

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглядаються особливості стратегій розвитку роздрібного підприємства в Україні. Аналізуються тенденції сучасного стану роздрібної торгівлі, зокрема її динаміка, вплив соціально-економічних чинників, регіональна експансія, зміна форматних пріоритетів споживачів, цінова політика та розвиток додаткових послуг. Виділено основні стратегії роздрібної торгівлі: лідерство за рахунок економії на витратах, диференціація, формування унікального іміджу підприємства та стратегічні варіанти розвитку. Досліджено фактори, що визначають ефективність діяльності роздрібних підприємств, а також можливі напрями їх удосконалення в умовах конкурентного ринку.

Ключові слова: роздрібна торгівля, розвиток підприємства, стратегії торгівлі, конкурентоспроможність, роздрібний товарооборот, цінова політика, асортимент, споживчий ринок, торговельні мережі, диверсифікація.

Abstract

The article examines the features of retail enterprise development strategies in Ukraine. The trends of the current state of retail trade are analyzed, in particular its dynamics, the influence of socio-economic factors, regional expansion, changing format priorities of consumers, pricing policy and the development of additional services. The main strategies of retail trade are highlighted: leadership through cost savings, differentiation, the formation of a unique image of the enterprise and strategic development options. The factors that determine the effectiveness of retail enterprises, as well as possible directions for their improvement in a competitive market, are investigated.

Keywords: retail trade, enterprise development, trade strategies, competitiveness, retail turnover, pricing policy, assortment, consumer market, retail chains, diversification.

Вступ

Роздрібна торгівля є важливою складовою економіки України, яка забезпечує потреби населення у споживчих товарах та формує значну частину валового внутрішнього продукту. Динамічний розвиток цього сектора обумовлений низкою факторів, зокрема рівнем купівельної спроможності населення, змінами у споживчих вподобаннях, впливом цифрових технологій, конкуренцією та інституційними перетвореннями. В останні роки роздрібна торгівля в Україні зазнала суттєвих змін, зокрема завершення приватизаційних процесів у сфері товарного обігу, зростання обороту роздрібної торгівлі та активне розширення мережевих підприємств.

Разом із позитивними зрушеннями спостерігаються і певні виклики. Темпи зростання роздрібного товарообігу відстають від темпів зростання доходів домогосподарств, що свідчить про зміну споживчих настроїв. Крім того, розвиток торгівлі відбувається нерівномірно, зокрема значна частина економічної активності зосереджена у великих містах, особливо в Києві, що пояснюється вищим рівнем доходів його мешканців. У таких умовах підприємства роздрібної торгівлі повинні адаптувати свої стратегії, впроваджувати ефективні підходи до управління ресурсами та вдосконалювати форми взаємодії зі споживачами.

Сучасні тенденції розвитку роздрібної торгівлі вимагають від підприємств підвищеної гнучкості у виборі форматів обслуговування та адаптації бізнес-моделей відповідно до змін ринкового середовища. Аналіз особливостей стратегічного розвитку роздрібних підприємств дозволяє визначити основні напрямки їхньої трансформації та шляхи підвищення конкурентоспроможності.

Результати дослідження

Аналіз сучасного стану роздрібної торгівлі в Україні засвідчує її стійку тенденцію до зростання. За останні роки спостерігається стабільне збільшення обороту роздрібного товарообігу, що є наслідком активізації внутрішнього ринку, розвитку торговельної інфраструктури та розширення мережевих форматів торгівлі. Водночас зміни у поведінці споживачів та зростаючі вимоги до рівня сервісу вимагають від підприємств постійного вдосконалення своїх стратегій.

Однією з ключових тенденцій сучасної роздрібної торгівлі є регіональна експансія та глобалізація. Великі торговельні мережі прагнуть розширити свою присутність, створюючи нові точки продажу спочатку в межах

міста, а згодом у регіональному та національному масштабах. Така стратегія сприяє формуванню впізнаваного бренду, підвищенню рівня довіри з боку споживачів та зростанню частки ринку.

Важливим фактором успіху підприємств роздрібною торгівлі є їхня цінова політика. У сучасних умовах конкуренція змушує компанії застосовувати гнучкі механізми ціноутворення, пропонувати знижки, акційні пропозиції та спеціальні умови для різних категорій споживачів. Ефективна цінова стратегія дозволяє не лише залучати нових клієнтів, а й утримувати існуючих, що є особливо важливим у періоди економічної нестабільності.

Ще одним значущим напрямком розвитку є розширення додаткових послуг, які надаються покупцям. Роздрібні підприємства дедалі більше уваги приділяють сервісу, створюючи комфортні умови для шопінгу, розширюючи спектр супутніх послуг та покращуючи загальну якість обслуговування. Зокрема, велике значення набуває онлайн-торгівля, яка дозволяє споживачам здійснювати покупки безпосередньо з дому, що відповідає сучасним вимогам мобільності та зручності.

На основі аналізу стратегій роздрібних підприємств можна виділити дві основні конкурентні моделі:

Перша стратегія – лідерство за рахунок економії на витратах – передбачає максимальне зниження витрат та пропозицію товарів за низькими цінами. Такий підхід характерний для дискаунтерів, супермаркетів та гіпермаркетів, які роблять акцент на великих обсягах продажів, ефективному управлінні ланцюгами постачання та оптимізації операційних витрат.

Друга стратегія – диференціація – базується на створенні унікальної пропозиції для споживачів, орієнтовуючись на високу якість товарів, ексклюзивні бренди та покращене обслуговування. Ця модель є типовою для спеціалізованих магазинів, які прагнуть сформувати лояльну аудиторію шляхом надання унікального споживчого досвіду.

Крім того, підприємства роздрібною торгівлі можуть використовувати такі стратегічні підходи, як розширення цільового ринку, впровадження нових форматів торгівлі, розвиток асортиментної політики та диверсифікація діяльності, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності.

Висновок

Розвиток роздрібною торгівлі в Україні є динамічним процесом, що відбувається під впливом численних внутрішніх і зовнішніх факторів. Дослідження підтверджує, що ефективність діяльності роздрібних підприємств значною мірою залежить від правильного вибору стратегії розвитку, здатності адаптуватися до змін ринкового середовища та впровадження інноваційних рішень.

Успішність роздрібних підприємств визначається їхньою здатністю реагувати на зміни у споживчих вподобаннях, формувати зручні та доступні канали взаємодії з клієнтами, застосовувати ефективні цінові механізми та вдосконалювати рівень сервісу. Стратегії, спрямовані на зниження витрат, підвищення якості товарного асортименту, регіональну експансію та розвиток онлайн-торгівлі, дозволяють роздрібним компаніям не лише втримувати свої позиції на ринку, а й забезпечувати стабільне зростання.

Враховуючи сучасні тенденції, підприємства роздрібною торгівлі повинні посилювати свою конкурентоспроможність шляхом оптимізації операційної діяльності, впровадження цифрових технологій та орієнтації на індивідуальні потреби споживачів, що є запорукою їхнього успішного розвитку в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 № 1023-XII (із змінами та доповненнями).
3. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» від 02.12.1997 № 671/97-ВР.
4. Герасимчук В.Г., Стратегічний менеджмент: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 448 с.

Іщенко Юлія Ігорівна – студентка групи 1Л-236, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: isenkoulia43@gmail.com

Нижник Юлія Олегівна – студентка групи П-216, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна** - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця. e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua

Ishchenko Yulia I. - Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: isenkoulia43@gmail.com

Nyzhnyk Yulia O. - Department of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna** - PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua