

РОЗДІЛ 5. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАГАЗИНІВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ASPECTS OF SHOPS DEVELOPMENT OF ODESA REGION

УДК 339.176(477.74)

Бегларашвілі О.П.

к.е.н., доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київський національний
торгівельно-економічний університет

Висвітлено регіональні аспекти основних показників розвитку магазинів роздрібної торгівлі Одеської області. Проаналізовано динаміку показників кількості підприємств, торговельної площі, товарообороту роздрібної торгівлі підприємств-юридичних осіб, забезпеченості населення торговельною площею, індекси споживчих цін.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, магазин, роздрібний товарооборот, Одеська область.

Освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Одесской области. Проанализирована динамика показателей количества

предприятий, торговой площади, товарооборота розничной торговли предприятий-юридических лиц, обеспеченности населения торговой площадью, индексы потребительских цен.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, магазин, розничный товарооборот, Одесская область.

The article clarifies regional aspects of the main indicators of Odesa region shops. The author has analyzed the dynamics: the number of companies, shops trading area, retail turnover of retail enterprises entities, provision of trading area, consumer prices indices.
Key words: retail network, shop, retail turnover, Odesa region.

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля відіграє важливу роль у регіональному розвитку економіки країни. Окрім основних функцій таких, як доведення товарів від виробника до споживача та здійснення торговельного обслуговування покупців, виділяють також опосередковані, але не менш важливі – створення робочих місць, надходження податкових платежів до бюджету, розвиток торговельних та виробничих відносин у регіоні та країні. Так відповідно до національних рахунків України за 2015 р., валова додана вартість оптової та роздрібної торгівлі становила 13,8% [7, с. 6]. А оплата праці найманих працівників у цій галузі становила у 2015 р. 101419 млн грн у фактичних цінах [7, с. 8]. Це свідчить не лише про розвиток внутрішньої торгівлі, а й про фактор зниження соціальної напруги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням проблем розвитку роздрібної торговельної мережі займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібної торгівлі, В. Апопій досліджує процеси і тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України [1], О. Голошубова працює над вивченням трансформації формату та структури роздрібної торгівлі [3] та О. Данкеєва аналізує класифікацію типів та особливості розвитку роздрібної торговельної мережі в умовах кризи [4].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз стану та тенденцій розвитку магазинів Одеської області.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розвиток роздрібної торгівлі у регіоні та країні значною мірою залежить від доходів та витрат насе-

лення, а також рівня інфляції. Так наявний дохід у розрахунку на одну особу в Одеській області у 2010 р. складав 15480,3 грн [10, с. 387], у 2014 р. цей показник відповідав 23545,0 грн [11, с. 374]. Незважаючи на зростання доходів протягом аналізованого періоду у 1,5 раза, варто враховувати рівень інфляції. «Важливість аналізу цінових тенденцій обумовлюється необхідністю дослідження доступності споживчих товарів у розрізі окремих регіонів. Інформаційною базою дослідження є дані Державної служби статистики України про індекси споживчих цін за регіонами України. Відповідні індекси цін доцільно називати регіональними індексами, що відображає специфіку сфери дослідження» [12, с. 48]. Індекси споживчих цін в Одеській області у 2010-2015 рр. представлено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Індекси споживчих цін в Одеській області у 2010-2015 рр. [6, с. 68]

(до попереднього року, %)

Показники	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Україна	109,4	99,8	100,5	124,9	143,3
Одеська обл.	110,5	99,4	100,9	127,2	144,6

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Одеській області протягом 2010 – 2015 рр. вищий за середній рівень по Україні за цей період. Проте, у 2014 р. у досліджуваному регіоні можна спостерігати ситуацію, коли індекс споживчих цін був вищий за загальнонаціональний на 2,3%.

«Індекс споживчих цін (індекс інфляції) є показником зміни у часі цін і тарифів на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Він вказує на зміну вартості фіксованого набору кошика товарів та послуг і є відношенням вартості споживчого кошика поточного року до його вартості у базовому році» [2, с. 8].

На думку О.Д. Тімченко, «обсяг роздрібного товарообігу є основним валовим показником діяльності торговельного підприємства. Він характеризує результат його діяльності стосовно залучення купівельних фондів споживачів. Саме реалізація певної маси товарів створює економічну основу для отримання певного обсягу доходів та прибутку, тобто формує передумови для реалізації стратегічних цілей діяльності підприємства. Розвитку товарообігу торговельних підприємств усіх форм власності та організаційно-правових форм діяльності надається велике значення в економічній і соціальній політиці країни» [9, с. 163].

Роздрібний товарооборот підприємств-юридичних осіб в Одеській області у 2010-2015 рр. представлений у таблиці 2.

Виходячи з даних таблиці 2, можна зробити висновок про зростання роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) в Одеській області у 2010-2015 рр. у 2,2 рази з 13379,6 млн грн у 2010 р. до 29723,5 млн грн у 2015 р. Аналогічна тенденція спостерігається із показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно продовольчими і непродовольчими товарами. Так у неспеціалізованих непродоволь-

чих магазинах цей показник підвищився у 3 рази. Значно зріс товарооборот поза магазинами (майже у 10 разів) – з 8,6 млн грн у 2010 р. до 85,5 млн грн у 2015 р. На думку вчених С.М. Ілляшенко та Т.Є. Іванової, це пояснюється тим, що «в Україні інтернет-торгівля є галуззю, що демонструє найшвидші темпи зростання зародження і перемістилася на етап зростання. Однак, обсяги інтернет-торгівлі у загальному обсязі роздрібною торгівлі є порівняно малими» [5, с. 76].

Важливим показником, що характеризує розвиток роздрібною торгівлі є стан товарних запасів (табл.3), адже вони є необхідною умовою функціонування підприємства торгівлі.

Показники таблиці 3 свідчать про суттєве збільшення вартості товарних запасів протягом досліджуваного періоду – більше, ніж у два рази, а також про зростання товарних запасів у днях торгівлі в 1,2 рази, що негативно впливає на оборотні активи підприємств торгівлі.

Основним видом роздрібною торговельної мережі є магазин. Магазины роздрібною торговельної мережі підприємств-юридичних осіб в Одеській області у 2010-2015 рр. характеризують показники таблиці 4.

Аналізуючи дані таблиці 4, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду в Одеській області зменшилась кількість магазинів з 2337 од. у 2010 р. до 2301 од. у 2015 р., що становить 2%. Про це свідчить зростання кількості магазинів у міських поселеннях з 1903 од. у 2010 р. до 2050 од. у 2015 р., що становить 8%, та зменшення їх кількості у сільській місцевості на 42%. Разом із

Таблиця 2
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Одеській області у 2010-2015 рр. [8, с. 24-25, за 15 с. 19]

(млн грн)

Товарооборот	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Товарооборот усього, у тому числі, що торгують переважно	13379,6	20976,0	23908,7	29723,5	222,2
продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	6542,6	10949,8	11433,8	14328,9	219,0
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	22,6	25,2	63,2	60,9	269,5
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	373,2	521,6	874,4	1147,7	307,5
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	6432,6	9431,3	11482,7	14100,5	219,2
поза магазинами	8,6	48,2	54,6	85,5	994,2

Таблиця 3
Товарні запаси у роздрібній мережі підприємств у Одеській області у 2010-2015 рр. [8, с. 66]

Товарні запаси	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
млн грн	2453,0	2968,7	3973,3	5258,6	214,4
у днях торгівлі	44	36	46	52	118,2

тим можна спостерігати збільшення торговельної площі магазинів на 22% за досліджуваний період.

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 29% та зменшення у сільській місцевості на 40%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 2148 м² у 2010 р. до 2615 м² у 2015 р., що відповідає 22%.

Протягом досліджуваного періоду зріс показник торговельної площі на 1 магазин. Так у 2010 р. торговельна площа одного магазину у становила 220 м², то у 2015 р. – 272 м², тобто збільшилася на 24%. Показник забезпеченості населення торговельною площею магазинів розраховується відповідно до демографічних показників регіону. Так чисельність наявного населення в Одеській області на 1 січня 2011 р. складала 2388,7 тис.

осіб, 66,8% з якої становило міське населення [10, с. 9]. На 1 січня 2016 р. чисельність наявного населення в Одеській області складала 2390,3 тис. осіб (66,9% – міське населення), тобто зросла на 0,1% порівняно з 2010 р. [11, с. 10]. Також, виходячи із наявних показників, можна стверджувати про зростання навантаження на один магазин. Якщо у 2010 р. воно становило 1022 особи на один магазин, то вже у 2015 р. цей показник зріс до 1039 осіб на один магазин.

«Можна констатувати новий стратегічний пріоритет розвитку роздрібної торгівлі, який суттєво змінює її структуру і пропорції. Йдеться про концентрацію товарообороту в крупних і середніх підприємствах торгівлі, частка яких досягла 80% в загальнонаціональному товарообороті, при тому що їх кількість не перевищує 5%. Такі структурні диспропорції в роздрібній торгівлі слід вважати

Таблиця 4

Магазини підприємств-юридичних осіб у Одеській області у 2010-2015 рр. [8, с. 96-98, 105-104]

Показники	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Кількість магазинів, од.	2337	2322	2318	2301	98
у міських поселеннях, од.	1903	2021	2049	2050	108
їх частка, %	81	87	88	89	+8
у сільській місцевості, од.	434	301	269	251	58
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	513	637	585	625	122
у міських поселеннях, тис. м ²	461	591	551	593	129
їх частка, %	90	93	94	95	+5
у сільській місцевості, тис. м ²	53	46	33	32	60
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	2148	2658	2439	2615	122
у міських поселеннях	2888	3684	3438	3714	129
у сільській місцевості	662	583	422	400	60
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	220	274	252	272	124
у міських поселеннях	242	292	269	289	119
у сільській місцевості	122	153	123	127	104

Таблиця 5

Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Одеській області у 2010-2015 рр. [8, с. 108, 116]

Магазини	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	755	535	513	482	64
їхня торговельна площа, тис. м ²	54	41	44	44	81
Супермаркети і універсами (від 400 до 2499 м ²), од.	94	115	118	129	137
їхня торговельна площа, тис. м ²	84	117	106	115	137
Гіпермаркети (від 2500 м ² і більше), од.	11	20	17	18	164
їхня торговельна площа, тис. м ²	81	148	108	113	140
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	162	137	152	187	115
їхня торговельна площа, тис. м ²	12	10	12	14	117
Разом продовольчі магазини, од.	1022	807	800	816	80
їхня торговельна площа, тис. м ²	231	316	270	285	123

Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Одеській області у 2010-2015 рр. [8, с. 109, 112-117]

Магазини	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2010 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	58	56	42	29	50
їхня торговельна площа, тис. м ²	8	9	7	6	75
Універмаги (від 2500 м ² і більше), од.	1	1	1	3	300
їхня торговельна площа, тис. м ²	3	4	4	82	2733
Будинки торгівлі (від 1000 до 2499 м ²), од.	0	0	7	8	-
їхня торговельна площа, тис. м ²	0	0	8	9	-
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	1256	1458	1468	1445	115
їхня торговельна площа, тис. м ²	270	307	295	243	90
Разом непродовольчі магазини, од.	1315	1515	1518	1485	113
їхня торговельна площа, тис. м ²	282	321	314	340	121

деформованими, оскільки вони призводять до суттєвої диференціації рівня торговельного обслуговування населення у великих і малих поселеннях, особливо в сільській місцевості; і є причиною монополізації сфери товарного обігу» [1, с. 9].

Проводячи дослідження тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі Одеської області, варто проаналізувати показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 5.

Дані таблиці 5 свідчать про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2010-2015 рр. з 1022 од. у 2010 р. до 816 од. у 2015 р. на 20%. Разом із тим можна зробити висновок про зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, на 36% протягом досліджуваного періоду і зменшення їхньої торговельної площі на 19%. На противагу даній ситуації, можна спостерігати зростання кількості супермаркетів та універсамів з 94 од. у 2010 р. до 129 од. у 2015 р., а також спеціалізованих продовольчих магазинів. Це свідчить про зміну структури об'єктів роздрібною торговельною мережі магазинів Одеської області протягом аналізованого періоду.

Тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі у Одеській області у 2010-2015 рр. допомагають виявити показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 6.

Аналізуючи показники таблиці 6, можна зробити висновок про значне зниження кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродовольчі товари, з 58 од. у 2010 р. до 29 од. у 2015 р., що відповідає 50%. Разом з тим, їхня торговельна площа залишилась без змін зменшилась лише на 25%, що свідчить про їх укрупнення.

Варто зазначити, що поява двох нових універмагів у 2015 р. дозволила значно мірою збільшити

їх торговельну площу до 82 тис. м². Аналогічну тенденцію можна спостерігати і з будинками торгівлі. У 2015 р. їхня кількість становила 8, а торговельна площа 9 тис. м². Кількість спеціалізованих непродовольчих магазинів зросла лише на 15%, однак їхня торговельна площа знизилась на 10%. На думку О. Данкесвої, «роздрібні мережі в Україні переживають складні часи існування. Як наслідок, спостерігаються наступні тенденції: зменшення кількості нових магазинів, відкритих протягом 2015 р.; переорієнтація на формати «магазин біля дому»; орієнтація споживачів на товари більш низького цінового сегменту; підвищення ефективності за рахунок логістики, установки кас самообслуговування тощо; заміщення імпортованих товарів українськими аналогами; розвиток власних торговельних марок мережі» [4, с. 80].

Висновки з проведеного дослідження. Роздрібна торговельна мережа магазинів Одеської області у 2010-2015 рр. характеризується певними структурними змінами. Це підтверджує зменшення кількості об'єктів роздрібною торгівлі, зменшення кількості продовольчих магазинів у міських поселеннях і сільській місцевості, збільшення кількості універмагів та будинків торгівлі, їхньої торговельної площі. Однак, забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб у міських поселеннях вища у два рази за аналогічний показник у сільській місцевості. Спостерігається певна диспропорція розвитку роздрібною торговельною мережі у міських поселеннях та сільській місцевості Одеської області.

«Роздрібна торговельна мережа як один із важливих чинників, що забезпечує якість життя людини, повинна бути орієнтована на обслуговування та задоволення потреб різних верств населення – від найбільш доможних» [3, с. 54].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Апопій В.В. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України / В.В. Апопій, Р.В. Криган, О. Р. Процишин // Торгівля,

комерція, підприємництво : зб. наук. пр. – Львів. – 2014. – № 16. – С. 7-13.

2. Беседін В.Ф. Дефляційна складова валового внутрішнього продукту / В.Ф. Беседін // Формування ринкових відносин в Україні. – 2016. – № 1 (176). – С. 8-13.

3. Голошубова Н.О. Роздрібна торгівля м. Києва: трансформація формату та структури / Н.О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 3. – С. 44-59.

4. Данкеєва О.М. Роздрібна торговельна мережа в Україні: класифікація типів та особливості розвитку в умовах кризи / О.М. Данкеєва // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6. – Част. 1 – С.78-84.

5. Ілляшенко С.М. Перспективи та основні проблеми розвитку інтернет-торгівлі в Україні / С.М. Ілляшенко, Т.Є. Іванова // Механізм регулювання економіки. – 2014. – № 3. – С. 72-81.

6. Індеси споживчих цін за 2015 р. К.: Державна служба статистики України. – 2016. – 182 с.

7. Національні рахунки України за 2015 рік. Статистичний бюлетень. К.: Державна служба статистики України. – 2016. – 23 с.

8. Роздрібна торгівля України у 2014 році. К.: Державна служба статистики України. – 2015. – 152 с.

9. Тімченко О.Д. Роздрібний товарооборот у системі показників діяльності підприємства торгівлі / О.Д. Тімченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2014. – № 2. – С. 160-166.

10. Чисельність наявного населення на 1 січня 2011 року К.: Державна служба статистики України.– 2011. – 112 с.

11. Чисельність наявного населення на 1 січня 2016 року. К.: Державна служба статистики України.– 2016. – 86 с.

12. Шкварчук Л.О. Регіональні особливості цінних коливань на споживчому ринку / Л.О. Шкварчук // Регіональна економіка. – 2014. – № 4. – С. 48-54.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

INNOVATIVE POTENTIAL AS A FACTOR FOR DEVELOPMENT OF REGIONAL SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

У статті розглянуті підходи до понять «регіон» як соціально-економічна система та «інноваційний потенціал регіону». Виділені напрями формування соціально – економічних систем регіону та ефективності використання його інноваційного потенціалу. Запропоновано напрями визначення стратегії удосконалення регіонального інноваційного розвитку.

Ключові слова: регіон, регіональна соціально-економічна система, інновації, інноваційний потенціал, інноваційна політика, інноваційний розвиток.

В статье рассмотрены подходы к понятиям «регион» как социально-экономическая система и «инновационный потенциал региона». Выделены направления формирования социально-экономических систем региона и эффективности использования

его инновационного потенциала. Предложены направления определения стратегии усовершенствования регионального инновационного развития.

Ключевые слова: регион, региональная социально-экономическая система, инновации, инновационный потенциал, инновационная политика, инновационное развитие.

In the article describes the approach to the concept of "region" as a socio-economic system and "innovative potential of the region." Allocated directions of formation of social and economic systems of the region, and effective use of its innovation potential. Directions determining the strategy to improve the regional innovation development

Key words: region, regional socio-economic system, innovation, innovative potential, innovative policy, innovative development.

УДК 332.142:316.422

Стенічева І.Б.

старший викладач кафедри менеджменту та соціальної роботи
Комунальний вищий навчальний заклад
«Інститут підприємництва «Стратегія»
Дніпропетровської обласної ради»

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку перед регіонами України постають нові орієнтири щодо інтенсивного використання нових можливостей господарювання, вимоги щодо використання на практиці інноваційних механізмів та важелів стимулювання соціально-економічного розвитку територій. Формування потужних інноваційних регіональних систем та високорозвиненого інноваційного потенціалу дозволить створити основу для економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності нашої країни в цілому. Оскільки інноваційний потенціал відіграє важливу

роль у забезпеченні довготривалого інноваційного розвитку економіки регіонів, то постає проблема всебічного дослідження цього поняття.

У зазначених умовах аспекти формування соціально-економічних систем регіону та оцінювання використання інноваційного потенціалу набувають значної актуальності через недосконалість практики їх оцінювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним питанням формування та функціонування регіональних інноваційних систем, використанню інноваційного потенці-