

УДК 658.87:664.66

Д. В. ГОЛОВАНЬ

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"

ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ МІСЦЕРОЗТАШУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В статті розроблено структурну модель предметної області визначення місця розташування підприємств роздрібною торгівлі, яка базується на таких складових елементах: характеристика торгової зони, бажане місце його розташування; вимоги споживачів; розмір доходів населення; розмір попиту на товари; наявність законодавчих обмежень; ступінь насиченості ринку; транспортні витрати; витрати на оренду приміщення або його будівництва; ступінь ризику та доходність. На базі вказаної моделі запропоновано схему процесу визначення оптимального варіанту місця розташування підприємства роздрібною торгівлі.

Ключові слова: *торгове підприємство, маркетинг, торгівля, підприємство, торгова зона, ринок.*

Вступ

У сучасних динамічних умовах господарювання під впливом всесвітніх економічних процесів та глобалізації ринків існує необхідність всебічно обґрунтованої стратегії функціонування торгових підприємств спрямованої на підвищення конкурентних переваг та максимізації прибутку. Провідне місце в даній стратегії повинно займати детальне обґрунтування місця розташування торгового підприємства. Важливість даного питання пояснюється тим, що від правильно підібраного місця для торгової ділянки залежить її функціонування та об'єм планового прибутку в майбутньому періоді. Питанням місцерозташування торгового підприємства приділено роботи багатьох вітчизняних й зарубіжних вчених, а саме: А. Е. Басовського [1], В. М. Калашнікова [2], В. М. Власової [3], С. М. Лебеде-

вої [4], А. М. Соломатіна [5] та інших. В указаних роботах визначено фактори впливу на процес вибору місцерозташування торгового підприємства, а саме: характеристика населення, яке проживає поблизу, рівень конкуренції у районі вибору, наявність поруч автошляхів та зупинок міського транспорту, характеристика торгових зон, розташованих поруч, вартість будівництва або придбання у власність чи оренду, демографічні тенденції, законодавчі обмеження та інші фактори. Не зважаючи на те, що вчені рекомендують враховувати вказані фактори при виборі місця розташування торгового підприємства, в їх роботах при відповідних розрахунках використовується лише фактор транспортних витрат. Це дозволяє зробити висновок про відсутність розробок з комплексним підходом до зазначеного питання.

Постановка завдання

Метою статті є вдосконалення теоретичних та практичних засад формування комплексного підходу визначення місця розташування торгового підприємства.

Оснoву розкриття мети дослідження складає розроблення структурної моделі предметної області визначення місцерозташування підприємств роздрібно́ї торгівлі та схеми процесу визначення оптимального варіанту місцерозташування підприємств роздрібно́ї торгівлі.

Результати

Визначення найбільш ефективного місцезнаходження торгового підприємства з усіх можливих варіантів є одним з провідних чинників його конкурентоспроможності. Для визначення місцерозташування торгового підприємства розроблено мережну модель проблемної області, яка базується на факторних відношеннях причинно-наслідкових зв'язків (R_1), відношеннях включення типу "частино-ціле" (R_2) та відношеннях типу "фактор-результат" (R_3). Використання відносин другого типу (R_2) дозволило виділити структуру з основними елементами. Зазначену модель наведено на рис. 1.

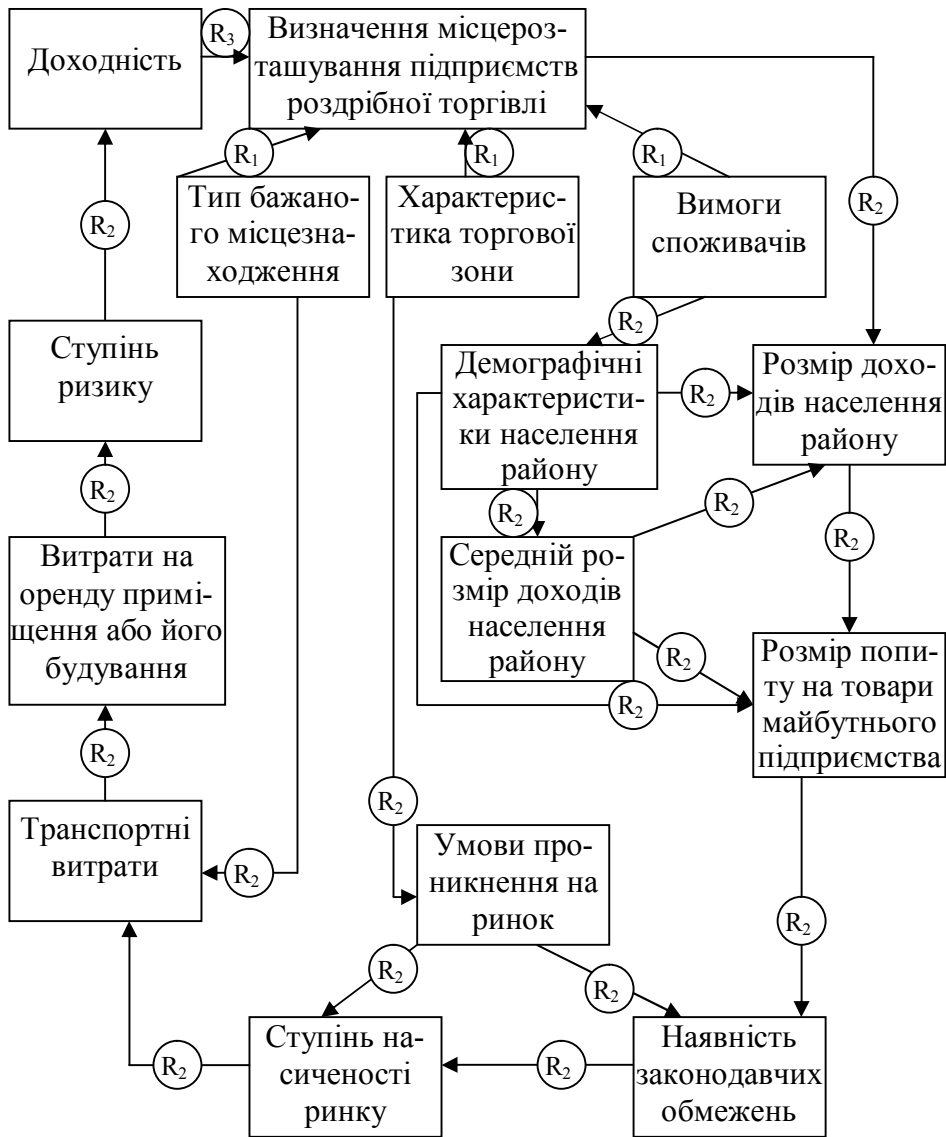


Рис. 1. Схема структурної моделі предметної області визначення місцерозташування підприємств роздрівної торгівлі

Розглянемо більш детально кожен елемент моделі, наведеної на рис. 1. Характеристика торгової зони включає наступні елементи: розмір та форма торгової зони, близькість до джерел поставки товарів, наявність місць для розміщення, а також визначення типу зони (підвищеної комерційної активності, середньої та комерційного ризику). Тип бажаного місцерозта-

шування: діловий торговий центр, торгова артерія та спеціалізована функціонувальна територія. Демографічні характеристики населення району – вік, стать, рівень освіти, професійно-кваліфікаційна підготовка, фізичний стан.

Середній розмір доходів населення району доцільно визначати за наступною формулою:

$$I_i = N_j \cdot Z_j, \quad (1)$$

де I_i – розмір доходів населення району;

N_j – чисельність платоспроможного населення;

Z_j – середній розмір доходів даної області або міста.

Підприємці-бізнесмени мають право без обмеження приймати рішення і самостійно займатися будь-якою діяльністю, яка не суперечить чинному законодавству. Разом з тим уряд встановлює перелік видів діяльності, якими можна займатися лише за ліцензіями або державним підприємством, існує наявність податкових та митних обмежень, державне регулювання цін на деякі товари.

За ступенем насиченості виділяють рівноважний (попит та пропозиція приблизно збігаються); дефіцитний (попит перевищує пропозицію); надлишковий (пропозиція перевищує попит) ринки.

Найбільш економічною формою доставки товарів на підприємства роздрібної торгівлі є централізоване завезення, яке поліпшує процес руху товарів, забезпечує більш продуктивне використання транспортних засобів, знижує собівартість перевезень вантажів, скорочує чисельність працівників, зайнятих транспортним процесом. Тому, перш за все, необхідно визначити організацію централізованої доставки, встановити резерви для її розширення. Скорочення транспортних витрат можна забезпечити за рахунок повного завантаження машин, скорочення пробігу порожняком, ущільнення машино-дня, збільшення використання причепів і тягачів, розширення практики централізованої й кільцевої доставки товарів у торговельну мережу, продажі товарів за зразками.

Таким чином, на рівень транспортних витрат впливає ряд факторів: зміна об'єму й структури товарообігу; зміна питомої ваги перевезень, здійснених за допомогою різних транспортних засобів; зміна дальності пробігу та зміна тарифу.

Взаємозв'язок транспортних витрат і зазначених вище факторів можна

представити у вигляді наступної формули:

$$G_i = K_j \cdot P_j \cdot TS_j, \quad (2)$$

де K_j – кількість вантажів;

P_j – середній пробіг транспорту;

TS_j – тарифна ставка.

В практиці торгового бізнесу можуть виникнути наступні ризики: ризик втрати товару від пожежі та іншого стихійного лиха; ризик знищення або псування вантажу при транспортуванні; ризик втрати товару від недбалості працівників підприємства (бій); ризик від ймовірної нечесності службовців, що може нанести матеріальний збиток підприємству; ризик невиконання договірних зобов'язань партнера (контрагента), від чого залежить прибуток підприємства; ризик припинення ділової активності підприємства. Але необхідно зауважити, що для визначення місцерозташування підприємства провідне місце займає криміногенна обстановка району та відповідно до неї ризик крадіжок.

Збільшення прибутку підприємств роздрібною торгівлі досягається за рахунок підвищення об'єму реалізації продукції, зниження собівартості (найчастіше за рахунок зменшення транспортних витрат), пошук більш вигідних ринків збуту. Враховуючи це при визначенні оптимального варіанту розташування підприємства доцільним вважається врахування факторів розміру транспортних витрат, доходів населення району, частки ринку, коефіцієнту попиту на товари та послуги майбутнього підприємства, розміру додаткових засобів безпеки торгової зони, витрат на оренду приміщення або його будівництва, які стали основою для його розрахунку:

$$f = C_j \cdot D_j \cdot I_j - G_j - A_j - B_j \rightarrow \max, \quad (3)$$

де C_j – коефіцієнт попиту на товари або послуги майбутнього підприємства;

D_j – частка ринку;

I_j – розмір доходів населення району;

G_j – транспортні витрати;

A_j – розмір додаткових засобів безпеки;

B_j – витрати на оренду приміщення або його будівництва.

При проведенні розрахунків повинні виконуватись наступні умови:

$$\begin{cases} I_j = N_j \cdot Z_j \rightarrow \max, \\ G_j = K_j \cdot P_j \cdot TS_j \rightarrow \min, \\ D_j, C_j \rightarrow \max, \\ A_j, B_j \rightarrow \min, \\ j = 1, 2, 3 \dots n, \end{cases}$$

де j – найменування варіанту розташування.

Запропонована формула є простою та легкою у використанні, базується на основних факторах прибутковості підприємства.

На основі розробленої структурної моделі предметної області визначення місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі виділено сім етапів процесу встановлення оптимального варіанту. Оптимальний варіант, який приймають за основу, визначається за максимальним розміром доходності. Схему процесу визначення оптимального варіанту місця розташування підприємства роздрібною торгівлі наведено на рис. 2.

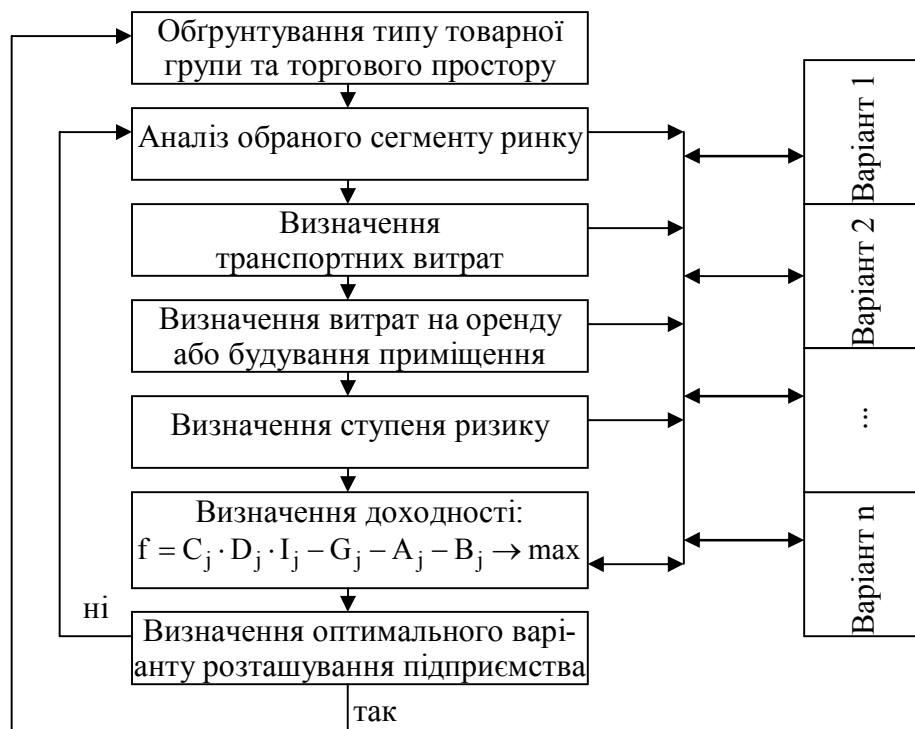


Рис. 2. Схема процесу визначення оптимального варіанту місцерозташування підприємства роздрібною торгівлі

Висновки

Наведені у статті результати дослідження відображають усі складові комплексного підходу щодо визначення місцерозташування підприємства роздрібною торгівлі. Перспективними науковими розробками можуть стати поглиблення соціологічних досліджень в даному питанні.

Наукова новизна статті полягає у запропонованому методичному підході щодо визначення місцерозташування підприємства роздрібною торгівлі на основі вибору оптимального варіанту серед існуючих за встановленими критеріями.

Практична цінність статті полягає у тому, що запропонована методика базується на комплексному підході до вирішення зазначеного питання, є легкою у застосуванні і дозволяє отримати дієві результати в короткий проміжок часу.

Література

1. Басовский, А. Е. *Маркетинг [Текст]* / Л. Е. Басовский. – М. : ИНФРА–М, 2008. – 224 с.
2. Калашніков, В. М. *Вибір місцерозташування підприємств роздрібною торгівлі хлібопродуктами [Текст]* / В. М. Калашніков // *Стратегічні напрямки розвитку підприємств харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі.* – Харків : ХДУХТ, 2007. – Ч. 2. – С. 36-37.
3. *Основы предпринимательской деятельности [Текст]* / под ред. В. М. Власовой. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 220 с.
4. *Экономика торгового предприятия [Текст]* / под ред. С. Н. Лебедевой. – М. : Новое знание, 2010. – 240 с.
5. *Экономика и организация деятельности торгового предприятия [Текст]* / под ред. А. Н. Соломатина. – М. : ИНФРА – М, 2010. – 295 с.

Надійшла до редакції 3.02.2014, розглянута на редколегії 12.02.2014

Рецензент: д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри статистики та економічного прогнозування **О. В. Раєвська**, Харківський національний економічний університет, м. Харків.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Д. В. Головань

В статье разработана структурная модель предметной области местоположения предприятий розничной торговли, которая основана на таких составных элементах: характеристика торговой зоны, желательное место его расположения; требования потребителей; размер доходов населения; размер спроса на товары; наличие законодательных ограничений; степень насыщенности рынка; транспортные затраты; затраты на аренду помещения или его строительство; степень риска и доходность. На базе указанной модели предложена схема процесса определения оптимального варианта местоположения предприятия розничной торговли.

Ключевые слова: торговое предприятие, маркетинг, торговля, предприятие, торговая зона, рынок.

THE FORMATION OF THE COMPLEX APPROACH FOR DETERMINATION OF RETAIL TRADE ENTERPRISES LOCATION

D. V. Golovan

The article suggests the structural model of retail trade enterprises location domain founded on such components as: trade area characteristics and its preferable location, customers requirements, population income volume, demand volume for goods, available legislative restrictions, market saturation degree, transportation expenditures, premises building or rent expenses, risk and profitability degree. The scheme for determination of optimal variant of retail trade enterprises location is worked out on the basis of the suggested model.

Key words: trade enterprise, marketing, trade, business, trade zone, market.

Головань Дмитро Владиславович – канд. техн. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського “ХАІ”, Харків, e-mail: mit1972@ukr.net.