

СЕКЦІЯ 5 РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.176(477.81)

Бегларашвілі О.П.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київського національного торговельно-економічного університету*

РОЗВИТОК МАГАЗИНІВ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Метою статті є дослідження регіональних аспектів і тенденцій розвитку магазинів у роздрібній торгівлі Рівненської області. Висвітлено регіональні аспекти основних показників розвитку магазинів роздрібної торгівлі Рівненської області. Проаналізовано динаміку показників кількості підприємств, торговельної площі магазинів роздрібної торгівлі, товарообороту роздрібної торгівлі підприємств-юридичних осіб, забезпеченості населення торговельною площею, індекси споживчих цін.

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

Бегларашвили О.П. РАЗВИТИЕ МАГАЗИНОВ РОВНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Целью статьи является исследование региональных аспектов и тенденций развития магазинов в розничной торговле Ровненской области. Освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Ровненской области. Проанализирована динамика показателей количества предприятий, торговой площади магазинов розничной торговли, товарооборота розничной торговли предприятий-юридических лиц, обеспеченности населения торговой площадью, индексы потребительских цен.

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

Beglarashvili O.P. SHOPS DEVELOPMENT OF RIVNE REGION

The goal of the article is investigation the regional aspects and trends of shop development in Rivne region. The article clarifies regional aspects of the main indicators of Rivne 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.

Keywords: retail network, shop, retail turnover.

Вступ. 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 покушців, виділяють також опосередковані, але не менш важливі – створення робочих місць, надходження податкових платежів до бюджету, розвиток торговельних та виробничих відносин у регіоні та країні. Однак, роздрібна торгівля має певні регіональні диспропорції, що вимагає державного регулювання щодо її структурно-територіальної організації. «Дисбаланс у соціально-економічному розвитку територій ускладнює, а часом робить зовсім неможливою реалізацію соціально-економічної політики держави. Україна взяла курс на створення належних умов для забезпечення збалансованого і динамічного розвитку регіонів та усунення існуючих міжрегіональних диспропорцій» [2, с. 195].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі займаються зарубіжні та вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно-торгівлі, Г. П'ятиницька досліджує переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно-торгівлі продовольчими товарами [5], О. Голошубова працює над вивченням трансформації формату та структури роздрібно-торгівлі [3] та О. Кавун – особливостей функціонування торговельних мереж в Україні. Однак залишається низка проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження регіональних аспектів і тенденцій розвитку магазинів у роздрібно-торгівлі Рівненської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток роздрібно-торгівлі у регіоні та країні значною мірою залежить від доходів та витрат населення, а також рівня інфляції. Так, наявний дохід у розрахунок на одну особу у Рівненській області у 2010 р. складав 14629,8 грн [7, с. 377], у 2014 р. цей показник відповідав 22502,6 грн [8, с. 374]. Незважаючи на зростання доходів протягом аналізованого періоду у 1,5 рази, 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» [10, с. 48]. Індекси споживчих цін у Рівненській області у 2010-2014 рр. представлено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Індекси споживчих цін у Рівненській області у 2010-2014 рр. [8, с. 60]

(до попереднього року, %)

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Україна	109,4	104,6	99,8	100,5	124,9
Рівненська обл.	108,5	107,6	99,1	98,8	112,7

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Рівненській області протягом 2010-2014 рр. відповідає середньому рівню по Україні за цей період. Проте, у 2013-2014 рр. у досліджу-

ваному регіоні можна спостерігати ситуацію, коли індекс споживчих цін був нижчий за загальнонаціональний на 1,7-12,2%. Однак, у 2010-2012 рр. розрив даних показників був менш помітний.

На думку І. Височин, «одним з головних показників господарської діяльності підприємств торгівлі та важливим чинником забезпечення сталого економічного зростання країни в цілому є товарооборот. Його обсяги, структура і динаміка не лише виступають однією з головних характеристик стану внутрішньої торгівлі та індикатором необхідності змін, а й дозволяють оцінити результативність запланованих заходів з реалізації програми стратегічного розвитку торгівлі» [1, с. 34].

Роздрібний товарооборот підприємств-юридичних осіб у Рівненській області у 2010-2014 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 паливом) у Рівненській області у 2010-2014 рр. на 96,7%. Товарооборот в магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 62,1% – з 1269,7 млн грн у 2010 р. до 2058,4 млн грн у 2014 р. Значно знизився товарооборот у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах – з 24,6 млн грн у 2010 р. до 8,7 млн грн у 2012 р. Але вже у 2014 р. цей показник зріс до 59,1 млн грн. Аналогічна тенденція спостерігається із показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами. Так, у неспеціалізованих магазинах цей показник зріс на 11,7%, а у спеціалізованих магазинах він зріс на 127,6%. Зазначимо, що товарооборот поза магазинами протягом аналізованого періоду збільшився на у 2,4 рази.

Основним видом роздрібною торговельною мережі є магазин. Магазини роздрібною торговельною мережі підприємств-юридичних осіб у Рівненській області у 2010-2014 рр. характеризують показники таблиці 3.

Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду у Рівненській області зменшилась кількість магазинів з 1346 од. у 2010 р. до 1217 од. у 2014 р., що становить 10%. Про це свідчить незначне зростання кількості магазинів у міських поселеннях з 665 од. у 2010 р. до 696 од. у 2014 р., що становить 5%, та зменшення їх кількості у сільській місцевості на 24%. Разом із тим, можна спостерігати збільшення торговельної площі магазинів на 12% за досліджуваний період.

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 23% та зменшення у сільській місцевості на 21%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 1554 м² у 2010 р. до 1728 м² у 2014 р., що відповідає 11%.

Протягом досліджуваного періоду значно зріс показник торговельної площі на 1 магазин у міських поселеннях. Так, у 2010 р. торговельна площа одного магазину у становила 197 м², то у 2014 р. – 233 м², тобто збільшилася на 18%.

Показник забезпеченості населення торговельною площею магазинів розраховується відповідно до демографічних показників регіону. Так, чисельність наявного населення у Рівненській області на 1 січня 2011 р. складала 1151, 5 тис. осіб, 47,8% з якої становило міське населення [9, с. 9]. На 1 січня 2015 р. чисельність наявного населення у Рівненській області складала 1161,2 тис. осіб (47,7% – міське населення), тобто зросла на 0,8% порівняно з 2010 р. [8, с. 321].

Таблиця 2

Роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом) у Рівненській області у 2010-2014 рр. [6, с. 24-25]

(млн грн)

Товарооборот	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р., %
Товарооборот усього у тому числі, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	2948,9	4016,9	4722,0	5801,5	196,7
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	1269,7	1847,9	2097,6	2058,4	162,1
продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	24,6	8,7	18,4	59,1	240,2
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	75,3	14,3	19,7	84,1	111,7
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	1540,0	2078,2	2514,0	3505,0	227,6
поза магазинами	39,3	67,8	72,3	94,8	241,2

Таблиця 3

Магазини підприємств-юридичних осіб у Рівненській області у 2010-2014 рр. [6, с. 112-114, 120-121]

Показники	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р., %
Кількість магазинів, од.	1346	1352	1231	1217	90
у міських поселеннях, од.	665	697	681	696	105
їх частка, %	49	52	55	57	+8
у сільській місцевості, од.	687	655	550	521	76
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	179	210	197	201	112
у міських поселеннях, тис. м ²	131	162	158	162	124
їх частка, %	73	77	80	81	+7
у сільській місцевості, тис. м ²	48	48	39	38	79
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	1554	1813	1700	1728	111
у міських поселеннях	2378	5931	2861	2932	123
у сільській місцевості	800	789	639	629	79
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	133	155	160	165	124
у міських поселеннях	197	232	232	233	118
у сільській місцевості	70	73	71	73	104

Досліджуючи тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі Рівненської області варто проаналізувати показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 4.

Дані таблиці 4 свідчать про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2010-2014 рр. з 806 од. у 2010 р. до 645 од. у 2014 р. на 20%. Разом із тим, можна зробити висновок про зменшення кількості супермаркетів та гіпермаркетів на 6% протягом досліджуваного періоду, а також кількості спеціалізованих продовольчих магазинів із 57 од. у 2010 р. до 34 од. у 2014 р., що становить 40%, однак..

Можна спостерігати зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, з 717 од. у 2010 р. до 581 од. у 2014 р., що становить 19%. Це свідчить про зміну структури об'єктів роздрібно-торговельної мережі магазинів Рівненської області протягом аналізованого періоду.

«Аналіз ринку роздрібно-торгівлі продовольчими товарами в Україні також дозволив виявити, що в останні роки на ньому сформувалась тенденція до поглинання національними лідерами продуктового ритейлу невеликих торговельних гравців. Крім того, компанії почали більш активно виходити на суміжні ринкові сегменти. Так, наприклад, ПАТ «Ритейл Груп» нещодавно повідомило про плани розвитку нового для нього формату – магазинів «біля дому»; ПрАТ «Фоззі Груп» вирішило зайнятися преміальним роздрібом, відкривши перший магазин «Le Silpo» тощо» [5, с. 106].

Тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі у Рівненській області у 2010-2014 рр. допомагають виявити показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 5.

Аналізуючи показники таблиці 5, можна зробити висновок про зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродо-

вольчі товари, з 45 од. у 2010 р. до 39 од. у 2014 р., що відповідає 13%. Разом з тим, їхня торговельна площа залишилась без змін.

Варто зазначити, що протягом аналізованого періоду у Рівненській області протягом 2012-2013 рр. функціонував один універмаг з торговельною площею 24 тис. м², однак, вже у 2014 р. припинив своє існування. Кількість спеціалізованих непродовольчих магазинів зросла лише на 8%, однак їхня торговельна площа збільшилась у 1,8 рази.

На думку Н. Голошубової, «у торгівлі непродовольчими товарами позитивним є також зменшення кількості підприємств, яким належать неспеціалізовані магазини, та збільшення тих, яким належать спеціалізовані. Але невиправданим є скорочення кількості універмагів і будинків торгівлі, що функціонують як підприємства, тобто мають статус юридичної особи. Роздача площ в оренду різним суб'єктам господарювання призвела до негативних змін у структурі товарної пропозиції, підвищення цін на товари і послуги та, як наслідок, до відтоку покупців з таких магазинів та їх перепрофілювання» [3, с. 48].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що «попри низку позитивних зрушень, необхідно констатувати погіршення важливих структурних характеристик розвитку роздрібно-торгівлі України. Йдеться про значне посилення диференціації в регіональному та субрегіональному аспектах, в міських та сільських поселеннях, за асортиментною структурою роздрібно-товарообороту, за показниками розвитку магазинної і ринкової торгівлі» [4, с. 250].

Роздрібно-торговельна мережа магазинів Рівненської області у 2010-2014 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про зменшення кількості об'єктів роздрібно-торгівлі, зменшення кількості продовольчих магазинів у міських поселеннях і сільській місцевості, збільшення кількості непродовольчих спеціалізованих магазинів, їхньої торгової площі. Однак, забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб у міських

Таблиця 4

Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Рівненській області у 2010-2014 рр. [6, с. 124-127]

Магазини	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2005 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	717	707	592	581	81
їхня торговельна площа, тис. м ²	57	57	48	48	84
Супермаркети і гіпермаркети, од.	32	34	33	30	94
їхня торговельна площа, тис. м ²	55	57	54	44	80
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	57	39	33	34	60
їхня торговельна площа, тис. м ²	5	3	2	3	60
Разом продовольчі магазини, од.	806	780	658	645	80
їхня торговельна площа, тис. м ²	117	117	104	95	81

Таблиця 5

Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Рівненській області у 2010-2014 рр. [6, с. 125, 130-133]

Магазини	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2005 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	45	48	42	39	87
їхня торговельна площа, тис. м ²	5	6	5	5	100
Універмаги і будинки торгівлі, од.	-	1	1	-	-
їхня торговельна площа, тис. м ²	-	24	24	-	-
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	495	523	530	533	108
їхня торговельна площа, тис. м ²	57	63	64	101	177
Разом непродовольчі магазини, од.	540	572	573	572	106
їхня торговельна площа, тис. м ²	62	93	93	105	169

поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості. Спостерігається певна диспропорція розвитку роздрібно-торговельної мережі у міських поселеннях та сільській місцевості Рівненської області.

Перспективою подальших досліджень у цьому напрямі є розробка стратегії забезпечення раціональної територіальної організації роздрібно-торговельної мережі магазинів, яка має сприяти зменшенню регіональних асиметрій у Рівненській області.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Височин І. В. Роздрібний товарооборот підприємств як індикатор підприємств соціально-економічного розвитку України / І. В. Височин // Економіка України. – 2013. – № 7 (260). – С. 34-43.
2. Гапій І. Б. Регіональні аспекти розвитку неорганізованого сектору торгівлі та його значення у забезпеченні економічної безпеки регіону / І. Б. Гапій // Науковий вісник ЛДУВС. – 2013. – № 1. – С. 195-207.
3. Голошубова Н. О. Роздрібна торгівля м. Кисва: трансформація формату та структури / Н. О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2015. – № 3. – С. 44-59.
4. Добуш З. О. Стан і тенденції розвитку роздрібно-торгівлі – детермінанта ефективності її регулювання / З. О. Добуш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.1 – С. 248-254.
5. П'ятницька Г. Т. Переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно-торгівлі продовольчими товарами / Г. Т. П'ятницька // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4 (142). – С. 103-113.
6. Роздрібна торгівля України у 2014 році. – К.: Державна служба статистики України. – 2015. – 152 с.
7. Статистичний щорічник України за 2014 р. – К.: Державна служба статистики України. – 2013. – 552 с.
8. Статистичний щорічник України за 2014 р. – К.: Державна служба статистики України. – 2015. – 586 с.
9. Чисельність наявного населення на 1 січня 2011 р. – К.: Державна служба статистики України. – 2011. – 112 с.
10. Шкварчук Л. О. Регіональні особливості цінкових коливань на споживчому ринку / Л. О. Шкварчук // Регіональна економіка. – 2014. – № 4. – С. 48-54.

УДК 332.133.144

Бойко Т.Ю.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів*

Західнодонбаського інституту

Міжрегіональної Академії управління персоналом

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТІВ КЛАСТЕРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ВІД УТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КЛАСТЕРУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Стаття присвячена методичним засадам оцінки ефективності реалізації кластерної взаємодії на регіональному рівні від утворення підприємницького кластеру для кожного з його учасників. Досліджені підходи різних вчених до оцінки ефективності управлінської діяльності. Розроблено групи показників оцінки економічних ефектів державно-приватного партнерства в рамках діяльності регіонального кластера.

Ключові слова: ефективність управлінської діяльності, підприємницький кластер, кластерна взаємодія, ефект синергії, кластерні ініціативи, кластерні об'єднання, економічна доцільність, державно-приватне партнерство.

Бойко Т.Ю. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТА КЛАСТЕРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОТ СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛАСТЕРА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Статья посвящена методическим основам оценки эффективности реализации кластерного взаимодействия на региональном уровне от создания предпринимательского кластера для каждого из его участников. Исследованы подходы различных ученых к оценке эффективности управленческой деятельности. Разработаны группы показателей оценки экономических эффектов государственно-частного партнерства в рамках деятельности регионального кластера.

Ключевые слова: эффективность управленческой деятельности, предпринимательский кластер, кластерное взаимодействие, эффект синергии, кластерные инициативы, кластерные объединения, экономическая целесообразность, государственно-частное партнерство.

Boyko T.Y. METHODOLOGICAL APPROACH TO ESTIMATION CLUSTER EFFECT OF INTERACTION OF THE ENTERPRISE CLUSTER AT THE REGIONAL LEVEL

The article is devoted to methodological principles of evaluating the effectiveness of the implementation of cluster interaction on the formation of regional business cluster for each of its members. Scientists investigated various approaches to evaluating the effectiveness of management. Developed by a group of indicators to measure the economic effects of public-private partnerships as part of the regional cluster.

Keywords: efficiency of management, entrepreneurial cluster, cluster cooperation, synergy, cluster initiatives, cluster associations, economic feasibility, public-private partnership.

Постановка проблеми. Ефективність функціонування кластерного об'єднання та його структурних одиниць значною мірою залежить від правильності вибору методів здійснення управлінської діяльності, їх поєднання та узгодженості на основі врахування рівня досконалості інституційного середовища, форм власності, специфіки завдань та інших чинників. Управлінська діяльність постає

як результуюча різноспрямованих методів і засобів їх реалізації. Водночас кожна група методів має специфічні особливості, власні форми вияву і межі застосування. Розвиток виробничих відносин відповідно до соціальних змін суспільства об'єктивно умовляє необхідність постійного удосконалення управлінської діяльності, тобто зміни способів і засобів управління.