***М. А. Грущенко,*** *магістр*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*

*«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТОРГОВИХ МЕРЕЖ ТА ЙОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Торгівельна мережа як сукупність підприємств з постачання та продажу товарів населенню функціонує на відпрацьованих стандартизованих бізнес-процесах, менеджментом і сформова- ним корпоративним кліматом. Для покращення якості обслуго- вування покупців в таких мережах впроваджено сучасні інфор- маційні системи, які дають змогу приймати обґрунтовані управ- лінські рішення з меншими комерційними ризиками. Значним рівнем актуальності розвитку діяльності та можливостей сформувати цивілізовану й ефективну функціонуючу торгівельну мережу за рахунок зменшення ланковості товароруху, а отже й посередників – перекупників. Завдяки цим перевагам торгівля розвивається в різних країнах, зокрема в Україні. Пріоритетного розвитку вона набула в оптовій та роздрібній торгівлі як про- довольчими та непродовольчими товарами.

Високими темпами почали розвиватися торговельні мережі в торгівлі непродовольчими товарами, але торгівля переважно відбувається за рахунок товарів іноземних виробників. Позитив- ним розвитком торгівлі є те, що в Україні почали створюватися франчайзингові мережі в різних сферах виробництва. Переваж- на їх кількість знаходиться в сфері торгівлі, із 98 підприємств 34 є франчайзинговими .

На розвиток торгової мережі впливають такі фактори:

* соціально-економічні й демографічні (статевовікова, соці- альна і професійна приналежність, розмір і життєвий цикл сім’ї, кількість у пій дітей, рівень освіти, культури і стиль життя спо- живачів тощо);
* географічні (величина населеного пункту за площею тери- торії та чисельністю населення, його значення за адміністра- тивним поділом (місто, село) та виконуваними функціями, його роль у загальній системі розселення і взаємозв’язок з іншими населеними пунктами тощо);
* містобудівні (особливості планування, функціонального зонування (у містах, наприклад, відокремлюють житлові, про- мислові та складські зони, ділові центри, місця масового від- починку населення) і забудови території населеного пункту, густота розселення, поверховість житлових будинків, споруд та різних установ, де перебувають потенційні покупці);
* транспортні (рівень забезпеченості мешканців населеного пункту транспортом загального використання, ефективність його функціонування, транспортний взаємозв’язок з іншими на- селеними пунктами, стан розвитку особистого автомобільного транспорту);
* організаційно-технологічні (комп’ютерна і телекомуніка- ційна техніка й технології, штрихове кодування та методи про- дажу товарів.);
* управлінські (логістичні підходи в управлінні, стратегія економічного розвитку, рівень регулювання з боку держави);
* фінансові (обсяг капітальних вкладень, рівень інвестицій- ної активності, пільгове кредитування тих видів і типів торго- вельних підприємств, розвиток яких доцільно стимулювати).