

9. Шутаева Е. А. Реализация экспортного потенциала металлургического комплекса Украины в контексте развития мирового рынка металлов. Шутаева Е. А. Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, серия «Экономика и управление». - Т. 24 (64), 2011 г. – № 1. – С. 246-257.

10. Антофій Н. М. Стимулювання розвитку експортного потенціалу плодоовочевого консервного виробництва. Антофій Н. М. // Культура народів Причорномор'я, 2009. – № 176. – С. 7-10.

11. Галак Я. М., Івашків Т. С., Івашків І. М. Аспекти

підвищення експортного потенціалу в молокопродуктовому підкомплексі в умовах забезпечення його конкурентоздатності. Галак Я. М., Івашків Т. С., Івашків І. М. // Інноваційна економіка, 2010. – № 2. – С. 73-75.

On the basis of the analysis of existing scientific and practical approaches the ways of activation of international economic activity and increasing the export potential of light industry enterprises are proposed.

УДК 658.64

Шпильова Ю. Б.

ТОРГОВЕЛЬНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ЯК ОДИН З ЕЛЕМЕНТІВ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Досліджено особливості торговельного обслуговування населення України. Описано тенденції та чинники розвитку торговельної сфери, виявлено базові елементи та запропоновано напрями поліпшення торговельного обслуговування населення в Україні.

Ключові слова: роздрібна торгівля, сфера торгівлі, торговельного обслуговування населення, якість торговельного обслуговування населення.

I. Вступ. Основою сучасної економічної стратегії є підвищення ефективності функціонування економіки країни. Основою цього є перехід до принципово нової моделі управління, заснованої на поєднанні ринкового саморегулювання з державним регулюванням діяльності суб'єктів господарської діяльності. Така ситуація вимагає всеохоплюючого реформування економіки та реконструкції господарського механізму всієї економічної системи, перетворень у діяльності господарюючих суб'єктів. Поряд з цим, необхідно здійснити коригування та розвиток наукових уявлень про роль держави у функціонуванні економіки на сучасному етапі розвитку країни. В останні роки були зроблені серйозні практичні кроки по створенню в Україні дійсно діючої ринкової економіки. Однак проведені заходи були не завжди науково обґрунтованими і послідовними, недостатньо враховували світовий досвід тощо.

Радянський період розвитку та функціонування роздрібною торгівлі в різних аспектах розглядали В. Бурмістров, В. Виноградов, Я. Бра-

мінський, Г. Озерова та ін. Серед дослідників які аналізували сучасний стан та особливості регулювання роздрібною торгівлі можна виділити О. Азарян, Л. Антонюк, В. Апопій, Л. Брагін, Н. Голошубова, В. Гросу О. Ковальчук, Л. Лігоненко А. Мазаракі, І. Міщук, Л. Омелянович, В. Ребицький, А. Савощенко, В. Стахівський, А. Ткач, Н. Ушакова, В. Якубенко та багато інших. Проте роботи, присвячені проблемі функціонування та особливо регулювання торгівлі в ринкових умовах, носять не цілісний характер, що підвищує їх значущість, і не охоплюють всі аспекти даної проблеми.

II. Постановка завдання. Концепція роздрібною торгівлі складається з чотирьох основних елементів: орієнтація на споживача, скоординовані дії, орієнтація на цінність, прагнення домогтися цілей. Це означає, що будь-яке роздрібно торговельне підприємство, визначаючи потреби своїх покупців, координує свої дії та плани для досягнення максимальної ефективності роботи по забезпеченню високої цінності для своїх клієнтів, яка передбачає відповідність ціни якості товару і рівню торговельного обслуговування. Саме споживач відіграє центральну роль у роздрібною торгівлі, тому увага до нього має бути на високому рівні [1]. Тому, незважаючи на глибину проведених досліджень, дуже актуальною є необхідність подальшого теоретичного та методологічного осмислення процесів, що відбуваються в торгівлі, розробки проблем функціонування та розвитку сфери торгівлі, реформування її господарського механізму, досягнення високої якості торговельного обслуговування населення тощо.

Процес регулювання роздрібною торгівлі, на наш погляд, доцільно розглядати і здійснювати у відповідності з структуризацією на окремі складові. У відповідності з цим, з урахуванням специфіки діяльності торгівлі, необхідно виділити основні елементи роздрібною торгівлі, що підлягають регулюванню. Серед таких, в ринкових умовах, вважаємо за доцільне розглядати: торговельне обслуговування населення; комерційну діяльність організацій роздрібною торгівлі; розвиток мережі роздрібною торгівлі; розвиток організаційної структури торгівлі тощо.

III. Результати. Торговельне обслуговування населення – етап на якому здійснюється реалізація товарів безпосередньо кінцевим споживачам – роздрібним покупцям. Він завершує процес руху товарів з сфери виробництва в сферу особистого споживання. У ньому проявляються результати діяльності всієї роздрібною торгівлі. В першу чергу, торговельне обслуговування населення має такий елемент як «якість торговельного обслуговування населення», яка виражає вимоги населення до торгівлі (це те, що безпосередньо сприймає, відчуває на собі кожен покупець). Основна мета функціонування роздрібною торгівлі полягає в досягненні високої якості торгового обслуговування населення.

Найпоширеніший показник якості торговельного обслуговування, що використовується і до цього часу, є коефіцієнт рівня культури обслуговування покупців у магазині, який включає коефіцієнти стійкості асортименту товарів, що надаються покупцям послуги, витрати часу покупців на очікування обслуговування, рівня культури обслуговування на думку покупців [2]. Хоча зазначений показник має серйозні недоліки, він не враховує деякі найважливіші складові, що виникають в ринкових умовах. Слід зауважити, що багато організацій торгівлі розглядають поняття «якість торговельного обслуговування населення» дуже спрощено. Так, в це поняття включають від 1 до 3 елементів якості торговельного обслуговування, що вказує про недостатню обізнаність щодо процесу торгового обслуговування потреб населення.

Якість торговельного обслуговування варто розглядати в площині, перш за все окремого населеного пункту та виділити такі елементи цього показника як: *асортимент товарів, що реалізується* (асортимент постійно наявних в об'єктах торгівлі (з урахуванням їх місцезнаходження); інформування населення про товари які ре-

алізуються тощо); *режим роботи об'єктів торгівлі* (час відкриття і закриття об'єкта торгівлі; перерва на обід; режим роботи у виході та святкові дні; закриття на ремонт, облік тощо). Майже третина об'єктів торгівлі мають, на думку експертів, незручний для населення режим роботи, та порушують встановлений режим; *культура спілкування з покупцями* (культура мови та одягу працівників, які обслуговують населення; особиста гігієна; ввічливе, уважне ставлення до покупців). Етика обслуговування розпочинається із внутрішньої культури працівників магазину. Вона передбачає уважне, привітне й ввічливе ставлення продавців до різноманітних за типом темпераменту, широтою світогляду і культури покупців. У практиці торгівлі її культура полягає в оптимальному поєднанні культури і якості обслуговування [5]; *культура утримання об'єктів торгівлі* (екстер'єр та інтер'єр будівлі магазину; рекламне оформлення магазину; естетичність торгового-технологічного та холодильного обладнання; санітарний стан об'єкта торгівлі); *витрати часу на переміщення до об'єкта торгівлі* (час пересування на громадському транспорті; час пересування пішки); *якість товарів* (відповідність якості реалізованих товарів вимогам стандартів і нормативів, а також оголошеним організацією торгівлі; інформування покупців про якісні характеристики товарів; наявність сертифікатів на товари тощо); *можливість ознайомлення з товарами* (наявність доступу покупців до товарів; консультування працівниками торгівлі покупців про товари та їх властивості; наявність паспортів та інструкцій на товари; інформування покупців про склад і властивості товарів); *зручність відбору товарів і розрахунків за покупки* (наявність зустрічних потоків покупців, наявність черг, наявність і зручність інвентарної тари для відбору товарів); *надання покупцям додаткових послуг* (перелік надаваних додаткових послуг; вартість, якість і час надання послуг; інформування покупців про послуги тощо). Головним критерієм оцінювання якості послуг є визначення рівня задоволення споживача послугами. Торговельна послуга представляє собою особливу форму продукту, що являє собою організацію й виконання торговельних функцій роздрібним торговельним підприємством [3]. Роздрібна торгівля повинна не тільки забезпечувати свого споживача широким асортиментом товарів, але й зробити таку пропозицію максимально легкою і приємною; *кількісні (об'ємні) характеристики*

ки товарів (відповідність ваги, обсягу, розміру товару оголошеному, а також встановленим нормам (еталонам); відповідність розфасовки потребам покупців); *витрати часу на очікування обслуговування* (витрати часу покупців на стояння в чергах; витрати часу на доставку товарів (при доставці товарів додому)); *рівень цін на товари* (інформування покупців про ціни товарів, що продаються та їх зміни). Перелічені елементи якості торговельного обслуговування населення можна, в свою чергу, розкласти на складові, що залежить від глибини дослідження цього показника.

В даний час відносно багатьох елементів якості торговельного обслуговування населення є серйозні розбіжності між потребами населення і фактичним станом даних елементів які значною мірою відображають інтереси організацій торгівлі. Покупці, природно, зацікавлені в максимально високій якості торговельного обслуговування, в певному значенні кожного його елемента. У той же час інтереси організацій торгівлі визначаються головним чином їх основної внутрішньої метою – максимізації її прибутку. Тобто спрямованість самоврядування багатьох організацій торгівлі не повною мірою відповідає потребам населення. Така ситуація склалася також із заходами щодо вдосконалення торгово-технологічного процесу, вдосконалення якого приведе до суттєвих економічних і соціальних ефектів для населення, зокрема зниження витрат обслуговування (витрати споживання), пов'язані з витратами часу покупців на пошук і покупку товарів, але вимагають від організацій торгівлі певних витрат. Так, недостатній розвиток прогресивних методів продажу товарів тягне за собою додаткові втрати населенням часу на торговельне обслуговування – простої в чергах в очікуванні обслуговування, ознайомлення з товарами, зважування та відпуск товарів тощо. Тому в якості витрат у сфері обігу доцільно розглядати і час покупців, використаний на пересування до об'єкта торгівлі, пошук товарів, очікування в черзі і саме торговельне обслуговування. Крім того, скорочення витрат часу населення на придбання товарів дозволяє домогтися позитивного соціального ефекту в результаті використання вивільнився часу на самоосвіту, відпочинок. В даному випадку соціальний ефект характеризується лише якісно.

Хоча організації торгівлі також небайдужі до проведення заходів щодо вдосконалення торго-

во-технологічного процесу та обслуговування населення, так як це нерідко веде до зростання економічної ефективності діяльності організацій торгівлі, а також до підвищення їх іміджу. Поряд з цим нестійкість економіки та суспільного життя країни, розбалансованість споживчого ринку не сприяє діяльності організацій торгівлі щодо поліпшення торговельного обслуговування населення, по впровадженню прогресивних методів продажу товарів і додаткових послуг покупцям. До того ж, практично кожен захід щодо вдосконалення торговельного обслуговування населення вимагає від організацій торгівлі разових чи довгострокових витрат, визначених капітальних вкладень, інвестицій, і, відповідно, збільшення витрат обігу. При цьому в більшості випадків, принаймні в початковий період, це викликає зниження розміру прибутку. Таким чином, є певне протиріччя між інтересами організацій торгівлі у вдосконаленні торгово-технологічного процесу торговельного обслуговування населення та необхідністю здійснення певних витрат. В сучасних умовах незбалансованості споживчого ринку, невисокого рівня загальної культури це протиріччя далеко не завжди вирішується на користь заходів щодо вдосконалення торговельного обслуговування населення. Має місце також елементарне незнання деякими працівниками торгівлі потреб населення в організації торговельного обслуговування, що пояснюється низьким рівнем або відсутністю їх професійної підготовки.

У відповідності з вищезазначеним, така ситуація по певному колу питань, а саме у використанні різних форм і методів впливу на елементи якості торговельного обслуговування, з урахуванням їх особливостей та інтересів організацій торгівлі, регуляції самоорганізації процесів торгівлі, а також у створенні певної спрямованості самоврядування організацій торгівлі з метою максимального наближення якості торговельного обслуговування до потреб населення.

Якість торгового обслуговування населення та його елементи знаходяться, на нашу думку, в залежності від ряду факторів. Деякі з них мають внутрішній по відношенню до організації торгівлі характер, інші – зовнішній. Одні діють незначний проміжок часу, інші – протягом тривалого. Найбільш значимими факторами, що впливають на багато елементів якості торговельного обслуговування населення, є: збалансованість споживчого ринку, рівень розвитку промислового і сільськогосподарського виробниц-

тва товарів у країні і даному регіоні, професійна підготовленість працівників торгівлі, рівень конкуренції в торгівлі, економічне становище організацій торгівлі.

До зовнішніх елементів, що визначають якість системи торговельного обслуговування в цілому, належать: стан розвитку економіки країни, вітчизняного виробництва споживчих товарів; забезпечення населення необхідною кількістю різних видів і типів об'єктів торгівлі за спеціалізацією та розмірами; оптимальне співвідношення магазинних і позамагазинних форм продажу товарів, у тому числі традиційних (ринків, дрібнороздрібної торгової мережі) і новітніх, створених на основі застосування комп'ютерної і телекомунікаційної техніки та технологій; раціональне розміщення торгових об'єктів на території міста; ступінь ефективності забезпечення захисту прав споживачів; якість діючих правил торгівлі та норм торговельного обслуговування населення. Від стану вирішення цих питань буде залежати успішне виконання соціальної функції торгівлі, а також широта й глибина пропонованого асортименту товарів і різноманітність послуг, зручність та комфорт при їх придбанні [4]. Регулювання якості обслуговування населення вимагає виявлення основних факторів, що впливають на елементи якості, та здійснення певних впливів на них, а також безпосередньо на деякі елементи якості обслуговування, з метою зміни існуючого становища, підвищення якості торговельного обслуговування населення. При цьому форми і методи регулювання повинні в обов'язковому порядку враховувати особливості кожного елемента якості торговельного обслуговування та мати суто індивідуальний характер. Так, якщо деякі елементи якості торговельного обслуговування вимагають регулюючих впливів, що мають довгостроковий, капітальний характер, то інші - постійного відстеження, оперативного, поточного контролю і адекватного ситуації регулювання, багато з них вимагають опосередкований впливів, окремі – безпосередніх.

Регулювання елементів якості торговельного обслуговування доцільно здійснювати за допомогою рекомендаційного впливу на організації торгівлі щодо впровадження та використання ними прогресивних методів продажу товарів, у тому числі самообслуговування, що забезпечують вільний доступ покупців до реалізованим товарам, а також забезпечення інформування покупців про склад і властивості цих

товарів. Крім того, за допомогою підготовки для торгівлі кваліфікованих кадрів. Вплив на розширення переліку додаткових послуг, що надаються об'єктами роздрібною торгівлі та поліпшенню їх якості вимагають розробки базового переліку необхідних покупцям послуг (пов'язаних з підготовкою товарів, зі створенням сприятливої обстановки при відвідуванні магазину, з наданням допомоги покупцям при використанні придбаних товарів) та рекомендацій для організацій торгівлі з їх реалізації, а також підвищення якості підготовки кадрів для сфери. Вплив на якість реалізованих населенню товарів можливе за допомогою розвитку промислового і сільськогосподарського виробництва, вдосконалення системи стандартизації та сертифікації шляхом відпрацювання механізму проведення сертифікаційних випробувань та видачі сертифікатів, здійснення контролю за якістю продукції, підвищення рівнів конкуренції в промисловості й торгівлі, збалансованості споживчого ринку, а також підготовка для промисловості й торгівлі кваліфікованих кадрів.

Забезпечення необхідних кількісних характеристик реалізованих населенню товарів можливо за допомогою створення системи контролю з боку відповідних державних контролюючих органів за станом машин та обладнання організацій торгівлі, дотриманням правил зважування та відмірювання товарів, за кількісними (об'ємними) характеристиками реалізованих товарів, а також за допомогою підготовки для торгівлі кваліфікованих кадрів. Непрямий вплив на рівень роздрібних цін на товари можливо за допомогою розвитку вітчизняного промислового та сільськогосподарського виробництва, активізації комерційної діяльності організацій торгівлі та забезпечення завезення ними в регіони необхідних населенню товарів, в необхідних обсягах, а також підвищення збалансованості споживчого ринку та рівня конкуренції в промисловості та торгівлі.

З метою скорочення витрат часу покупців на очікування обслуговування органам регулювання роздрібною торгівлі слід забезпечувати оптимальний розвиток і розміщення на території населених пунктів торговельної мережі, оснащення об'єктів торгівлі продуктивним торгово-технологічним і холодильним обладнанням. Сприяти впровадженню (чи відновленню) прогресивних методів продажу товарів, у тому числі самообслуговування, використання раціонального технологічного процесу обслуговування по-

купців, що враховує купівельні потоки. Крім того, здійснюється підготовка для торгівлі кваліфікованих кадрів тощо.

Щодо регулювання режиму роботи об'єктів роздрібної торгівлі необхідно змінити підхід до даного питання, надати в законодавчому порядку право місцевим адміністраціям встановлювати соціально значимим об'єктам торгівлі, незалежно від їх форм власності, режим роботи (з урахуванням побажань організацій торгівлі). Він може включати: час відкриття і закриття об'єктів торгівлі; час перерв на обід; порядок роботи у вихідні та святкові дні; порядок закриття на санітарні години і дні, ремонт, облік товарно-матеріальних цінностей, а також порядок і строки інформування про це населення тощо. При цьому слід враховувати територіальне вплив і режим роботи інших об'єктів торгівлі. Крім того, доцільно в законодавчому порядку зобов'язати всі організації торгівлі дотримуватися оголошений або встановлений місцевими адміністраціями режим роботи належних їм об'єктів торгівлі, своєчасно інформувати населення про його майбутні зміни.

Розширення асортименту реалізованих об'єктами роздрібної торгівлі товарів, максимальне наближення його до запитів населення вимагають насамперед вирішення ряду проблем, що мають всеохоплююче значення: розвитку промислового і сільськогосподарського виробництва, підвищення збалансованості споживчого ринку, рівня конкуренції. У регулювання торгівлі це передбачає створення сприятливих умов і певної спрямованості самоврядування організацій торгівлі на закупівлю і реалізацію необхідних населенню товарів, насамперед повсякденного попиту.

Вплив державних і місцевих органів на витрати часу населення на пересування до об'єктів торгівлі, точніше на їх оптимізацію, можна здійснювати за допомогою регулювання розвитку торговельної мережі, розміщення об'єктів торгівлі на території населеного пункту, з урахуванням асортименту реалізованих ними товарів, а також розвитку громадського транспорту, забезпечення інформування населення про місцезнаходження та інших даних про них. Отже, регулювання елементів якості обслуговування населення доцільно здійснювати в їх тісному взаємозв'язку.

IV. Висновки. Сукупність елементів якості торговельного обслуговування населення необхідно розглядати на певній території, регіоні,

місці тощо. Саме тому, роздрібну торгівлю на місцевому рівні можна розглядати як певну систему торговельного обслуговування проживає і тимчасово перебуває у ньому населення, покликану задовольняти його численні потреби в товарах і послугах. Дана система обслуговування повинна безперервно змінюватися, розвиватися відповідно до розвитку споживчого ринку і потреб населення, повинна мати складну структуру і включати: торгівлю всіма необхідними населенню товарами (продовольчими і промисловими, новими та уживаними); торгівлю у визначених місцях (за місцем роботи та навчання, на автомобільних магістралях, туристичних маршрутах, в будинках відпочинку і санаторіях, на вокзалах, у дитячих, лікувальних і пенітенціарних установах і т.д.); надання покупцям всіх необхідних їм додаткових послуг; торговельне обслуговування всіх категорій населення, в тому числі інвалідів та учасників війни, багатодітних сімей, дітей, одиноких престарілих громадян; торговельне обслуговування покупців з різним рівнем доходів, у тому числі що мають високі доходи, малозабезпечених громадян та інших; використання різних форм розрахунку за товари (готівкою, за допомогою кредитних карток, в кредит, у тому числі із застосуванням механізму кредитування населення при придбанні предметів тривалого користування); застосування різних способів інформування населення про організації та об'єктах торгівлі, про товари і послуги; використання різних видів торговельної мережі (стаціонарної, пересувний, дрібнороздрібної, посилкової тощо)

Разом з тим в умовах незбалансованості, незаповненості споживчого ринку (і за відсутності адекватного регулювання) самоорганізація і самоврядування торгівлі часом не спрямовані на створення такої системи торговельного обслуговування населення, формування всіх її елементів. Природно, що в таких умовах формується система торговельного обслуговування, істотно відрізняється від необхідної населенню. У зв'язку з цим державним органам доцільно забезпечувати створення оптимальної системи торговельного обслуговування населення місцевого поселення за допомогою використання регулюючих впливів (прямих і опосередкованих) на торговельні організації, створюючи необхідну для населення умови.

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический поход / Б. Берман, Дж. Еванс. – М.: Издательство дом «Вильямс», 2003. –1184 с.

2. Бурмистров В. Г. Организация торговли непродовольственными товарами / В.Г. Бурмистров [Учеб. для студентов]. – М.: Экономика, 1988. – 304с.

3. Виноградова С. В. Конкурентоспособность торговой услуги / С.В. Виноградова, Н.В. Маркина // Вестн. СП(Б)ГУ. – 2006. – Вип. 2. – С. 110-129.

4. Голошубова Н. О. Организация торговли: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / Голошубова Н. О. – К.: Книга. 2004. – 560 с.

5. Организация торговли: підручник / [В. В. Аполій, І. М. Міщук, В. М. Ребицький та ін.]; за ред. В. В. Аполія. [2-ге вид.]. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.

The features of commercial services in Ukraine. We describe the trends and factors of trade areas identified basic elements and suggested ways of improving the commercial public service in Ukraine.