1,44	7	1,26	8	1,44
	видимість		8	1,36	9	1,53	8	1,36
Характеристики кожного конкретного закладу	відносне положення	0,17	7	1,19	7	1,19	6	1,02
	розмір та форма земельної ділянки		8	1,36	7	1,19	8	1,36
	розмір та форма будівлі		10	1,7	9	1,53	10	1,7
	стан та вік будівлі		9	1,53	7	1,19	9	1,53
Умови вико-ристання	умови придбання у власність або оренди	0,03	10	0,3	9	0,27	9	0,27
	операційні витрати та витрати на утримання		7	0,21	5	0,15	6	0,18
Підсумкова оцінка				25,75		23,81		23,18

Продовження табл. 2

Параметр	Характеристика	Вага	«Сільпо»	Зважена оцінка	«Ален»	Зважена оцінка	«Ахтіар»	Зважена оцінка
Ступінь пі- шодітного руху	кількість населення	0,22	7	1,54	8	1,76	9	1,98
	типи населення		7	1,54	8	1,76	7	1,54
Ступінь транспортно- го руху	кількість транспортних засо- бів	0,21	5	1,05	6	1,26	9	1,89
	типи транспортних засобів		4	0,84	5	1,05	8	1,68
Транспортне сполучення	наявність громадського транс- порту	0,19	6	1,14	5	0,95	9	1,71
	доступ до автомагістралей		7	1,33	7	1,33	9	1,71
	легкодоступність		6	1,14	6	1,14	8	1,52
Структура (склад) закла- дів	кількість та розмір магазинів	0,18	4	0,72	7	1,26	4	0,72
	спільність		3	0,54	7	1,26	5	0,9
	баланс роздрібної торгівлі		5	0,9	6	1,08	5	0,9
Характерис- тики кожного конкретного закладу	видимість	4	0,68	5	0,85	6	1,02	
	відносне положення	3	0,51	5	0,85	4	0,68	
	розмір та форма земельної ді- лянки	0,17	3	0,51	4	0,68	6	1,02
	розмір та форма будівлі		5	0,85	8	1,36	7	1,19
стан та вік будівлі	8	1,36	8	1,36	7	1,19		
Умови вико- ристання	умови придбання у власність або оренди	0,03	9	0,27	9	0,27	3	0,09
	операційні витрати та витрати на утримання		4	0,12	7	0,21	4	0,12
Підсумкова оцінка		15,04		18,43		19,86		



**Рисунок – Рейтинг ефективності розміщення закладів торговельних мереж м. Севастополя**

продуману концепцію, цілком орієнтований на споживача. Привабливість торговельного центру посилюється концентрацією у цьому місці таких закладів торгівлі, як магазини «Техноярмарок», Melofon, «Секунда», «Columbia», «BergHOFF», «Adidas», «Reebok», «Mango», «Arigori», «Promod», «MEXX», «Марафон», «Ostin», «Brodway», «Бебі Бум», «Інтергоп», «Монарх», «Merit», «Derby», «Bobiju», «BROCARD», «Sport стиль», банки «Родовід» та «Приват», фудкорт: піцерія «Челентано», варенична «Перемога», кафе «Big Brother», магазини побутової техніки, меблів «Престиж».

**Висновки.** Стратегія розвитку сучасних торговельних мереж має реалізуватися через організаційно-економічний механізм управління. Розвиток мереж включає постійну оцінку ефективності розміщення закладів, які входять до їх складу. Проведені дослідження дозволили встановити рейтинг торговельних мереж м. Севастополя за критерієм місця розташування і спрямовані на формування ефективних стратегічних рішень щодо подальшого їх розвитку.

#### *Список літератури*

1. Близнюк, С. В. Стратегический маркетинг торговой фирмы [Текст] / С. В. Близнюк. – Киев, 1998. – 213 с.
2. Войчак, А. В. Макрети́нгові дослідження [Текст] / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2001. – 119 с.
3. Калашніков, В. М. Формування стратегії місця розташування підприємств роздрібно́ї торгівлі хлібопродуктами [Текст] / В.М. Калашніков //

Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2007. – Вип. 230, т. 2. – С. 303–308.

4. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© В.І. Карсекін, В.М. Селютін, Н.М. Севериненко, О.О. Пархоменко, 2009.

УДК 658,112:658.6“312”

**О.В. Носова**, д-р екон. наук (ХДУХТ, Харків)

**О.В. Ольшанський**, канд. екон. наук (ХДУХТ, Харків)

**К.С. Ольшанська**, асп. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

**М.М. Задорожний**, магістр (ХДУХТ, Харків)

## **ПЕРСПЕКТИВИ ТЕРИТОРІАЛЬНО-ГАЛУЗЕВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ТОРГІВЛЕЮ ТА РОЗДРІБНОЮ МЕРЕЖЕЮ**

*Розглянуто територіально-галузеву організацію управління торгівлею. Встановлено, що територіально-галузєва організація торгівлі повністю відповідає всім ознакам системи і має за мету задоволення потреб населення регіону в товарах та послугах. Роздрібна торговельна мережа регіону є відкритою системою і доступна для багатьох суб'єктів господарювання незалежно від організаційно-правового статусу та форми власності.*

*Рассмотрены вопросы, связанные с территориально-отраслевой организацией управления торговлей. Установлено, что территориально-отраслевая организация торговли полностью соответствует всем признакам системы и ставит перед собой цель удовлетворение потребностей населения региона в товарах и услугах. Розничная торговая сеть региона является открытой системой и доступна для всех субъектов хозяйствования независимо от организационно-правового статуса и формы собственности.*

*The questions, which connecting with territorial-branch organization of trade management, were considered. Determine that territorial-branch organization of trading completely corresponds to all sign of the system and puts before itself purpose, which should satisfy population requirements of the region in goods and service. The region retail trade network is an open system and available to all agents of the management regardless of organizing-legal status and property category.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Головна функціональна риса торгівлі – поєднати разом споживача і продавця, та на єдиній основі забезпечити населення товарами та послугами, стати потрібною та корисною суспільству. Основу об'єднання інтересів покуп-