

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 11, 2016

[Назад](#)

[Головна](#)

0 0 0 0 0 0 0 0

УДК 336.6:658

В. Р. Чаплінський,
к. е. н., старший викладач кафедри економіки підприємства,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський
О. К. Кушнір,
к. е. н., доцент кафедри економіки підприємства,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський

СУЧАСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ, КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ

V. R. Chaplinskiy,
PhD in Economics, st. lecturer in business economics. Kamyanyets-Podilsky Ivan Ohienko National University
O. K. Kushnir,
PhD in Economics, assistant professor of business economics. Kamyanyets-Podilsky Ivan Ohienko National University

MODERN POTENTIAL OF KHMELNITSKY REGION RETAILERS, KEY ASPECTS OF IMPROVEMENT OF THEIR COMPETITIVENESS AND OPTIMIZATION OF MANAGEMENT STRATEGIES

В статті розглядається сутність та важливість внутрішньої торгівлі у перехідній економічній системі. Досліджено структуру даного сегменту ринку, проаналізовано динаміку товарообороту роздрібною торгівлю Хмельницької області у розрізі зміни індексу цін. Відмічено особливості та тенденції зміни основних продовольчих товарів роздрібною товарообороту, зокрема проведено дослідження роздрібного продажу окремих найбільш поширених продовольчих товарних груп. Виявлено, що частка непродовольчих товарів у загальній структурі роздрібною торгівлі Хмельницької області займає ключову позицію і за період дослідження демонструє позитивну динаміку. Однак, в процесі дослідження відмічено, що дане зростання, у переважній більшості випадків, зумовлене зростанням індексу цін, інфляцією. У висновках відмічено важливість покращення реального рівня розвитку внутрішньої торгівлі та запропоновано рекомендації, що направлені на покращення даного підприємницького сектору.

The essence and importance of internal trade in the transitional economic system is considered in the article. The structure of this market segment, the dynamics of turnover of retail trade of Khmelnytsky region in the context of changes of the price index is analysed. The features and trends of basic foodstuffs retail of trade turnover are mentioned, including a study of retail sales of some of the most common food product groups. It was found that the share of non-food products in the total retail of Khmelnytsky region occupies a key position, and during the study period shows a positive trend. However, in the course of the study is noted that the growth in the majority of cases, is caused by rising prices, inflation index. In the conclusions is noted the importance of improving the real level of development of domestic trade and offered recommendations to improve this business sector.

Ключові слова: торгівля, товарна структура, роздрібна торгівля, непродовольчі товари, продовольчі товари.

Keywords: trade, commodity structure, retail, non-food products, foodstuffs.

Постановка проблеми. У сучасних умовах євроінтеграції, реформування і побудови ефективної економічної системи України, питання внутрішньої торгівлі набуває високого рівня значимості та потребує ґрунтовного діагностування.

Внутрішня торгівля країни створює платформу для економічних відносин між фізичними та юридичними особами, чим формує кругообіг грошових коштів та оборот товарів і послуг, а також створює рівень зайнятості населення та впливає на формування соціальних факторів суспільства. Базовим елементом даної загальнодержавної платформи є регіони країни, які характеризуються індивідуальними природними, географічними, соціальними, економічними та іншими факторами, що формують їхній потенціал та закладають основи для торгівельної діяльності.

За останні 24 роки внутрішня торгівля України постійно видозмінювалась та еволюціонувала, асортимент продукції зростав, ринки ставали ширшими, конкуренція відчутнішою, засоби та предмети праці більш інноваційними. Однак, не зважаючи на очевидні досягнення, сучасна внутрішньо-торгівельна галузь

України є не досконалою, та має свої недоліки, що й позиціонує ринок товарів України на 106-місці у рейтингу глобальної конкурентоспроможності за 2015 рік [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість науковців у своїх працях досліджували питання внутрішньої торгівлі, чинників що формують та впливають на її діяльність, зокрема: Л. О. Омелянович, В.В. Аполій, А. С. Савошенко, О. М. Шканова, Л.О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Л.М. Яцун, Г.С. Винокурова та інші.

Формулювання цілей статті. Ключовою цілю публікації є дослідження та аналіз тенденцій формування і розвитку структури внутрішньої торгівлі Хмельницької області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи сучасний стан та перспективу розвитку внутрішньої торгівлі в Україні, слід відмітити, що за останні роки динаміка оптового товарообороту зросла з 492506,2 млн. грн. (2005р.) до 1 244220,8 млн. грн. (2015 р.), тобто на 751714,6 млн. грн. (152%), а у сфері роздрібно торгівлі з 174367 млн. грн. (2005 р.) до 1 031679 млн. грн. (2015 р.), тобто на 857312 млн. грн. (491%).

Аналіз динаміки кількості об'єктів торгівлі демонструє стійку тенденцію скорочення даного показника. Так, за період 2005-2015 рр., кількість об'єктів роздрібно торгівлі скоротилась на 34%, а саме, з 75203 од. у 2005 році до 49587 од. у 2015 р., а підприємств оптової торгівлі майже на 60 %, а саме, з 1164 од у 2005 р., до 503 од у 2015 р., що є досить негативним фактором як для економічної так і соціальної складової суспільства.

Для більш детального аналізу розглянемо комплексно динаміку розвитку внутрішньої торгівлі на прикладі Хмельницької області, яка демонструє середні показники по Україні за 2005-2015, а саме, за об'ємом оптового товарообороту посідає 12-18 місце та складає в середньому 6110 млн. грн. та за оборотом роздрібно торгівлі 13-15 з показником 16896,6 млн. грн., з 24 областей України [2].

Дослідження внутрішньої торгівлі Хмельницької області необхідно розпочати безпосередньо із роздрібно торгівлі, оскільки ця компонента структури торгівлі області є досить потужною за кількісними та якісними показниками.

Роздрібна торгівля за останнє десятиліття досить потужними поштовхами розвивається та стає більш цивілізованою, підтвердженням цього є зменшення стихійних ринків та еволюціонування їх у мережі роздрібно торгівлі, перехід або частковий перехід виробників у мережу Інтернет, що у свою чергу покращує, як умови реалізації, сервіс так і інформаційну комунікацію. Дані факти вказують на вдосконалення та розвиток існуючого ринку роздрібно торгівлі та збільшення його векторів діяльності.

Оборот роздрібно торгівлі, один з головних показників вартісного вираження діяльності роздрібно торгівлі, за даним показником відображається обсяг товарної маси, фінансова активність та частково купівельна спроможність населення. Досліджуючи оборот роздрібно торгівлі в Хмельницькій області, слід відмітити, що за період 2010-2015 рр., даний показник суттєво зріс, а саме більше ніж у 18 разів (табл. 1).

Аналіз даних табл.1 дає можливість відмітити стійку тенденцію до зростання обороту роздрібно торгівлі, у тому числі і по роздрібному товарообороту підприємств. Однак дане збільшення грошової маси збігається зі зростанням індексу споживчих цін, що в свою чергу характеризує дану ситуацію як "псевдо розвиток", оскільки зростання грошової маси даного ринку, в переважній більшості, викликано інфляційними змінами а не збільшенням продуктивності та об'ємів торгівельної діяльності.

Таблиця 1.

Динаміка обороту роздрібно торгівлі у розрізі індексу споживчих цін в Хмельницькій області за 2010-2015 рр.

Показник	2010 р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	Відхилення (+,-) 2015 р. до	
							2010 р.	2014 р.
Оборот роздрібно торгівлі млрд. грн.	12,5	15,7	17,96	19,4	22,9	26,0	13,5	3,1
у т. ч. роздрібний товарооборот підприємств млрд. грн.	5,1	6,4	7,2	7,4	8,6	10,1	5	1,5
Індекс споживчих цін у % (до 2010 р.)	100,0	104,0	103,6	103,6	128,2	182,7	82,7	54,5

Побудовано автором [1, с. 25]

Для комплексного дослідження роздрібно торгівлі Хмельницької області розглянемо її структуру, яка функціонує у певних індивідуальних пропорціях, а саме, частка обороту ринку (57,6-62,9%) належить підприємцям-фізичним особам та організованим і неформальним ринкам з продажу товарів.

Структуру роздрібно товарообороту підприємств формують продовольчі та непродовольчі товари. До переліку продовольчих товарів відносяться тютюнові вироби, алкогольні напої, м'ясопродукти, молоко-продукти, борошно, хліб та хлібобулочні вироби та інші продовольчі товари.

Сфера непродовольчих товарів формується з бензину та паливно-мастильних матеріалів, автомобілів і авто-товарів, медичних товарів, культурно-побутових товарів, будматеріалів та інших непродовольчих товарів.

Дослідження товарної структури роздрібно товарообороту підприємств Хмельницької області демонструє домінуюче місце групи непродовольчих товарів із середнім показником за період 2010-2015 рр. – 69,4% (рис. 1.)

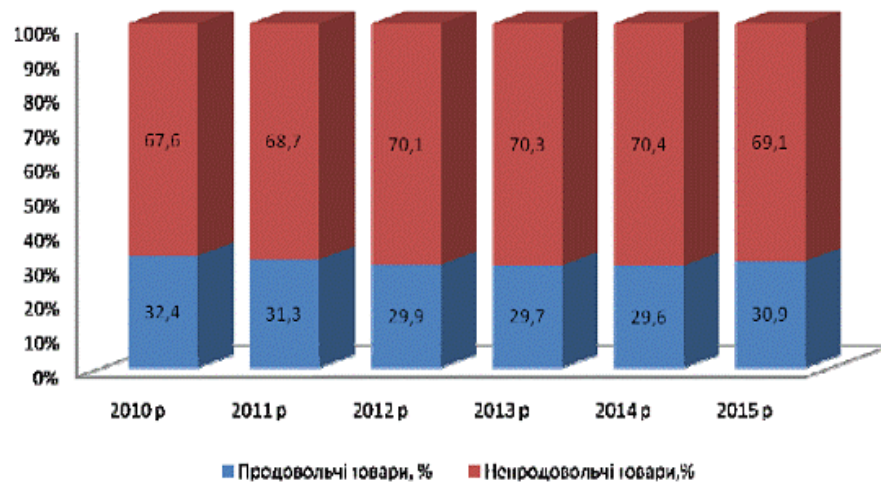


Рис. 1. Динаміка товарної структури роздрібногo товарообороту підприємств Хмельницької області

Побудовано автором [1, с. 33]

Група продовольчих товарів за період 2010-2015 рр., частково втратила свої позиції на ринку роздрібногo торгівлі (на 1,5%), але в загальному знаходиться на рівні 29,6-32,4% від загальної частки.

Найбільшу частку на ринку продовольчих товарів Хмельницької області в структурі роздрібногo товарообороту в 2015 році займали тютюнові вироби 23,5%, алкогольні напої 20,6% та м'ясопродукти 11,1%, а з непродовольчих товарів: бензин та паливно-мастильні матеріали 42,0%, медичні товари 17,4%, автомобілі і авто товари 12,9% (табл. 2, 3).

Досліджуючи найбільші вагомі одиниці товарної структури роздрібногo торгівлі Хмельницької області, відмітимо, що за період 2010-2015 рр., по усіх товарних групах сталий тренд збільшення товарообороту. Динамічне зростання демонструють усі зазначені структурні елементи, однак передову позицію по темпам нарощення грошової маси посідає сегмент хлібобулочних виробів, який збільшив свій товарооборот у 2,6 рази (55,7 млн. грн.). Галузь тютюнових виробів зросла майже у 1,8 рази (635 млн. грн.), м'яса та м'ясопродуктів – у 1,5 рази.

Таблиця 2.

Динаміка основних продовольчих товарів роздрібногo товарообороту підприємств Хмельницької області за 2005-2015 рр.

Товар	2010 р.		2013 р.		2014 р.		2015 р.		Відхилення 2015 р. (+,-) до 2010 р.	
	млн. грн.	індекс цін (%)	млн. грн.	індекс цін (% до 2010 р.)	млн. грн.	індекс цін (% до 2010 р.)	млн. грн.	індекс цін (% до 2010 р.)	млн. грн.	індекс цін (%)
м'ясо та м'ясопродукти	212,7	100,0	271,7	106,1	274,5	137,2	327,8	164,6	115,1	64,6
молоко та продукти молочні	50,0	100,0	74,3	104,6	71,3	120,0	90,6	161,2	40,6	61,2
хлібобулочні вироби (крім кондитерських)	34,1	100,0	59,2	107,1	65,5	150,1	89,8	206,5	55,7	106,5
напої алкогольні, тютюнові вироби	734,6	100,0	964,2	127,5	1168,4	159,1	1369,6	194,0	635,0	94,0

Побудовано автором [1, с. 34-35]

При вивченні постійно зростаючого тренду товарообороту відзначено, що дане явище є досить позитивним та у відповідності до ключових товарів даного сегменту ринку формує індивідуальну стратегію роздрібногo торгівлі а також економічного розвитку регіону. Однак, дане зростання частково спровоковане збільшенням індексу споживчих цін, що в свою чергу, призвело до зростання грошової маси товарообороту. Тому для отримання об'єктивного аналізу розвитку даного сектору економіки необхідно ще проаналізувати та порівняти кількісні показники діяльності роздрібногo торгівлі продовольчого сектору Хмельницької області.

Досліджуючи сегмент тютюнових виробів у кількісному вираженні, виявлено, що за період 2005-2014 рр. кількість реалізованих пачок зросла, а саме, майже в три рази, однак, при аналізі останніх чотирьох років даний показник знаходиться майже не змінним (рис.2). Наступний за розмірами та темпами зростання по товарообороту є сегмент чаю та кави, який за показником роздрібногo реалізації також демонструє збільшення показника реалізації продукції за період 2005-2015 рр., а саме, з 1600 ц. у 2005 р, до 2130 ц. у 2015 р., тобто на 33,1%. Однак за 2010-2015 рр. спостерігається спад продажів даної продовольчої групи, в даний період тільки у 2013 р. зафіксовано незначне підвищення показника реалізації до рівня 2870 ц., а у 2015 спостерігається найнижчий рівень 2130 ц.

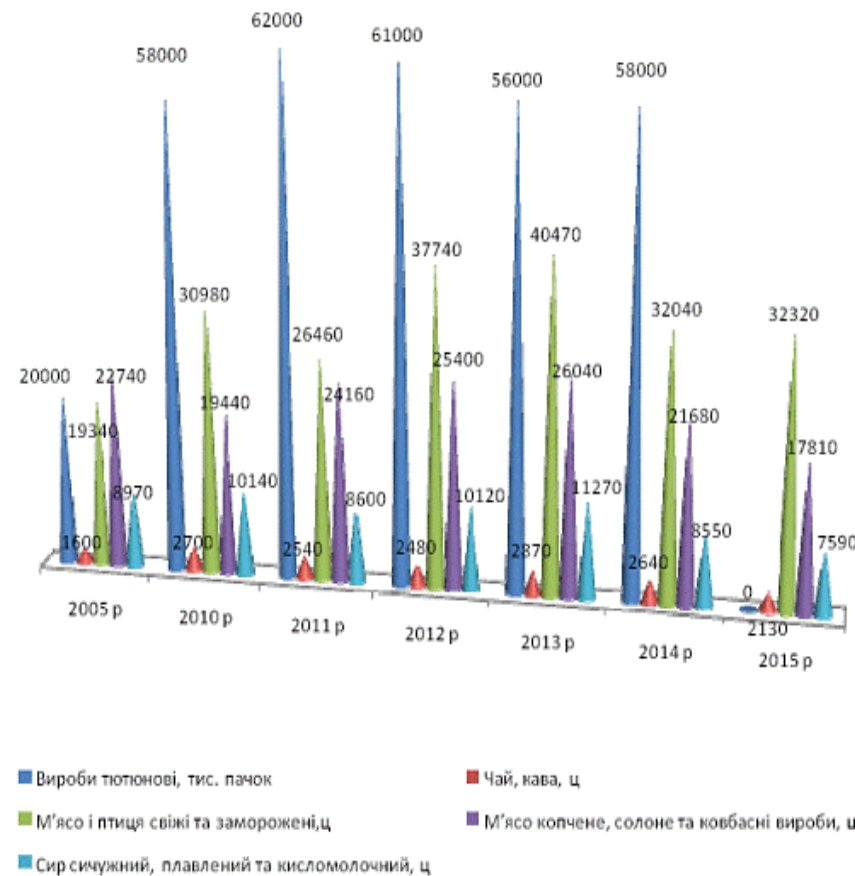


Рис. 2. Роздрібний продаж окремих продовольчих товарних груп в Хмельницькій області за період 2005-2015 рр.

Побудовано автором [1, с. 44]

Досліджуючи роздрібний продаж м'яса і птиці свіжої та мороженої, відмічено, що позитивна динаміка зростання даного показника знаходиться у межах 2005-2013 рр., в даний період часу кількість продукції зросла з 19340 ц до 40470 ц, тобто більше ніж у два рази. У 2014-2015 рр., рівень роздрібної реалізації м'яса і птиці свіжої та замороженої зменшилась більше ніж на 20% до 2013 року.

Роздрібна реалізація м'яса копченого, солоного та ковбасних виробів за період 2005-2015 рр., скоротилась на 4930 ц., тобто майже на 22%. У період з 2011 р. по 2015 р., прослідковується чітка тенденція до зменшення роздрібних продаж м'яса копченого, солоного та ковбасних виробів.

Товарна група сирів (сичужний, плавлений та кисломолочний) за період 2005-2015 демонструє майже незмінний показник який знаходиться в межах 7590-11270 ц.

Окремо слід розглянути групу товарів «алкогольні напої» оскільки вона є однією з найбільших по товарообороту та темпу зростання об'ємів реалізованої продукції (рис. 3).

Аналізуючи рис. 3 слід відмітити, що за останні 10 років, загальна кількість реалізованих умовних банок алкогольних напоїв по Хмельницькій області скоротилась з 585 тис. дал до 463 тис. дал, тобто на 20,1%.

Найбільшого скорочення зазнав сегмент горілчаних та лікєро-горілчаних виробів, який скоротився на 128 тис. дал (43%) за період 2005-2015 рр., однак розпочинаючи з 2010 р. об'єми реалізації даної товарної групи носить регресивний характер та демонструє стабільну спадаючу тенденцію.

Суттєвого скорочення роздрібної реалізації зазнала товарна група «вина», яка з 2005 до 2015 років зменшила свої об'єми на 35,6%, а в кількісному розрахунку кількість умовних банок скоротилась на 63 тис.

Разом із загальним кількісним скороченням роздрібної реалізації алкогольної групи товарів зафіксовано часткове зростання деяких структурних складових даного сегменту, а саме: реалізація коньяка, ігристих вин та слабоалкогольних напоїв.

Найбільше зростання показника роздрібних продаж спостерігається в групі слабоалкогольних напоїв, так за 2005-2015 рр., кількість умовних банок даної продукції зросла на 32 тис, тобто на 55%. Також слід відмітити динаміку роздрібної реалізації коньяку за 2005-2015 рр., хоча доля даного товару на ринку не велика і становить 8% від загальної кількості алкогольних товарів на ринку Хмельницької області у 2015 р., однак дана група товарів продемонструвала досить відчутне зростання, а саме на 106%. Також дещо збільшилась кількість роздрібної реалізації ігристих вин (шампанського), а саме, з 45 тис. дал у 2005 р., до 53 тис. дал у 2015 р., тобто на 8 тис. дал.

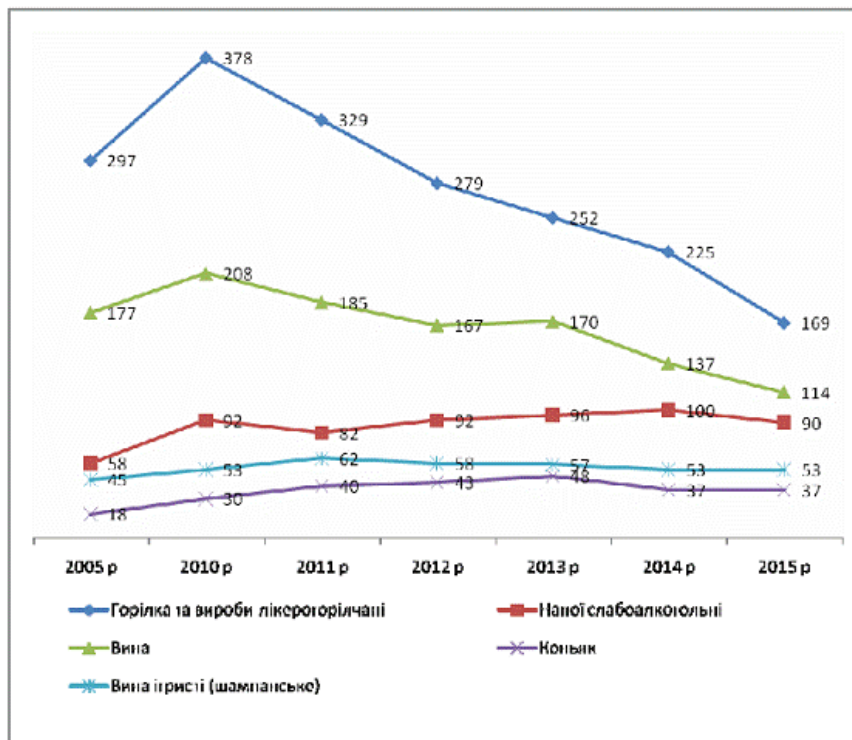


Рис. 3. Динаміка зміни роздрібного продажу алкогольних напоїв у Хмельницькій області за 2005-2015 рр. (дис. дал)

Побудовано автором [2, с. 44]

Також дещо збільшилась кількість роздрібної реалізації ігристих вин (шампанського), а саме, з 45 тис. дал у 2005 р., до 53 тис. дал у 2015 р., тобто на 8 тис. дал.

Проаналізувавши динаміку розвитку продовольчої сфери роздрібної торгівлі Хмельницької області можна констатувати, що ситуація в загальному є задовільною, оскільки більшість груп товарів мають позитивні показники товарообороту та спостерігається збільшення грошової маси на ринку, яке спричинене не тільки девальвацією національної грошової одиниці, а й збільшення об'ємів продукції даного сегменту ринку. Однак, для підвищення рівня продуктивності бажано створювати Інтернет ресурси та реалізовувати продукцію в мережі, що дає можливість охоплення значно ширшого сегменту покупців. Слід відмітити, що для ефективної діяльності в мережі також необхідно провести налаштування своїх ресурсів у площині Інтернет маркетингу для кращої видачі у пошукових системах.

Ключовим механізмом підвищення конкурентоздатності Інтернет ресурсу є SEO. Тобто комплекс заходів який направлений на оптимізацію ресурсу відповідно до вимог пошукових систем, що в свою чергу, дає можливість отримати передові місця у видачі пошукових запитів користувачів, а отже і підвищити конкурентні позиції. Дана оптимізація базується на розробленні ряду специфічних компонентів які комплексно генерують бажаний ефект, базовим компонентом є семантичне ядро – список ключових слів за якими розвиватиметься Інтернет ресурс (сайт). Акумуляовані ключі по мірі важливості та актуальності прописуються на сайті і тим самим частково формують засади стратегічного плану розвитку підприємства в мережі і не тільки, що в свою чергу оптимізує процес загального стратегічного планування.

Список використаних джерел.

1. Статистичний збірник оптова та роздрібна торгівля Хмельницької області в 2015 році/ За ред. Л.О. Хамської. – Хмельницький : Головне управління статистики у Хмельницькій області, 2016. – 78 с.
2. Головне управління статистики в Хмельницькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/>
3. Україна у рейтингу глобальної конкурентоспроможності 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/ua/news/ukrayina-u-reytingu-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2015>

References.

1. Department of Statistics in Khmelnytsky region (2016), "Optova ta rozdrubna torgivlja Hmel'nits'koï oblasti v 2015 rotsi " [Wholesale and retail trade Khmelnytsky region in 2015. Statistical yearbook], Holovne upravlinna statustuku v Khmelnytskoï oblasti, Khmelnytsky, Ukraine.
2. Holovne upravlinna statustuku v Khmelnytskoï oblasti available at: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/>
3. Reforms.in.ua (2016), "Ukraina u rejtingu global'noi konkurentospromozhnosti 2015 " available at: <http://reforms.in.ua/ua/news/ukrayina-u-reytingu-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2015>

Стаття надійшла до редакції 31.10.2016 р.