

4. Planning and development of urban and rural settlements. DBN 360-92 (2002). Available at: http://dbn.at.ua/load/normativy/dbn/dbn_360_92_ua/1-1-0-116 (in Ukr.).

5. Koval's'ka, L. L., Chuzhkova, O. Yu, Tkachuk, V. V. (2011). The mechanism for determining the optimal location of trade objects in the regions of the country *Tovaroznavchyy visnyk* [Commodity Bulletin], vol. 4, pp. 56-69 (in Ukr.).

6. Kornilyuk, R. (2010). New Trade Theory of Paul Krugman. Available at: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/poradnyk/108.htm (in Ukr.).



УДК 339.1

Е. О. Грицюк, к.е.н., доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ВПЛИВ РІВНЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ТОВАРООБІГ

Анотація

У даній статті наводяться результати дослідження, що визначають вплив стану матеріально-технічної бази підприємств торговельної сфери на їхній товарообіг. За результатами вивчення даної проблеми визначено, що в останніх дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених дана проблема вивчена недостатньо повно. Для того, щоби всебічно розкрити невирішені раніше частини загальної проблеми, у даній статті поставлені та вирішені наступні завдання: досліджена сутність матеріально-технічної бази торговельних підприємств і надана їх класифікація за основними класифікаційними ознаками; визначені основні види сучасних торговельних підприємств і надані їх характеристики з точки зору обсягу й якості їх матеріально-технічної бази; визначені основні форми розвитку елементів матеріально-технічної бази підприємства, які безпосередньо чи опосередковано можуть впливати на зростання його товарообороту. За результатами проведеного дослідження у статті зроблені відповідні висновки.

Ключові слова: дослідження, товарообіг, матеріально-технічна база підприємства, торговельна сфера, класифікаційні ознаки, оптова торгівля, роздрібна торгівля.

Э. О. Грицюк, к.э.н., доцент,
Черновицкий торгово-экономический институт КНТЭУ,
г. Черновцы

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ЕГО ТОВАРООБОРОТ

Аннотация

В данной статье приводятся результаты исследования, которые определяют влияние состояния материально-технической базы предприятий торговой сферы на их товарооборот. По результатам изучения данной проблемы определено, что в последних исследованиях отечественных и зарубежных ученых данная проблема изучена недостаточно полно. Для того, чтобы всесторонне раскрыть нерешённые раньше части общей проблемы, в данной

статье поставлены и решены следующие задачи: исследована сущность материально-технической базы торговых предприятий и подана их классификация по основным классификационным признакам; определены основные виды современных торговых предприятий и наведены их характеристики с точки зрения объема и качества их материально-технической базы; определены основные формы развития элементов материально-технической базы предприятия, которые непосредственно или косвенно могут влиять на рост товарооборота. По результатам проведенного исследования в статье сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: исследование, товарооборот, материально-техническая база предприятия, торговая сфера, классификационные признаки, оптовая торговля, розничная торговля.

Постановка проблеми. Сучасні торговельні підприємства знаходяться сьогодні у жорстких умовах конкурентної боротьби. Для того, щоби вистояти і перемогти у цій боротьбі, вони мають піклуватись про оздоровлення свого фінансового становища, а це є можливим лише за умов підтримання у належному стані основних показників своєї фінансово-господарської діяльності. Один з таких показників – товарооборот торговельного підприємства, саме від нього залежать всі сторони діяльності підприємства і, насамперед, рівень його прибутковості, можливості розрахунку зі своїми кредиторами, здійснення витрат на перспективний розвиток, у тому числі забезпечення розвитку власного персоналу. Увага до цього показника завжди буде приділятися всіма дослідниками, які цікавляться проблемами розвитку торговельних підприємств.

Достатність аналізу останніх досліджень. Серед вітчизняних і зарубіжних вчених, які займались проблемами товарообороту торговельного підприємства, можна назвати такі відомі прізвища, як Н. О. Власова, Н. О. Голошубова, П. Кален, Н. С. Краснокутська, М. Леви, А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, Е. Ньюмен, Т. С. Пічугіна, О. А. Круглова, Н. О. Гайдар, Л. А. Хасид, Й. Ф. Шерр. Всі вони тією чи іншою мірою займались проблемами, пов'язаними з обсягом товарообороту, і факторами, що на нього впливають.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. На наш погляд, не досить повно у відповідній науковій літературі висвітлена роль матеріально-технічного забезпечення з точки зору його впливу на можливості зростання товарообороту торговельного підприємства. Особливо актуально постає ця проблема саме у наш час, коли якість матеріально-технічного забезпечення і підходи до його формування дещо змінюються. Тому, це викликало наш інтерес і бажання розібратися у цій проблемі більш детально. Адже матеріально-технічна база є у будь-якого сучасного торговельного підприємства, і питання полягає лише у тому, у якому стані вона знаходиться та як її правильно розвивати, щоби вона

позитивно впливала на основні показники його фінансово-господарської діяльності і, насамперед, на його товарооборот.

Цілі і основні завдання наукового дослідження. Головна мета даного наукового дослідження полягала у визначенні впливу матеріально-технічної бази торговельного підприємства на зростання його товарообороту. Для досягнення основної мети даного дослідження нами були поставлені і виконані наступні завдання:

- дослідити сутність матеріально-технічної бази торговельного підприємства і надати його класифікацію за основними класифікаційними ознаками;
- дослідити основні види сучасних торговельних підприємств і охарактеризувати їх з точки зору кількості і якості їхньої матеріально-технічної бази;
- визначити основні форми розвитку елементів матеріально-технічної бази підприємства, які прямо чи опосередковано можуть впливати на зростання його товарообороту.

Виклад основного матеріалу. Під матеріально-технічною базою підприємств торгівлі розуміють сукупність засобів праці, що використовуються та впливають на основні торговельно-технологічні процеси підприємств даної сфери діяльності. Матеріально-технічна база, як правило, відображається у натурально-уречевленій формі.

Поняття «матеріально-технічна база» є більш широким поняттям, ніж, скажімо, «основні засоби» з декількох причин. Так, по-перше, у склад господарських засобів не входить господарський інвентар та малоцінні і швидкозношувані предмети (з терміном експлуатації до одного року), що використовуються як засоби праці у торговельно-технологічних процесах. Ці предмети враховують у складі обігових виробничих засобів. По-друге, до основних засобів підприємств не відносяться орендовані приміщення.

Класифікація матеріально-технічної бази підприємств вже традиційно відбувається за наступними критеріями:

- за формами власності (державна, муніципальна, приватна тощо);
- за сферами діяльності (роздрібна та оптова торгівля, підприємства харчування);
- за приналежністю (власна чи орендована);
- за місцем розташування.

У склад торговельної мережі можуть включати магазини, палатки, кіоски тощо.

До магазинів, як правило, відносять спеціально обладнану стаціонарну будівлю (або його частину), призначену для товарів та надання послуг споживачам. Магазин має мати торговельні площі та приміщення для прийому, зберігання та підготовки товарів до продажу.

За типами магазину можна класифікувати наступним чином:

- супермаркети та гіпермаркети (широкий перелік харчових та промислових споживчих видів продукції повсякденного попиту);
- універсальні (універмаг, універсам, гастроном, товари повсякденного попиту тощо);
- спеціалізовані продовольчі та непродовольчі магазини (хліб, фрукти-овочі, меблі, книги тощо);
- неспеціалізовані продовольчі і непродовольчі магазини (продукти, промтовари, все для дому тощо).

До основного змісту матеріально-технічної бази торгівлі відносять: торговельний комплекс, торговельний центр, торговельну площу магазину, загальну площу магазину тощо.

Під торговельним комплексом розуміють сукупність торговельних підприємств, що реалізують універсальний асортимент та надають широкий набір послуг, а також забезпечують централізацію функцій господарського обслуговування торговельної діяльності.

Торговельний центр відрізняється від комплексу лише тим, що він розташований на певній території, побудований та управляється як єдиний господарюючий суб'єкт. Як правило, торговельний центр має стоянку для автомобілів.

Потужність торговельного закладу характеризується торговельною площею, тобто площею торговельного залу та площею приміщень для обслуговування покупців.

Окремі елементи матеріально-технічної бази торговельного підприємства мають значний вплив на рівень його товарообігу. Так, наявність просторих торговельних залів, їх оздоблення, забезпеченість сучасним торговельним обладнанням, касовими апаратами, що обладнані терміналами для розрахунку банківськими картками – все це приваблює покупців і перетворює заклади торгівлі на певні центри заохочення споживачів. Товарообіг таких закладів досягає вищого за середній рівень у населеному пункті, в якому вони розташовані. У супермаркетах, гіпермаркетах, сучасних торговельних центрах для того, щоби підвищити привабливість і збільшити обсяги товарообороту, невпинно приділяють велику увагу зростанню матеріальної бази підприємства. Наприклад, жодний із сучасних подібних торговельних закладів не може нормально функціонувати без наявності на прилеглій до нього території автомобільної стоянки. Опитування споживачів показують, що щораз більше покупців відвідує великі торговельні заклади не заради купівлі декількох товарів. Як правило, відвідують подібні заклади цілими родинами і закупають значну кількість товарів товари не на день-два, а

не менше, ніж на тиждень. Звичайно, без наявності автостоянки боротися з основними конкурентами було би неможливо.

Як правило, крупні торговельні заклади, окрім своєї основної діяльності, намагаються використовувати матеріально-технічну базу, якою вони володіють з метою здачі її в оренду. Тим самим вони приваблюють до даного торговельного закладу ще більшу кількість потенційних споживачів, що неодмінно має вплинути на кінцеві результати товарообороту основного підрозділу даного конкретного торговельного підприємства. Так, сучасні великі торговельні заклади віддають свої площі в оренду під сімейний відпочинок, який на сьогодні є дуже популярним серед споживачів. Поки діти граються на різноманітних ігрових майданчиках батьки мають можливість зайнятися шопінгом у даному торговельному закладі. Також, серед закладів відпочинку в даних торговельних центрах можуть бути майданчики для катання на роликах або льодові майданчики для катання на ковзанах. Дуже поширені різноманітні кафе, піцерії та інші заклади звичайного та швидкого харчування. Також на торговельних площах таких закладів розташовують аптеки, туристичні та страхові компанії, невеликі бутіки з продажу сучасного одягу, аксесуарів та сучасної побутової техніки, косметики, торговельні підрозділи з продажу канцелярських товарів, товарів для дітей різних вікових груп. У багатьох сучасних торговельних центрах є власні пекарні та кондитерські, що виготовляють різні хлібо-булочні вироби, а також тістечка та інші солодощі. Такі торговельні центри з високим рівнем диверсифікаційної діяльності, як правило, називаються вже торговельно-розважальними центрами.

Торговельно-розважальні центри стають справжнім осередком відпочинку всією родиною, зустрічей з друзями, діловими партнерами тощо. Потоки відвідувачів у таких центрах є достатньо щільними з ранку і до пізнього вечора. Якщо у торговельних закладах малого та середнього розміру після двадцятої години вечора торговельні потоки спадають у два-три рази, то у торговельно-розважальних центрах якраз навпаки, торговельні потоки можуть зростати у півтора-два рази.

Таким чином ми бачимо, що розгалуженість торговельного закладу за сферами діяльності суттєво впливає на кількість відвідувачів, а відтак і на величину його товарообігу. Тобто, у даному випадку ми можемо відзначити, що наявність такого елемента матеріально-технічної бази торговельного закладу, як кількість квадратних метрів торговельних площ, а також відповідна кількість розташованого на них торговельного та супутнього обладнання прямо впливає на обсяги товарообігу торговельного закладу. Чим більше таких площ і специфічного обладнання, тим більше можливостей у торговельного закладу є для диверсифікації своєї діяльності і, звідси, для збільшення свого товарообігу.

Наступною складовою матеріально-технічної бази торговельного підприємства, що прямо впливає на його товарообіг, є, на наш погляд, якість і сучасність самої матеріально-технічної бази. Справа у тому, що сучасний споживач висуває до торговельного закладу достатньо високі вимоги: євроремонт, сучасне найновіше торговельне обладнання, сучасні підходи щодо освітлення приміщення і товарів, викладка товарів за всіма вимогами мерчандайзингу. Таким чином, якісна складова матеріально-технічної бази торговельного підприємства значною мірою впливає на потік споживачів, а звідси і на товарообіг усього торговельного закладу.

Не можна не відзначити і такий момент, який, на наш погляд впливає на товарообіг, як впевненість споживача у тому, що зайшовши до конкретного торговельного підприємства, він обов'язково зможе придбати той товар, за яким він власне і прийшов. Тобто служба постачання має постійно відслідковувати товарорух і забезпечувати постійну наявність на полицях всіх товарів, що користуються попитом. Звідси виходить, що торговельний заклад обов'язково повинен мати відповідні складські приміщення, в яких у належних умовах, буде зберігатись така кількість товарів, яка є необхідною для задоволення поточних потреб споживачів. Тобто, йдеться про наявність у торговельного закладу достатньої мережі складських приміщень, які також є важливою частиною матеріально-технічної бази торговельного підприємства і які, безумовно, вносять свій внесок у збільшення товарообігу.

Висновки дослідження. За результатами проведеного нами дослідження можна зробити висновки щодо впливу матеріально-технічної бази на збільшення товарообігу торговельного підприємства. Так, з впевненістю констатуємо, що кількісні та якісні показники матеріально-технічної бази торговельного підприємства безпосередньо впливають на обсяг товарообороту торговельного підприємства. З метою збільшення свого товарообороту з позицій удосконалення елементів матеріально-технічного забезпечення кожне торговельне підприємство має дбати про:

- оптимізацію торговельних площ та їхню привабливість для потенційних споживачів з точки зору дизайну та ергономічних показників;
- оновлення торговельного устаткування;
- благоустрій навколишньої території, включаючи забезпечення потенційних покупців місцями для паркування;
- максимальну диверсифікацію торговельно-розважальної діяльності;
- наявність достатньої кількості складських приміщень для забезпечення невинної роботи по всіх групах товарного асортименту;
- забезпечення додаткових послуг споживачам через наявність розрахункових терміналів, що надають можливість оплати за товар платіжними картками; наявність камер схову тощо.

Для того, щоби максимально використовувати всі потенційні можливості матеріально-технічної бази підприємства за вказаними напрямками, кожному торговельному підприємству необхідно, на наш погляд, розробляти власну стратегію її розвитку. Оскільки лише системний підхід до розвитку матеріально-технічної бази може дати відчутні результати у вигляді збільшення товарообігу, а відтак і зростання основних показників прибутковості торговельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: монографія / Н. О. Власова, О. В. Клочкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Х., 2012. – 255 с.
2. Голошубова Н. О. Оптова торгівля: організація та технологія: навч. посібн / Н. О. Голошубова, В. Т. Торопков. – К.: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 265 с.
3. Економіка торгівлі / [Власова Н. О., Гросул В. А., Краснокутська Н. С., Круглова О. А., Чорна М. В., Филипенко О. М.]: навч. пос. – Х.: Світ книг, 2015. – 473 с.
4. Краснокутська Н. С. Потенціал торговельного підприємства: теорія та методологія: монографія / Краснокутська Н. С.; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків: ХДУХТ, 2010. – 247 с.
5. Леви М. Основы розничной торговли / М. Леви, Б. А. Вейтц; [под ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб.: Питер, 2001 – 448 с.
6. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів / А. А. Мазаракі та ін.; під ред. Н. М. Ушакової. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
7. Ньюмен Э. Оптовая и розничная торговля. Мерчандайзинг / Э. Ньюмен, П. Кален. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
8. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н. О. Власова, Т. С. Пічугіна, О. А. Круглова, Н. О. Гайдар. – Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2012. – 197 с.
9. Хасид Л. А. Розничные торговые сети в современной экономике / Л. А. Хасид. – М.: Едиториал УРСС, 2009. – 78 с.
10. Шерр И. Ф. Учение о торговле : в 2-х кн. / И. Ф. Шерр; пер. с нем. – М.: Перспектива, 2008. – 248 с.

Ernest Hrytsiuk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Chernivtsi Institute of Trade and Economics of KNUTE,
Chernivtsi

**THE INFLUENCE OF MATERIAL AND TECHNICAL BASE LEVEL OF
TRADING ENTERPRISE ON ITS TURNOVER**

Summary

Results of researches are pointed out in the article. It determines influence of state of material and technical base on trade enterprises sphere at their commodity turnover. In accordance with the results of analyzed problem it is defined that in the last researches of home and foreign scientists this problem is not studied full enough. In an order to disclose the unsolved before parts of general issue the following tasks are underlined and solved in this article: essence of material and technical base of trade enterprises is investigated and its classification is given on basic classification features; the basic types of modern trade enterprises are pointed out and their characteristics are given from the point of view of volume and quality of their material and

technical base; the basic forms of elements development of material and technical base of an enterprise are determined, that directly or indirectly can influence increase of commodity turnover. According to the results of the study, the article presents corresponding conclusions.

Keywords: research, turnover, material and technical base of an enterprise, commercial sphere, characteristic features, wholesale, retail.

References:

1. Vlasov, N.A., Klochkova, A.V. (2012). Rozdribni torhovel'ni merezhi: rehional'ni factory rozvytku [Retail network: regional development factors]. Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 255 p. (in Ukr.).
2. Holoshubova, N.A., Toropkov, V.T. (2005). Optova torhivliia: orhanizatsiia ta tekhnolohiia [Wholesale trade: organization and technology]. Kyiv, 265 p. (in Ukr.).
3. Vlasov, N.A., Grosul, V.A., Krasnokuts'ka, N.S., Kruglov, A.A., Chorna, M.V., Filipenko, A.M. (2015). Ekonomika torhivli [Economy Trade]. World Books, Kharkiv, 473 p. (in Ukr.).
4. Krasnokuts'ka, N.S. (2010). Potensial torhovel'noho pidpriumstva: teoriia ta metodolohiia [Potential commercial enterprise: Theory and Methodology]. Kharkiv. state. University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 247 p. (in Ukr.).
5. Levi, M., Weitz, B.A. (2001). Osnovy roznichnoj togovli [The fundamentals of retail trade]. Ed. N.N. Kapturevsky, Peter, St. Petersburg, 448 p. (in Russ.).
6. Mazaraki, A.A. etc. (1999). Ekonomika torhovel'noho pidpriumstva [Commercial enterprise economy]. Ed. N.M. Ushakova. Khreshchatyk, Kyiv, 800 p. (in Ukr.).
7. Newman, E., Calen, P. (2005). Optovaja i roznichnaja togovlja. Merchandajzing [Wholesale and retail trade. Merchandising]. Peter, St. Petersburg, 416 p. (in Russ.).
8. Vlasov, N.A., Pichugin, T.S., Kruglov, A., Gaidar, N. (2012). Otsinka efektyvnosti hospodars'koi diial'nosti pidpriumstv rozdribnoi torhivli [Evaluation of economic efficiency of retailers]. Izd Ivanchenko I., Kharkiv, 197 p. (in Ukr.).
9. Hasid, L.A. (2009). Roznichnye togovye seti v sovremennoj jekonomike [Retail trade networks in the modern economy]. Editorial URSS, 78 p. (in Russ.).
10. Sherr, I.F. (2008). Uchenie o togovle [The doctrine of trade]. Perspective, Moskva, 248 p. (in Russ.).



УДК 631.164.23:238.431

Н. В. Кузьменко,

Полтавська державна аграрна академія,

м. Полтава

**ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙ В
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація

Стаття присвячена актуальній, як з теоретичної, так і з практичної точки зору, проблемі систематизації існуючих підходів та формування авторської класифікації інвестицій в сільськогосподарські підприємства. На основі результатів дослідження теоретичних підходів до трактування дефініції «інвестиції», критичного аналізу існуючих у світовій та вітчизняній літературі класифікацій інвестицій, визначення значимості (забезпечення зростання ВВП, зайнятості населення, продовольчої та бюджетної безпеки держави тощо) та дослідження особливостей інвестування в сільське господарство (вітчизняний та зарубіжний досвід) запропоновано авторський підхід до класифікації інвестицій в сільське господарство, що