**Мулярчук Василь Миколайович. Розвиток концентрації і спеціалізації підприємств роздрібної торгівлі на сільському споживчому ринку. : Дис... канд. наук: 08.00.04 – 2009**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Мулярчук В.М. «Розвиток концентрації і спеціалізації підприємств роздрібної торгівлі на сільському споживчому ринку». - Рукопис**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04–Економіка та управління підприємствами (економіка торгівлі та послуг).–Львівська комерційна академія. –Львів.–2008.  У дисертаційній роботі розкрито сутність, зміст та особливості процесів концентрації і спеціалізації роздрібної торгівлі у сільській місцевості, доведено взаємозв’язок і взаємообумовленість цих процесів, обґрунтовано засади і виявлено домінуючі тенденції розвитку концентрації і спеціалізації торгівлі в ринковому середовищі. Розроблено нормативну базу оптимального територіального розміщення об’єктів торгівлі, обґрунтовано підходи диференціації діяльності роздрібних підприємств та їх спеціалізації. Запропоновано моделі спеціалізації роздрібної мережі із врахуванням особливостей сільського укладу життя та специфіки сільської поселенської структури. | |
| |  | | --- | | Основні наукові та практичні результати дисертаційного дослідження, які дозволяють по-новому розв'язати важливу проблему розвитку конкурентного потенціалу роздрібної торгівлі на селі на базі концентрації і спеціалізації, полягають у такому:  1. Існуючі теоретичні положення трактують концентрацію переважно як зосередження ресурсного потенціалу торгівлі, що звужують сутність цього процесу. Тому в дисертації концентрація розглядається як "процес зосередження зростаючих обсягів продажу товарів і послуг у певних роздрібних торговців чи у певному місці (зоні діяльності) з метою посилення конкурентних позицій підприємств чи підвищення ефективності управління торгівлею". Відповідно до мети концентрації, виокремлюють два основних її види в торгівлі: концентрацію ресурсів і концентрацію управління (продавців). Таке трактування дозволяє виокремити і практично розвивати дві форми концентрації торгівлі в сільській місцевості для отримання конкурентних переваг і підвищення ефективності функціонування підприємств торгівлі.  2. У процесі дослідження сутності і характеру спеціалізації з'ясовано і теоретично доведено, що цей процес зумовлено поділом праці в торгівлі і він виражає не лише функціональний її аспект, а набуває більш широкого характеру - товарний, ціновий, споживчий та інші, що має велике значення для спеціалізації, типізації магазинів, моделювання роздрібних мереж, оптимізації їх структури в сільській місцевості, а також розвитку процесів спеціалізації торгівлі, обумовлених концентрацією.  3. Процеси концентрації і спеціалізації роздрібної торгівлі відбуваються під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. На сьогодні практично відсутній моніторинг цих факторів і спрямованості їх дії, що суттєво ускладнює виявлення сучасних тенденцій і прогнозування основних змін на перспективу. Враховуючи це, в роботі проведено детальну класифікацію факторів впливу на концентрацію і спеціалізацію роздрібної торгівлі. У сільській роздрібній торгівлі найсуттєвіший вплив на ці процеси чинять соціально-економічні, демографічні, географічні, транспортні, організаційно-технологічні, управлінські та фінансові фактори.  4. Структура, зміст, масштаби концентрації і спеціалізації формуються залежно від поселенської структури, а також життєвого середовища на селі. Врахування цих обставин дозволяє визначити оптимальну територіальну дислокацію, розмір і типи торговельних підприємств на конкретних сільських територіях.  5. Розширення масштабів сільської торгівлі, інтенсифікація конкурентного середовища на сільському споживчому ринку диктують пошук шляхів прискорення концентрації і спеціалізації. Тому в роботі обґрунтовано засади і методи концентрації роздрібної торгівлі на селі із врахуванням її багатоукладності і демонополізованості. Зокрема, крім традиційних методів нарощування ресурсного потенціалу, об'єднання і злиття запропоновано конкурентні методи: кооперація, диверсифікація, інновації, поглинання, корпоратизація мережі, що сприятиме нарощуванню конкурентного потенціалу роздрібних торговельних підприємств.  6. Подальше вдосконалення торговельного обслуговування населення нерозривно пов’язано з розвитком роздрібної торговельної мережі і координації цих процесів з боку органів місцевого самоврядування на основі використання нормативів розвитку торговельної мережі.  Нами розроблено і запропоновано якісно нові нормативи забезпеченості сільського населення торговельними площами магазинів, в основі розрахунків яких покладені не традиційні техніко-технологічні показники, а якісно нові соціально-економічні критерії і стандарти обслуговування, що сприяє соціально орієнтованому підходу у побудові оптимальної структури торговельної мережі в сільській місцевості.  Розроблені нормативи розвитку торговельної мережі повинні бути також основою для розроблення перспективних планів розвитку торговельної мережі в межах розробки Генеральних планів розвитку населених пунктів. Їх використання на практиці сприятиме розвитку процесів концентрації у сфері торгівлі.  7. В роботі науково обґрунтовано методичні підходи щодо оцінки процесів концентрації і спеціалізації із врахуванням як позитивних, так і негативних соціально-економічних наслідків їх дії, що дозволяє розташувати торговельні об'єкти в сільських територіях за критерієм не тільки економічної, але і соціальної ефективності їх функціонування і досягнення триєдиної мети: економічної стабільності, прибутковості і конкурентоспроможності торговельних підприємств на сільському споживчому ринку.  8. Враховуючи низьку купівельну спроможність сільського населення, важливим напрямом концентрації роздрібної торгівлі у сільській місцевості є диверсифікація діяльності роздрібних торгових підприємств. Виходячи з цього, у роботі визначено мотиви і мета диверсифікації, обґрунтовано теоретичні і прикладні аспекти диверсифікації як стратегічного напряму концентрації роздрібної торгівлі на базі техніко-економічних, економічних, фінансових, соціальних, стратегічних мотивів. | |