

Список літератури:

1. Микало О. І. Підходи до визначення терміну «Аутсорсинг» / О. І. Микало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010. – С. 111-114.
2. Заводовська І. І. Основи та передумова розвитку сучасного бізнесу за умови аутсорсингу [Текст] / І. І. Заводовська // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – № 80. – С. 43-45.
3. Лисенко Ю. Б. Модель ефективності аутсорсингу в контексті розвитку інформаційних систем економічних об'єктів / Ю. Б. Лисенко, Є. Є. Бізянов // Проблеми економіки. – 2013. – № 2. – С. 190-195.
4. Климчук М. М. Адаптивна модель протидії ризикам бізне-процесів підприємств альтернативної енергетики / М. М. Климчук // Бізнес Інформ. – 2013. – № 2. – С. 124-128.
5. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С.О. Календжян; Академия народного хозяйства при Правительстве РФ. – М. : Дело, 2003. – 270 с.
6. Белкина Т.Ю. Проблемы внедрения аутсорсинга на промышленных предприятиях РФ / Т.Ю. Белкина // Научные сообщения, – 2012. – № 15. – С. 365-367.
7. Публічне акціонерне товариство «Інститут Дніпродіпротранс» / 01388420 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.
8. Наука та інновація [Електронний ресурс] : за даними Державної служби статистики ; ред. О. Г. Осауленко. – К. : CD-вид-во «ІнфоДиск», 2013. Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.
9. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – № 54. – С. 173-182.

Астафьева Е. А.

Криворожский национальный университет

**КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ АУТСОРСИНГА
ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

Резюме

В статье рассмотрены теоретические подходы к определению сущности аутсорсинга. Были рассмотрены общепринятые определения термина «аутсорсинг» и выказаны приоритетные направления его характеристики как понятия. Акцентировано внимание на рисках, сопровождающих процесс использования аутсорсинга как инструмента оптимизации затрат. Предложена классификация рисков в соответствии с видами аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, классификация рисков, аутсорсинг бизнес-процессов, ИТ-аутсорсинг, аутсорсинг в сфере услуг, производственный аутсорсинг.

Astaf'eva K. A.

Kryviy Rih National University

CLASSIFICATION OF RISKS OF OUTSOURCING INDUSTRY UKRAINE

Summary

The article discussed theoretical approaches to determine the nature of outsourcing. It was generally considered the definition of priority areas identified and its characteristics as a concept. Attention is focused on the risks that accompany the process of using autvorsivnha as a tool to optimize costs. Classification of risks according to the types of outsourcing.

Key words: outsourcing, risk classification, autvorsinh business processes, IT outsourcing, outsourcing in services, manufacturing outsourcing.

УДК 339.176(477.54)

Бегларашвілі О. П.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

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

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

Постановка проблеми. Важливим фактором ста-лого та ефективного розвитку торгівлі виступає її структурна організація, від якої значною мірою залежить виконання функцій і здатність торгівлі реалізувати свою місію у сфері товарного обігу, відповідати належним чином на соціально-економічні виклики.

Останнім часом великого розвитку отримали сучасні типи магазинів. Проте якість торгового обслуговування залежить не тільки від кількості торговельних об'єктів, але й від правильного їх розміщення на території міста з урахуванням соціально-економічних ознак і демографічних

особливостей адміністративного центру. Актуальність дослідження зумовлена диспропорцією регіонального розвитку магазинів в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі займаються зарубіжні і вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно-торгівлі, О. Голошубова досліджує проблеми структурної перебудови споживчими товарами [1], О. Кавун працює над вивченням особливостей функціонування торговельних мереж в Україні, Е. Локтев та Л. Саркісян досліджують питання підвищення ефективності розвитку роздрібно-торгівельної мережі [4]. 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 Харківської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Динамічність розвитку галузі торгівлі потребує системного і постійного вивчення, оскільки коливання її параметрів є індикатором змін соціально-економічної ситуації в Україні, досягнення сталого розвитку споживчого ринку або виникнення проблем формування товарної пропозиції.

«Постійне збільшення форматів торгівлі, роздрібно-товарообігу та конкуренції на ринку вимагають відповідного кількісного і якісного аналізу роздрібно-торгівельної мережі та її вдосконалення. На якість торговельного обслуговування впливає кількість магазинів масштаби їхньої діяльності, відповідне розміщення на території міста та забезпеченість населення магазинами.

Сьогодні існують різні підходи до визначення ефективності формування та використання торговельної мережі. Загальноосвітні процеси глобалізації, трансформації соціально-економічних відносин довели, що важливою особливістю щодо підвищення ефективності роздрібно-торгівельної мережі є необхідність її територіального розміщення з урахуванням соціально-економічних особливостей міст і сіл» [4, с. 110].

На нашу думку, для аналізу стану та проблем розвитку роздрібно-торгівельної мережі необхідно дослідити такі фактори впливу на неї, як доходи і витрати населення у Харківській області, які представлені на рис. 1.

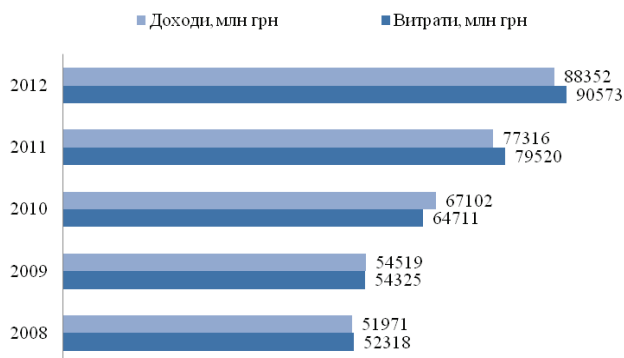


Рис. 1. Доходи і витрати населення у Харківській області у 2008-2012 рр. [2, с. 17, 29]

Аналізуючи дані діаграми, можна дійти висновку, що протягом досліджуваного періоду доходи населення у Харківській області зросли із 51971 млн грн. до 88352 млн грн., тобто в 1,7 рази.

Слід зауважити, що витрати населення відповідно зросли з 52318 млн грн. до 90573 млн грн. Проте, якщо у 2008 р. обсяг витрат перевищував обсяг доходів населення на 1%, то у вже у 2012 р. аналогічні показники різнилися майже на 3%. Перевищення витрат над доходами населення у досліджуваному регіоні пояснюється зростанням кількості споживчих кредитів, які пропонуються роздрібно-торгівельною мережею та банківськими установами з метою прискорення обороту запасів та стимулювання продажу товарів попереднього вибору.

Важливим фактором впливу на роздрібно-торгівельну мережу будь-якого регіону є загальний рівень цін на товари та послуги, які придбаває населення для кінцевого споживання. Індекси споживчих цін Харківської області у 2008-2012 рр. представлено у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1
Індекси споживчих цін у Харківській області у 2008-2012 рр. [3, с. 69] (до попереднього року, %)

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Україна	125,2	115,9	109,4	108,0	100,6
Харківська обл.	128,2	118,6	109,5	107,3	100,3

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Харківській області протягом 2008-2010 рр. був вищий, ніж у середньому по Україні за цей період. Проте з 2011 р. можна спостерігати протилежну ситуацію. Так, якщо в Україні індекси споживчих цін у 2012 р. становив 100,6% до попереднього року, то в Харківській області даний показник відповідає 100,3% до попереднього року, тобто на 0,3% менше.

Основним індикатором розвитку роздрібно-торгівлі традиційно вважається роздрібний товарообіг. Це пояснюється тим, що через показник товарообігу виражається суспільне визнання вартості та споживчої вартості частини суспільного продукту, який спрямований у сферу споживання. Формування умов стійкого економічного зростання торговельної галузі, задоволення потреб покупців та безперерйне здійснення торгово-технологічного процесу.

Роздрібний товарообіг підприємств-юридичних осіб у Харківській області у 2008-2012 рр. представлений у таблиці 2.

Показники таблиці 2 демонструють зростання роздрібно-товарообігу підприємств роздрібно-торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом) у Харківській області у 2009-2012 рр. на 56%. Товарообіг в магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 52% – з 5941 млн грн. у 2009 р. до 9031 млн грн. у 2012 р. Значно зріс товарообіг у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах у 3,1 рази – з 226 млн грн. у 2009 р. до 711 млн грн. у 2012 р. Аналогічна тенденція спостерігається і з показником товарообігу в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах – цей показник зріс на 89%, проте у неспеціалізованих магазинах він знизився на 37%.

Зазначимо, що товарообіг поза магазинами протягом аналізованого періоду знизився майже у 5 разів. Дану ситуацію можна пояснити тим, що продаж споживчих товарів через нецивілізовані

Таблиця 2

Роздрібний товарообіг роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом) у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 24-25] (млн грн.)

Товарообіг	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Товарообіг усього у тому числі, що торгують переважно	10234	11557	14825	15941	156
продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	5941	6200	8159	9031	152
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	226	513	589	711	315
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	810	499	542	507	63
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	2985	4039	5227	5640	189
поза магазинами	272	306	308	51	19

Таблиця 3

Магазини підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 46-55; 7, с. 104-148]

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Кількість магазинів, од.	2110	2213	2297	2301	109
у міських поселеннях, од.	1816	1947	2063	2104	116
їх частка, %	86	88	90	91	106
у сільській місцевості, од.	294	266	234	197	67
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	522	545	589	587	112
у міських поселеннях, тис. м ²	492	517	563	563	114
їх частка, %	94	95	96	96	102
у сільській місцевості, тис. м ²	31	28	26	24	77
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	1886	1977	2149	2140	113
у міських поселеннях	2220	2342	2561	2553	115
у сільській місцевості	555	511	488	450	81
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	247	246	256	255	103
у міських поселеннях	271	266	273	268	99
у сільській місцевості	105	105	111	122	116

канали продажу із року в рік скорочується. Разом з тим, хоча метод продажу товарів населенню на замовлення (через інтернет-магазини) все більше набирає популярності, він ще є недостатньо розвинутий в даному регіоні, щоб можна було свідчити про значне зростання товарообігу.

Основним видом роздрібною торговельною мережі залишається магазин. Магазини роздрібною торговельною мережі підприємств-юридичних осіб у Харківській області у 2008-2012 рр. характеризують показники таблиці 3.

Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду у Харківській області збільшилася кількість магазинів з 2110 од. у 2009 р. до 2301 од. у 2012 р., що становить 9%. Про це свідчить збільшення кількості магазинів у міських поселеннях з 1816 од. у 2009 р. до 2104 од. у 2012 р., що становить 16%.

«Важливу роль у розвитку міської торговельною мережі відіграє розширення містобудівної структури і створення нових житлових масивів. У теперішній час у великих обласних центрах України збільшуються обсяги житлового будівництва і в нових житлових утвореннях передбачається будівництво магазинів» [4, с. 112]. Так, за даними Державного управління статистики України, у досліджуваному періоді у Харківській області прийняття в експлуатацію житла у міських поселеннях скоротилося з 406 тис. м² загальної площі у 2009 р. до 299 тис. м² у 2012 р. як наслідок фінансово-економічної кризи [7, с. 115]. Однак, незважаючи на суттєве зниження даного показника, Харківська область посідає за ним сьоме місце у 2012 р. в Україні.

Проте, у сільській місцевості даний показник знизився на 33%. До причин виникнення даної

ситуації можна віднести зниження кількості наявного населення у сільській місцевості Харківської області із 555,0 тис. осіб у 2009 р. до 539,5 тис. осіб у 2012 р. [6, с. 19; 7, с. 20]. Разом з тим можна спостерігати збільшення торговельною площі магазинів на 12% за досліджуваний період.

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 15% та зменшення у сільській місцевості на 19%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 1886 м² у 2009 р. до 2140 м² у 2012 р., що відповідає 13%. Протягом досліджуваного періоду значно зріс показник торговельною площі на 1 магазин у сільській місцевості. Так, у 2009 р. торгова площа одного магазину у становила 105 м², то у 2012 р. – 122 м², тобто збільшилася на 16%. Проте дещо інша ситуація складається у міських поселеннях Харківської області – торговельна площа на один магазин протягом аналізованих чотирьох років зменшилася на 1% (з 271 м² у 2009 р. до 268 м² у 2012 р.).

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

Виходячи з даних таблиці 4, можна стверджувати про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2009-2012 рр. з 959 од. у 2009 р. до 836 од. у 2012 р. на 13%. Разом з тим можна стверджувати про збільшення їхньої торговельною площі на 8%. Очевидним є зростання кількості супермаркетів та гіпермаркетів на 21% та їхньої торговельною площі протягом досліджуваного

періоду. Можна спостерігати зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, з 482 од. у 2009 р. до 389 од. у 2012 р., що становить 29%, а також кількості спеціалізованих продовольчих магазинів із 382 од. у 2009 р. до 332 од. у 2012 р., що становить 13%. Це свідчить про те, що населення Харківської області при купівлі продовольчих товарів все більше віддає перевагу супермаркетам і гіпермаркетам.

Тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі у Харківській області у 2008-2012 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 збільшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродовольчі товари, з 23 од. у 2009 р. до 30 од. у 2012 р., що відповідає 30%, хоча їхня торговельна площа не зазнала змін. Разом з тим можна спостерігати тенденцію до зменшення кількості та торговельної площі універмагів і будинків торгівлі відповідно на 25% і 31% протягом досліджуваного періоду. Дані таблиці свідчать про те, що населення Харківської області при купівлі непродовольчих товарів все більше віддає перевагу спеціалізованим і неспеціалізованим магазинам, але не універмагам і будинкам торгівлі.

На думку науковців Ю. Шпильової та І. Шпильового, основними завданнями сталого розвитку торгівлі, зокрема магазинів, є:

- «формування інфраструктури спеціалізованих підприємств торгівлі та сфери послуг за рахунок розширення мережі з урахуванням перспективних потреб та екологічних обмежень;
- залучення інвестицій у розвиток підприємств торгівлі, побутового обслуговування;
- поступове перетворення ринків із продажу продовольчих і непродовольчих товарів у сучасні торговельно-сервісні комплекси» [8, с. 118].

Разом з тим Н. Голошубова вважає, що для удосконалення роздрібно-торговельної мережі, зокрема магазинів, необхідно вирішити такі проблеми:

- створити ефективну систему державного регулювання структурно-територіальної організації роздрібно-торгівлі;
- розширити права та обов'язки й підвищити відповідальність місцевих органів державної влади за структурно-територіальну організацію роздрібно-торгівлі;
- розробити нормативи забезпеченості роздрібно-торговельними об'єктами та удосконалити нормативний метод визначення потреби у всіх видах торговельних об'єктів, у тому числі магазинах;
- стимулювати розвиток сучасних типів магазинів і досягти оптимального співвідношення між ними та іншими видами торговельних об'єктів» [1, с. 24].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, можна зробити висновок, що роздрібно-торговельна мережа магазинів Харківської області у 2009-2012 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про незначне збільшення кількості магазинів у міських поселеннях і скорочення їх чисельності у сільській місцевості, збільшення кількості продовольчих супермаркетів та гіпермаркетів, їхньої торгової площі.

Однак забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб, у міських поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості.

Співвідношення між продовольчими і непродовольчими магазинами відображає рівень соціально-економічного розвитку країни, перш за все піділ суспільства за доходами населення, його структуру споживання, відсутність належного регулювання розвитку роздрібно-торговельної мережі з боку державних органів влади. У розвинених

Таблиця 4

Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 132; 138-141]

Магазини	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	482	418	434	389	81
їхня торговельна площа, тис. м ²	65	46	53	52	80
Супермаркети і гіпермаркети, од.	95	109	115	115	121
їхня торговельна площа, тис. м ²	158	172	208	198	125
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	382	403	362	332	87
їхня торговельна площа, тис. м ²	34	37	30	27	79
Разом продовольчі магазини, од.	959	930	911	836	87
їхня торговельна площа, тис. м ²	257	254	291	277	108

Таблиця 5

Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств – юридичних осіб у Харківській області у 2009-2012 рр. [5, с. 133, 142-145]

Магазини	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2009 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	23	22	30	30	130
їхня торговельна площа, тис. м ²	4	4	5	4	100
Універмаги і будинки торгівлі, од.	8	6	6	6	75
їхня торговельна площа, тис. м ²	26	18	18	18	69
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	1120	1255	1350	1429	128
їхня торговельна площа, тис. м ²	235	268	276	288	123
Разом непродовольчі магазини, од.	1151	1283	1386	1465	127
їхня торговельна площа, тис. м ²	265	290	299	310	117

країнах переважають непродовольчі магазини як по товарообігу, так і торговельній площі усіх магазинів: середній розмір одного непродовольчого магазину значно більше продовольчого [1, с. 22].

Як показали результати дослідження, у Харківській області склалась інша ситуація. Що зумовлює необхідність подальших досліджень тенденцій розвитку магазинів у регіонах України.

Список літератури:

1. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 16-28.
2. Доходи і витрати населення за 2012 рік за регіонами України. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2014. – 106 с.
3. Індeksi споживчих цін. 2012 рік. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 175 с.
4. Локтев Е.М. До питання підвищення ефективності розвитку роздрібно-торгівельної мережі / Е.М. Локтев, Л.Г. Саркісян, В.В. Смазної // Вісник ДонНУЕТ. Сер. : Економічні науки. – 2013. – № 4(60). – С. 109-115.
5. Роздрібна торгівля України у 2012 році. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 173 с.
6. Україна у цифрах у 2009 році. Статистичний збірник / Державне підприємство «Інформаційно-аналітичне агентство». – К. – 2010. – 257 с.
7. Україна у цифрах у 2012 році. Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К. – 2013. – 248 с.
8. Шпильова Ю.Б. Сталий розвиток роздрібно-торгівлі України / Ю.Б. Шпильова, І.М. Шпильовий // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2012. – № 1. – С. 108-120.

Бегларашвили О. П.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Харьковской области. Проанализирована динамика показателей количества предприятий, торговой площади магазинов розничной торговли, товарооборота розничной торговли предприятий – юридических лиц, обеспеченности населения торговой площадью, доходы и издержки населения, индексы потребительских цен. **Ключевые слова:** розничная торговая сеть, магазин, розничный товароборот.

Beglarashvili O. P.

Kyiv National University of Trade and Economics

KHARKIV REGION COMMERCIAL ESTABLISHMENT DEVELOPMENT TRENDS

Summary

The article highlights the regional aspects of the main indicators of retail trade in the Kharkiv region. The dynamics performance of enterprises, retail space retail trade turnover of retail trade enterprises entities of retail space availability, income and expenditure, consumer price indices.

Key words: retail network, shop, retail turnover.

УДК 331.2

Безкровна Н. Г.

Українська інженерно-педагогічна академія

ОПТИМІЗАЦІЯ РІВНЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ВИРОБНИЧИХ І ПОЗАВИРОБНИЧИХ ФАКТОРІВ

Досліджено фактори, що впливають на рівень оплати праці, визначений ступінь та характер їх впливу. Викладено положення методики оціночного розрахунку рівня заробітної плати. Наведено та проаналізовано результати експериментальної перевірки даної методики.

Ключові слова: заробітна плата, рівень, оцінка, методика, вплив, інфляція, прибуток.

Постановка проблеми. За теперішнього часу Україна як держава переживає дуже складний період політичної і як наслідок економічної кризи. Проблеми внутрішньої та зовнішньої політики не можуть не відбиватися на економічному стані всього суспільства. Особливості та напруження кризових викликів потребують невідкладних рішучих дій стосовно стабілізації та забезпечення нормального, ефективного розвитку економічної

системи. Проблема оптимізації рівня заробітної плати завжди є актуальною, такою, що потребує змін та удосконалення у відповідності до конкретних умов поточного періоду. Економіка країни знаходиться у стані постійного руху та розвитку, безперервно змінюються як об'єктивні, так і суб'єктивні фактори впливу. В результаті цього система регулювання, збалансування економічних процесів повинна відповідно і своєчасно реагувати