

*М. Д. Балджи, д.е.н., професор
Одеський національний економічний університет
м.Одеса
baldgi@ukr.net*

*В. О. Однолько, к.е.н., ст. викладач
Одеський національний економічний університет
м.Одеса
odnolko.vika@ukr.net*

МОДЕРНІЗАЦІЯ ТОРГОВИХ ЦЕНТРІВ В УКРАЇНІ

Для сучасного періоду розвитку економіки України характерним є суттєве розширення торговельної галузі, де спостерігається посилення конкуренції на ринку товарів, ускладнення господарських зв'язків між торговельними підприємствами, їх контрагентами та споживачами, поява ефективних методів активізації продажу. Підвищений рівень конкурентного середовища посилює активізацію торговельних підприємств в напрямку впровадження модернізації на всіх рівнях діяльності.

Останнім часом в Україні широке розповсюдження отримали торгові центри, які разом з тим, що реалізують товари, надають широкий спектр послуг, тому й користуються попитом у споживачів.

Успішний розвиток торгового центру багато в чому залежить від сформованої концепції та логічно побудованої стратегії. Проблема функціонування торгових центрів пов'язана з не повним задіянням великих приміщень, складнощами в реалізації товарів, наявністю кваліфікованого персоналу, значними витратами на енерго- та теплоносії і високим рівнем конкуренції зі сторони невеликих торговельних точок. Все це потребує сумлінного дослідження на етапі проектування торгового центру, врахування умов зовнішнього середовища, виявлення імовірних внутрішніх причин негативних проявів в управлінні та діяльності. Часто такі фактори своєчасно не були виявлені, тому й потребують впровадження принципів модернізації.

Модернізація торгових центрів охоплює радикальні зміни та оновлення в техніко-технологічному, організаційно-управлінському, інвестиційно-інноваційному масштабах та, що вкрай важливо, в особливостях покращення надання послуг. Переваги проведення модернізації полягають в особливостях її за діяннн як інтегрального процесу, що має включати сукупність окремих процесів перетворення і є основою здобутку стійкого та інноваційного руху і перспективного розвитку підприємств [1, с. 126]. Якщо ж такої інтеграції не існує, мова не може йти про модернізацію, адже окреме впровадження

покращень на певній ланці не дає загальної картини покращення існуючого стану підприємства.

На даний момент важливим для розвитку й стабільності в діяльності торгових центрів виступає досвід зарубіжних країн. Так, в Європі сформована і працює відмінна модель, яка має на увазі створення досконалої конкуренції, при якій залишаються тільки сильні гравці на ринку. Надалі вони вже й задають єдині правила і тенденції в обслуговуванні, використовуючи тільки передові технології, вирішуючи важливі питання при обслуговуванні споживачів (використання вторинної сировини, екологічна продукція, надання комплексу послуг).

Вважаємо за доречне залучити великі міжнародні бренди, в іншому випадку центри ризикують бути порожніми довгий час, оскільки в Україні немає необхідної кількості орендарів і переповнення ринку неякісними товарами не привертає увагу споживачів. Вигідніше виглядатимуть торгові центри середніх розмірів розташовані в нових мікрорайонах, що мають свою концепцію.

Таким чином, виникає потреба у змінах на різних рівнях:

- організаційно-управлінському (перегляд масштабів змін, виявлення слабких ланок, перегляд існуючої внутрішньої політики, формування тематичних напрямків, впровадження комплексного оновлення);
- техніко-технологічному (запровадження нового устаткування, залучення споживачів до конкретних процесів надання послуг, наявність сучасних технічних і технологічних складових, новітніх технологій в рекламі, зберіганні та реалізації товарів);
- економічному (залучення інноваційних бізнес-ідей, маркетингові кроки, придбання франшизи, пошук зацікавлених інвесторів та орендарів, врегулювання цінового сегменту);
- науково-технічному (впровадження новітніх наукових розробок вітчизняного і зарубіжного виробника, тісна співпраця з вітчизняними науковцями, залучення технологічного інжинірингу).

Отже, необхідність проведення модернізації в торгових центрах країни не викликає сумніву, що пов'язано з підвищенням конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Список використаних джерел

1. Проблеми та тенденції формування соціально-інноваційної політики сталого розвитку держави, регіонів, підприємств: колективна монографія / К.Ф. Ковальчука. – Павлоград: АРТ СИНТЕЗ-Т, 2014. – 352 с.

2. Торгові центри України. Тенденції та перспективи. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.red-develop.com/ru/informaciya/novosti-rinka-nedvijimosti/452.html>