

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ  
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ**

## **ЗБІРНИК ТЕЗ**

*IV-ї Всеукраїнської інтернет конференції*

*молодих вчених і здобувачв вищої освіти*

**“ЕКОЛОГІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ  
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ”**

**17-19 травня 2017 року**



**м. Миколаїв**

**Організаційний комітет:**Голова та співголова оргкомітету:

НОВИКОВ О.Є. – д.е.н., професор, проректор з наукової роботи МНАУ

ШЕБАНІНА О.В. – д.е.н., професор, декан факультету менеджменту МНАУ

ЄРМАКОВ О.Ю. – д.е.н., професор кафедри економіки праці та розвитку сільських територій

ДАНИЛКО В.К. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки Житомирського державного технологічного університету

Члени оргкомітету:

1.КОТИКОВА О.І. – д.е.н., професор, завідувача кафедрою економіки підприємств МНАУ

2.КОВАЛЕНКО Г.В. – к.е.н., асистент кафедри економіки підприємств МНАУ

3.КРИЛОВА І.Г. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств МНАУ

4.МЕЛЬНИК І.О. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств МНАУ

5.ОЛІЙНИК Т.Г. – к.е.н., старший викладач кафедри економіки підприємств МНАУ

6. ХРИСТЕНКО О.А. – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств МНАУ

**Екологічні та соціально-економічні аспекти розвитку економіки в умовах євроінтеграції:** тези доповідей *Всеукраїнської інтернет конференції молодих вчених і здобувачів вищої освіти* 17-19 травня 2017 р. / за ред. І.О. Мельник та ін. – Миколаїв. 2017. – с.

Збірник містить матеріали за такими тематичними напрямками: «Екологізація економіки та освіти як чинник стійкого розвитку суспільства», «Регіональні аспекти стійкого розвитку агропромислового комплексу та сільських територій», «Глобалізаційні процеси економіки та їх вплив на розвиток окремих регіонів», «Демографічні та міграційні проблеми регіонів України», «Державне управління: удосконалення та розвиток», «Особливості бухгалтерського обліку та фінансового забезпечення розвитку економіки на макро- та мікрорівнях»

**Організатор конференції:**

Кафедра економіки підприємств Миколаївського національного аграрного університету

**Учасники конференції:**

Миколаївський національний аграрний університет

Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління Мінприроди України

Донбаський державний технічний університет

Житомирський державний технологічний університет

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Національна академія державного управління при Президентові України

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Національний університет харчових технологій

Полтавська державна аграрна академія

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

**СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ**

*Христенко О.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і логістики  
Полтавський національний технічний університет імені Ю.Кондратюка*

Роздрібна торгівля є одним із найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль у розвитку споживчого ринку та обслуговуванні населення. Внутрішній ринок споживчих товарів є узагальненим індикатором розвитку економіки, оскільки від його розмірів і ефективності залежить продуктивність інших секторів економіки та забезпечення рівноваги між попитом та пропозицією [1].

В умовах низької платоспроможності покупця в конкурентній боротьбі суб'єктів роздрібної торгівлі на перший план виходить private label (власна торгова марка, ВТМ). Власна торгова марка є чудовим антикризовим засобом, який допомагає ритейлерам зберігати прибуток. Private label – це низька ціна в поєднанні з високою маржею.

Вперше власна торгова марка на українському ринку з'явилася у торговельній мережі «Наш край». Цікавим є досвід впровадження ВТМ мережею «АТБ-маркет». Так, свою продукцію «АТБ-маркет» виводив не під однією-двома ТМ, як це робили інші мережі – для кожної групи товарів був свій бренд. У результаті на полицях магазину продукція не виглядала як суцільний private label. Таким же чином компанія звела до мінімуму ризики від неякісної продукції. Якщо з якихось причин покупцеві не подобався товар, негативний імідж стосувався окремої марки, а не мережі загалом.

Однак, не дивлячись на позитивний зарубіжний досвід, сприйняття ВТМ на вітчизняному ринку спочатку було досить на низькому рівні. Це було викликано тим, що українські споживачі занадто прив'язані до брендів. Та клопітка праця суб'єктів роздрібної торгівлі дала позитивний результат. Так, у 2015 р. в Україні продажі ВТМ зросли на 19% до 21,2 млрд. грн., в той

час як обсяг роздрібної торгівлі в порівняних цінах скоротився на 21% до 1 трлн. грн.

Також слід відмітити, що впровадження ВТМ не витісняє з полиць продукцію відомих товарних марок, а стимулює товаровиробників до здійснення інноваційної діяльності, що підвищуватиме рівень конкурентоспроможності їхньої продукції [2].

Одним з перспективних напрямів розвитку роздрібної торгівлі в Україні є активне використання інтернет-мережі. Поряд з позитивною стороною цього напрямку – підвищення сервісу обслуговування, є негативна сторона – поступове витіснення дрібного бізнесу.

Ще одним з напрямів розвитку роздрібної торгівлі в Україні є створення конкретного образу магазину. Сучасний покупець формує у своїй уяві певний образ магазину, який відвідує найчастіше. У зв'язку з цим першочерговими задачами суб'єктів роздрібної торгівлі є вивчення вимог і вподобань цільового сегмента споживачів; моніторинг поточних покупок; постійний аналіз конкурентів тощо. Все це дасть їм можливість створення свого унікального образу.

Враховуючи те, що роздрібна торгівля займає провідне місце в економіці України, її розвиток матиме позитивний вплив на загальноекономічну ситуацію в державі.

### **Список використаних джерел**

1. Гришко М.Г. Розвиток роздрібних торговельних мереж в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/9/13.pdf>

2. Тримати марку: чому роздрібна торгівля не може обійтися без private label [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1414203-trimati-marku-chomu-rozdribna-torgivlya-ne-mozhe-obijtisya-bez-private-label>