



УДК 336.713.2

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ФІЛІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ КОМПАНІЇ (ДЛЯ КОМПАНІЙ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ)

Студ. Б.Р. Лисенко, гр. МГУР-16
Науковий керівник доц. Р.М. Федорак
Київський національний університет технологій та дизайну

На сучасному етапі розвитку України, більшість компаній роздрібною торгівлі вимушені зіштовхуватись з необхідністю розширення, а саме створення повноцінної філіальної мережі, за допомогою якої компанія може значно розширити межі своєї діяльності, захопити нові ринки та отримати лояльність нових покупців. Нажаль, на даний момент лише зарубіжні автори займаються цим питанням, але їх висновки, подекуди, не є актуальним для економіки нашої країни.

Метою написання роботи є розкриття особливостей і систематизація підходів до управління розвитком філіальної мережі компанії та адаптація їх до економічних реалій. Основним завданням можна вважати складання практичних рекомендацій для створення та розширення філіальної мережі компаній роздрібною торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес управління розвитком філіальної мережі, котрий полягає у розробці, створенні, а також подальшому розвитку філій, основною метою яких є збільшення прибутку компанії, а також розширення зон впливу.

Дослідження проводилось **методом** глибинного аналізу сучасних накопичених інформаційних джерел з питання розвитку філіальної мережі, а також методом формування існуючих прогалин та відкритих питань, відповідь на які необхідно було віднайти та сформулювати.

Наукова новизна полягає у формуванні особистого погляду на переваги та недоліки створення та управління розвитком філіальної мережі компанії, котрі можуть допомогти при вирішенні питання необхідності такого виду розширення компанії.

Роздрібна торгівля в Україні є одним із рушіїв економіки, оскільки до населення товар потрапляє саме завдяки даному виду продажу товарів. Це зумовлює великий потенціал для постійного розширення, удосконалення та захоплення частки ринку для усіх підприємств, котрі є його гравцями. Роздрібна торгівля представлена як великими, так і малими компаніями, а отже кожна із них має можливості для розширення.

Розвиток роздрібною торгівлі напряму залежить від таких факторів, як: купівельна здатність населення, конкуренція на ринку, вподобання потенційних покупців, а також товарозабезпечення.

На даному етапі становлення національної економіки розвиток роздрібною торгівлі відбуваються наступними діями: впровадженням та освоєнням сучасних технологій, розвитком електронної торгівлі через мережу інтернет та створенням повноцінних можливостей доставки, створенням дисконтних програм, наданням можливості оплати картками, а також створенням філіальної мережі.

Актуальним на сьогодні вважається поступова перебудова моделі управління бізнесом, що впливає і на розвиток філіальної мережі, оскільки змінюються пріоритети та загальні засади управління. Ці процеси зумовлюють зміни у відношенні до філій та до процесу управління їх розвитком. Найбільш актуальним на сьогодні є розвиток філіальних мереж банків, авто салонів, магазинів роздрібною торгівлі, заправок, а також компаній, що займаються страхуванням. Останнім часом можна спостерігати постійне збільшення компаній, котрі створюють свої філіальні мережі.

Перевагами створення та розвитку філіальної мережі компанії можна вважати: зниження маркетингових затрат, оскільки просувається єдине ім'я; захоплення великих географічних зон; створення нових ринків для збуту; можливість отримання додаткового



прибутку через розширення.

Недоліками філіальної мережі вважається: необхідність у великих інвестиціях; складність впровадження контролю за усіма процесами; складність у підборі необхідних місць для розміщення магазинів, адже існує необхідність у проведенні великої кількості досліджень; наявність незалежності керівників окремих магазинів.

Розвиток філіальної мережі компанії має стратегічний та поточний (операційний) рівні. На стратегічному рівні вирішуються питання загального розвитку філіальної мережі, а саме створення сильної стратегії та забезпечення процвітання. На поточному рівні відбувається управління розвитком самих магазинів та прийняття операційних рішень, котрі коригують діяльність філій на даний момент. Під час відкриття нових філій необхідно враховувати фактори: рентабельність, строки окупності, а також технологію дисконтованих потоків грошових коштів.

Управління розвитком філіальної мережі передбачає постійне відкриття нових магазинів, котрі мають необхідність у фінансуванні. Так, кошти для впровадження даного виду діяльності можна використати частково з нерозподіленого прибутку, але у будь якому випадку доведеться залучати кредитні кошти і у даному разі краще за все може підійти кредитування підприємств на 3-5 років.

Зарубіжний досвід створення великих філіальних мереж, де кількість магазинів доходить до 3000 показує, що досить часто необхідно проводити певні зміни у самому правлінні компанії. Ці зміни повинні зробити управління більш лінійним для того, щоб зменшити кількість ланок між продавцем і генеральним директором. Це дозволяє краще розуміти потреби покупців і постійно розвивати управління філіями.

У процесі управління розвитком існує шість основних етапів (табл. 1).

Таблиця 1 - Етапи процесу управління розвитком філіальної мережі

Етап 1	Визначення типу свого бізнесу (конкурентна стратегія на ринку)
Етап 2	Встановлення довгострокових та короткострокових цілей (відповідно до продажу, прибутку, долі ринку)
Етап 3	Визначення споживчого ринку (ринку орієнтування)
Етап 4	Розробка загального довготермінового плану (загальний напрямок подальшої діяльності компанії)
Етап 5	Реалізація інтегрованої стратегії (асортимент, розташування торгових точок, ціна, маркетинг та інші фактори)
Етап 6	Регулярна оцінка своєї діяльності (усувати оперативні проблеми)

Отже, виходячи з проаналізованих факторів можна надати наступне визначення управління філіальною мережею компанії. Управління філіальною мережею компанії - це процес прийняття ефективних управлінських рішень, котрі направлені на розвиток та збільшення кількості філій, основною метою створення яких є розширення діяльності компанії та отримання додаткового прибутку.

Виходячи з проаналізованої інформації можна зробити висновок, що компанії з роздрібною торгівлі при вирішенні питання про відкриття філії повинні приймати рішення, зважаючи на те, чи є у компанії шляхи залучення інвестицій. Також, керівництву компанії слід звернути увагу на те, що створення філіальної мережі має також негативні сторони і суттєво ускладнює діяльність компанії.

У ході роботи мною було виділено позитивні та негативні сторони управління розвитком філіальної мережі, а також сформовано окреме визначення, котре є одним із перших і пояснює мету даного виду діяльності.

Ключові слова: розвиток філіальної мережі, управління розвитком компанії; філіальні мережі; управління розвитком філіальної мережі компанії.