**Місюкевич Валентина Іванівна. Трансформація роздрібної торговельної мережі в сільській місцевості в умовах ринкової переорієнтації економіки (за матеріалами Центрального і Північно- східного районів України): дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / Укоопспілка; Львівська комерційна академія. - Л., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Місюкевич В.І. Трансформація роздрібної торговельної мережі в сільській місцевості в умовах ринкової переорієнтації економіки (за матеріалами Центрального і Північно-східного регіонів України). – Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.05 – економіка торгівлі та послуг. – Львівська комерційна академія, Львів, 2003.  У дисертації досліджуються проблеми трансформації сільської роздрібної торговельної мережі під впливом ринкових перетворень в економіці. Значна увага приділяється теоретичному дослідженню суті, класифікації і соціально-економічного значення торговельної мережі, розглядаються основні засади її розвитку в ринкових умовах. Виявлено тенденції розвитку сільської торговельної мережі у 1996-2002 роках, оцінено вплив чинників на розвиток і ефективність використання торговельної мережі. У роботі окреслено основні напрями розвитку сільської торговельної мережі в умовах перехідної економіки. | |
| |  | | --- | | Узагальнюючи результати вивчення процесів трансформації сільської роздрібної торговельної мережі в перехідних умовах, ми дійшли таких висновків:  1. Проведене дослідження роздрібної торговельної мережі у сільській місцевості засвідчило вкрай незадовільний стан сільської роздрібної торговельної мережі, яка різко знизила обсяги товарообороту (з 27% у сукупному роздрібному обороті 1990 р. до 11,4% - у 2002 р.), скоротилася чисельно у 1996-2002 роках на 38,2%. За цей період особливо швидко скорочувалася кооперативна торговельна мережа – на 13,8 тис. од., в т. ч. магазини з продажу непродовольчих товарів (10 тис. од.), а також проходило перепрофілювання крамниць у змішані, число яких за аналізованих 7 років зросло у 1,8 рази.  2. Своєю чергою, зменшення чисельності роздрібних торговців на селі веде до погіршення забезпеченості селян торговельною мережею як за числом крамниць, так і їх площею в розрахунку на 1000 мешканців. Ці негативні процеси відбуваються на фоні вибуття передусім крупних торговельних підприємств типу “Універмаг” і спеціалізованих магазинів.  3. Провідним типом магазинів в крупних внутрішньогосподарських центрах (більше 1000 мешканців) Центрального і Північно-східного регіонів є продовольчі крамниці, які займають 55,5-60,7% загалу, а в міру зменшення людності таких центрів до 62-75 відсотків зростає частка магазинів типу “ТПП” внаслідок значного зниження частки непродовольчих магазинів – до 4,1-6,3 відсотка, тоді як в рядових селах магазини “ТПП” взагалі домінують, і займають від 73 до 100 відсотків торгової мережі.  4. Трансформація роздрібної торговельної мережі у сільській місцевості в сучасних умовах повинна проводитися за такими напрямами як перепрофілювання сільських роздрібних торговельних підприємств; першочерговий розвиток мережі магазинів з торгівлі продовольчими товарами; зростання чисельності магазинів повсякденного попиту; концентрація у великих селах торгівлі непродовольчими товарами складного асортименту і довготривалого користування; створення багато профільних і комбінованих торговельно-сервісних підприємств; створення диверсифікованих багатопрофільних підприємств за рахунок використання діючих об’єктів та введення додаткових площ; розвиток мережі роздрібних підприємств для продажу фермерським, колективним, сільськогосподарським та особистим господарствам, сільськогосподарської техніки, інвентарю, насіння, саджанців, комбікормів, будівельних матеріалів з наданням споживачам різноманітних додаткових послуг.  5. Важливим напрямком у розвитку сільської торговельної мережі повинна стати робота із проведення пере спеціалізації магазинів і передачі їх за необхідності у розпорядження сільських та районних коопзаготпромів або районних кооперативних оптових торговельних баз, а також створення на вивільнених площах невеличких цехів з виробництва товарів народного споживання або переробки сільгосппродукції, спільних підприємств, пунктів надання побутових послуг населенню, відкриття їдалень, міні-барів, буфетів, закусочних та інших підприємств громадського харчування.  6. Удосконалення торговельного обслуговування сільського населення передбачає створення функціональної моделі торговельної мережі, яка повинна будуватися з урахуванням низки соціально-економічних факторів, які здійснюють суттєвий вплив на формування і розвиток сільської торговельної мережі. | |