



Список використаних джерел

1. *Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел*. – К.: ВТФ Перун, 2003. – 1440 с.
2. Закон України «Про Національне антикорупційне бюро України» від 28.12.2014, № 77-VIII (Із змінами, внесеними згідно із Законом)
3. *Марич С.В. Боротьба з корупцією: посібник для державних службовців / Марич С.В., Марчук Р.П.* – К.: 2011. – 66 с.
4. *Transparency International Ukraine: Індекс корупції 2013* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ti-ukraine.org/content/4036.html>

Ірина ЛЯХОВИЧ
науковий керівник
к.е.н., викл. Сабецька Т.І.
ІФННІМ THEY

ЕВОЛЮЦІЙНИЙ РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Торгівельна діяльність як одна з найважливіших складових господарського комплексу України, від якої залежить якість життя, розвиток економіки та її конкурентоспроможність, сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап посткризового розвитку.

Традиційно рушійною силою розвитку національної економіки вважається виробництво. Однак, визнаючи значимість галузей виробничої сфери, не слід применшувати роль торгівлі, завдяки якій стає можливим дотримання балансу між виробництвом і споживанням, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні, забезпечується робочими місцями економічно активне населення.

Важливий показник значимості галузі – кількість робочих місць, яке вона генерує. За цим показником торгівля займає одне з провідних місць, адже є одним з найбільших в країні роботодавців. Так, у 2014 р. в торговельній сфері були працевлаштовані 152,2 тис. осіб (19,9% усіх працевлаштованих громадян України). За кількістю зайнятих працівників торгівельна галузь посідає друге місце в економіці, поступившись лише промисловості. Щоправда рівень заробітної плати в галузі є на 12% меншим за середню зарплату в Україні. [4].

На сучасному етапі розвитку економіки України відбувається динамічне зростання роздрібною торгівлі. Вона є надзвичайно гнучким видом діяльності, що здатен якнайшвидше адаптуватися до змін у ринковому середовищі й одночасно ефективно виконувати своє основне призначення – підвищувати якість життя завдяки своєчасному задоволенню запитів кожного споживача. Разом з тим подальший розвиток роздрібною торгівлі неможливо дослідити без аналізу її попереднього шляху.

Етапи формування роздрібного сектора в Україні досліджуються багатьма вченими. Так, І. Бубенець виділяє 4 етапи: 1-й (1991–2000 рр.) – реформування торгівлі; 2-й (2000–2004 рр.) – стабілізація в розвитку торгівлі; 3-й (2004–2007 рр.) – розвиток і якісні зміни в торговій галузі; 4-й (з 2008 і



пони́ні) – початок глобалізації торгівлі [1, с. 181]. О. Деріведмідь також описує 4 етапи – спадщина централізованої мережі магазинів СРСР; виникнення елементів малого підприємництва; поява перших елітних супермаркетів; розвиток сучасних торгових мереж для масового споживача та інтернет-торгівлі [2, с. 110]. О. Азарян виокремлює 6 періодів – пострадянський, ринково-перехідний, початок сталого розвитку, кількісної оптимізації, посткризовий, якісної оптимізації [3, с. 37].

Отже, розпад Радянського Союзу, перехід до ринкової економіки і започаткування приватизації держмайна сприяли становленню й подальшому розширенню торговельного бізнесу в Україні. Вкладаючи у приватизовані підприємства капітал, зароблений на ринках, власники поступово перетворювали кіоски на міні-маркети – маленькі крамниці з широким асортиментом товарів, що будувалися на зразок магазинів у країнах, з яких "човники" привозили продукцію. Деякі з них згодом трансформувалися у супермаркети. Так почав зароджуватися мережевий роздріб.

На початку ХХІ ст. стрімкими темпами почала розвиватися інтернет-торгівля: кількість інтернет-магазинів зростає з 100 одиниць у 2000 р. до понад 3 тис. одиниць у 2008 р., а оборот інтернет-комерції, починаючи з 2005 р., щороку збільшувався в 1,5–2 рази, що вдвічі вище показників Росії за той самий період. Ще однією з найсуттєвіших трансформацій в інституціональній еволюції роздрібно́ї торгівлі стало формування торговельного мережевого бізнесу – національного і міжнародного.

Найкращими зразками організованої сучасної торговельної мережі є організації зі стандартизованими бізнес-процесами, сучасним менеджментом і усталеним корпоративним кліматом. Вони здатні створювати ефективно функціонуючу роздрібну торговельну та складську ланку, скорочувати довжину товароруху, впроваджувати сучасні інформаційні системи, тим самим забезпечуючи краще комплексне обслуговування покупців. Найпоширенішими мережами стали продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів (супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери) та спеціалізовані непродовольчі магазини. Позитивний досвід мереж у продовольчій сфері використано при більш пізньому становленні непродовольчих торговельних мереж і вузькоспеціалізованих магазинів електроніки, побутової техніки, будматеріалів тощо.

Мережеві магазини уперше стали комплексно застосовувати цивілізовані форми роботи з покупцями (технічне консультування, доставку, знижки, гарантійне обслуговування). Відбувалася диверсифікація торгового бізнесу: торговельні мережі активно практикували поєднання суто торговельної діяльності з виробництвом товарів під власними торговими марками, створенням дистрибуторських та логістичних систем у різних бізнес-напрямах, входженням у банківський і страховий бізнес та ін. Зворотним боком цього тренду стало розмиття форматів і відповідне ускладнення внутрішнього управління суб'єктів торговельного підприємництва. Для захисту своїх комерційних інтересів від "інтервентів" місцевий торговий бізнес



розпочав процеси об'єднання в різноманітні професійні співтовариства, що сприяло більш цивілізованому розвитку торгівлі.

Останніми роками склалися певні тенденції в сучасній роздрібній торгівлі, а саме: зростає значення спеціалізованої торгівлі; розвиток торгівлі зі знижками; розвиток позамагазинної торгівлі; перехід від розширення до консолідації роздрібною торгівлі (роздрібні підприємства стали приділяти більше уваги підвищенню результативності існуючих торговельних підприємств, а не їхньому розширенню шляхом відкриття нових).

Подальший розвиток роздрібною торгівлі в Україні, з одного боку, не може бути прогнозованим, бо він є результатом випадкового перетинання та взаємовпливу множини факторів. З іншого боку, з достатньо високою ймовірністю можна припустити, що в глобалізованому просторі основним вектором буде конвергентна еволюція торговельного підприємництва – поступове сходження ознак і структури роздрібною торгівлі України з торгівлею більш розвинених країн.

Список використаних джерел

1. Бубенець І. Г. *Етапи розвитку торговельної галузі в Україні* / І. Г. Бубенець // *Вісник Запорізь. нац. ун-ту*. — 2011. — № 1(9). — С. 179–183.
2. Дериведмідь О. С. *Аналіз ринку роздрібною торгівлі України* / О. С. Дериведмідь // *Вісник Запорізь. нац. ун-ту*. — 2011. — № 1(9). — С. 108–115.
3. Азарян О. *Генезис трансформації роздрібною торгівлі в Україні та формування сучасної парадигми її розвитку* / О. Азарян, В. Соболев // *Маркетинг в Україні*. — 2009. — № 5. — С. 34–37.
4. *Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]*. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лідія ГУМЕНЯК
науковий керівник
к.е.н., викл. Сабелька Т.І.
ІФННІМ THEU

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В УКРАЇНІ

В сучасних ринкових умовах чи не найважливішим засобом отримання необхідної інформації є маркетингові дослідження, які є одним ключових факторів розвитку та забезпечення стабільного функціонування підприємства в довгостроковій перспективі.

На даному етапі свого розвитку вітчизняний ринок маркетингових досліджень характеризується тенденцією до зростання, чому сприяли принаймні такі два найважливіших чинники: 1) проникнення на український ринок великої кількості закордонних компаній, для яких він досі був неосвоєний; 2) звільнення значного числа соціологів та психологів у зв'язку із закриттям або припиненням фінансування заводських служб соціального