

Список літератури

1. Заячківська Г. А. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей і туризму / Г. А. Заячківська // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль, 2010. – Вип. 7. – С. 407–410.
2. Охріменко О. Соціальні аспекти безпеки сфери туризму в умовах глобалізації / О. О. Охріменко // Стратегічна панорама. – 2006. – № 1. – С. 36–41.
3. Ayers R. Tourism as a passport to development in small state / R. Ayers // International Journal of Social Economics. – 2000. – № 27. – P. 114–133.
4. Harrison D. The Sociology of Modernization and Development / D. Harrison // London-Routledge. – 1980. – № 11. – P. 214–219.
5. Lockhart D. The Development Process in Small Island States / D. Lockhart // Tourism and politics. – 1993. – № 23. – P. 228–246.
6. Mabogunje A. The Development Process: A Spatial Perspective / A. Mabogunje // London Hutchinson. – 1980. – № 9. – P. 154–159.
7. Офіційний сайт Світового економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://www3.weforum.org/docs/TTCR11/>>.
8. Статистична інформація країн світу Index Mundi [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://www.indexmundi.com/facts/ukraine>>.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© В.М. Селютін, Г.В. Токарчук, 2013.

УДК 621.9.:681.3

О.В. Жегус, канд. екон. наук, доц.

М.А. Маляров, студ.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розглянуто ситуацію на ринку роздрібної торгівлі України та Харківської області. Проведено аналіз стану та тенденцій розвитку роздрібно-торгівельної мережі. Виявлено особливості розвитку роздрібно-торгівельної мережі продовольчими товарами в Харківській області.

Рассмотрена ситуация на рынке розничной торговли Украины и Харьковской области. Проведен анализ состояния и тенденций развития розничной торговой сети. Выявлены особенности развития розничной торговой сети продовольственными товарами в Харьковской области.

The situation on the retail market of Ukraine and Kharkiv region are considered. The trends of retail network are analysis. The features of retail network of food products in the Kharkiv region are detected.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сфері роздрібно́ї торгівлі тривають позитивні динамічні процеси. Сьогодні в галузі спостерігається післякризова тенденція поступового нарощування обсягів діяльності. За даними Головного управління статистики Харківської області, оборот роздрібно́ї торгівлі у 2012 р. складав 56452,5 млн грн, що на 14,3% більше обсягу відповідного періоду минулого року в порівнянних цінах [8]. При цьому обсяги промислового виробництва в області у 2012 р. знизилися на 2,4%, у сільському господарстві – ще більше, на 7,5%. З одного боку, розвиток роздрібно́ї торгівлі в Харківській області обумовлений макроекономічною стабілізацією, підвищенням рівня доходів населення: тільки заробітна платня в області зросла на 14,1% у 2012 р. порівняно із 2011 р., крім того, середньомісячна номінальна заробітна платня штатного працівника в області у січні–листопаді 2012 року становила 2726 грн та у 2,4 рази перевищила державні соціальні стандарти, що діяли в цьому періоді: мінімальну заробітну платню та прожитковий мінімум для працездатної особи (1118 грн). Усе це позитивно вплинуло на зростання платоспроможності населення, повернення позитивних споживчих настроїв. З іншого боку, в області розвивається роздрібна торговельна мережа.

Роздрібна торгівля неминуче перетворюється на один з основних чинників, що відбиває рівень життя населення, визначає ефективність функціонування економіки регіону. У даний час перед роздрібною торгівлею постають нові завдання, які полягають у подальшому розвитку роздрібно́ї торговельної мережі, необхідності структурної її перебудови, вирішенні проблем, пов'язаних із збільшенням кількості підприємств, їх розміщенням, клієнто-орієнтованою спрямованістю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Провідними вченими України досліджуються числені проблеми та аспекти розвитку роздрібно́ї торговельної мережі. Трансформаційні процеси в роздрібно́ї торгівлі, стан та тенденції її розвитку, чинники, що впливають на роздрібно́ю торгівлю, досліджували І.О. Бланк, Г.М. Богославець, Т.Б. Кушнір, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Г.Л. Піратовський, О.О. Тараненко, Т.В. Футало, М.В. Чорна [1; 9-12]. Особливу увагу проблемам розвитку роздрібно́ї торговельної мережі в Україні приділяли увагу В.А. Павлова, А.С. Крутова, В.А. Распопова, В.О. Соколов та ін. [2; 5-7]. У той же час недостатньо вивченими залишаються питання стану та тенденцій розвитку роздрібно́ї торговельної мережі в регіонах України, у тому числі в Харківській області.

Мета та завдання статті. Метою статті є виявлення специфіки роздрібної торговельної мережі продовольчими товарами в Харківській області. Завданням є аналіз стану та тенденцій розвитку роздрібної торговельної мережі в Україні та Харківській області.

Для вирішення питань щодо пошуку можливостей підвищення ефективної реалізації соціальної функції торгівлі, яка полягає в забезпеченні населення фізичною та ціною доступністю товарів необхідним є дослідження стану та тенденцій розвитку роздрібної торговельної мережі, забезпеченості населення підприємствами роздрібної торгівлі та торговельною площею.

Виклад основного матеріалу дослідження. За останні 20 років відбулися суттєві зміни в організації та функціонуванні галузей економіки України під впливом трансформаційних ринкових процесів, процесів глобалізації, суспільних змін, у тому числі й у роздрібній торгівлі. Роздрібна торгівля – це сфера товарного обігу, функціонування якої відбувається через взаємодію торгових організацій, виробників, посередників та інших суб'єктів господарювання, що беруть участь у діяльності підприємств роздрібної торгівлі, шляхом узгодження комерційних, економічних та соціальних інтересів з урахуванням сучасних умов господарювання. На основі результатів взаємодії задовольняються економічні та соціальні інтереси всіх учасників даного процесу товарного обміну, споживачів – у товарах, що сприяє задоволенню їх потреб; виробників – у реалізації виробленої продукції та отриманні на цій основі прибутку, посередників – у реалізації різних послуг та отриманні на цій основі прибутків.

Зростання соціальної функції торгівлі відмічають фахівці в сучасних умовах. В її основі – забезпечення фізичної та цінової доступності товарів для споживачів. Фізична доступність досягається через мережу підприємств роздрібної торгівлі шляхом здійснення ними безпосередніх операцій із товаром: його закупівлі, підготовки до продажу, розміщення в торговому залі та безпосередньо продажу у процесі обслуговування споживачів. Фізична доступність тим вища, чим більше розгалужена мережа роздрібної торгівлі.

Слід відзначити, що сьогодні в Україні як фізична, так і цінова доступність товарів для окремих верств населення є обмеженою, отже, соціальну функцію роздрібна торгівля виконує лише частково. Недостатній розвиток роздрібної торговельної мережі в Україні в цілому та регіонах зокрема обумовлює загострення соціальної проблеми забезпечення населення об'єктами торгівлі. За статистичними даними на 1 січня 2012 р. мережа роздрібної торгівлі

України налічувала 64211 об'єктів роздрібно́ї торгівлі, що на 0,9% менше порівняно із 2010 р., це свідчить про зниження кількості магазинів. На 10000 осіб в Україні припадає лише 14 об'єктів роздрібно́ї торгівлі, у тому числі 11 магазинів, й 1975 м² торгової площі [3]. Відповідно до нормативів забезпеченості населення торговою площею, які затверджені наказом Міністерства економіки України № 409 від 2.09.2008, установлено на 2010 р. 319 м² на 1000 жителів, на 2015 р. – 423 м² [4]. На сьогодні населення лише на 62% забезпечено торговельною площею, що підтверджує низьку ефективність реалізації соціальної функції торгівлі.

Негативний вплив на розвиток роздрібно́ї торгівлі справило зниження платоспроможного попиту. Якщо протягом 2000-2008 років спостерігалось зниження витрат на продовольчі товари, за вісім років вони скоротилися з 64,9 до 48,9%, тобто на 16%, то з початком фінансово-економічної кризи спостерігається тенденція їх зростання спочатку до 50% у 2009 та ще на 1,2% у 2010 р. Унаслідок цього відбулися зміни й у структурі роздрібно́го товарообігу.

За статистичними даними у 2011 р. у Харківській області в структурі роздрібно́го товарообігу переважає товарообіг продовольчих магазинів, частка якого перевищує 55%, в той же час в Україні вона була меншою й складала 50,8%. Аналіз структури роздрібно́го товарообігу продовольчих магазинів за форматами також показав регіональну специфіку. У Харківській області на частку гіпермаркетів припадало більше 18%, що на 4,7% перевищує середній показник по Україні. Ще однією особливістю є те, що частка роздрібно́го товарообігу продовольчих магазинів з універсальним асортиментом складала 52,4%, а по Україні цей показник був лише 48% (табл.).

У процесі дослідження докладніше проаналізовано динаміку розвитку роздрібно́ї торговельної мережі продовольчих магазинів. Як і в більшості регіонів України, у 2011 р. в Харківській області відбулося скорочення продовольчих магазинів на 19 одиниць, що становило 2%. Проте зросла торговельна площа продовольчих магазинів на 14,3%: якщо у 2010 вона складала 254,3 тис. м², то у 2011 р. – перевищила 290 тис. м² [3]. Темп зростання торговельної площі продовольчих магазинів у Харківській області є одним із найвищих по Україні, після Севастополя та Запорізької області. Зменшення кількості магазинів та збільшення торговельної площі свідчить про структурну перебудову роздрібно́ї торговельної мережі у Харківській області відбувається укрупнення підприємств роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами.

Позитивно характеризує розвиток роздрібно́ї торговельної мережі продовольчими товарами в Харківській області той факт, що

товарооборот на один магазин у 2011 р. зріс на 25,4% та склав 9863,5 тис. грн; це найкращий показник серед регіонів (не враховуючи Києва), він майже у два рази перевищує середній показник по Україні, який у 2011 р. склав лише 4911,0 тис. грн.

Особливістю структури роздрібної торговельної мережі продовольчих магазинів у Харківській області є те, що на частку продовольчих магазинів з універсальним асортиментом припадає близько 55%, в Україні цей показник на 20% вищий. У той же час на частку спеціалізованих магазинів у Харківській області припадало більше 34% у 2010 р., у 2011 вона знизилася до 30,4%, проте це значно більше, ніж в Україні, де в середньому на частку спеціалізованих магазинів припадає лише 11%. Цей факт свідчить про розвиток фірмової торгівлі продовольчими товарами в Харківській області, що зумовлено тенденціями у харчовій промисловості. У регіоні розвивається фірмова мережа ТОВ «Харківського м'ясокомбінату», ТОВ «Салтівського м'ясокомбінату», ТОВ «Роганського м'ясокомбінату», ПАТ «Харківської бісквітної фабрики», АОЗТ «Хладопрому», ПАТ «Салтівського хлібозаводу», ТОВ «Кулиничівського хлібозаводу», ВАТ «Чугуївського молокозаводу» та інших виробників. Вищою, ніж у середньому по Україні, у Харківській області є частка супермаркетів (8,1% проти 5%), та гіпермаркетів – 1,6% у 2011 р. проти 0,8%, що свідчить про більш високі темпи розвитку сучасних форматів підприємств роздрібної торгівлі в регіоні.

Найкращі показники розвитку як у Харківській області, так і в Україні в цілому спостерігається в сегменті гіпермаркетів – продовольчих магазинів з універсальним асортиментом із торговою площею від 2500 м² і більше. Зростає їх кількість, збільшується торговельна площа, більш високими темпами зростає товарообіг на один магазин. В Україні кількість гіпермаркетів у 2011 р. зросла на 11,4%, у Харківській області – на 46%. За 2011 рік у регіоні відкрилося 6 гіпермаркетів, їх кількість становила на кінець періоду 19 магазинів, стільки ж гіпермаркетів серед регіонів України тільки в Донецькій області, на другому місці Запорізька область, в якій функціонує 16 гіпермаркетів, на третьому – Одеська із 14 гіпермаркетами [3]. Позитивно характеризує розвиток гіпермаркетів у Харківській області показник товарообороту на один магазин. Незважаючи на те, що в Харківській області він знизився у 2011 р. на 12% порівняно із 2010, він є вищим на 12,4%, ніж у середньому по Україні в даному форматі підприємств роздрібної торгівлі (табл.).

**Таблиця – Характеристика роздрібної торговельної мережі продовольчими товарами
в Україні та Харківській області на кінець року**

Формат магазину	Кількість одиниць						Торгова площа, м						Товарооборот на один магазин, тис. грн					
	Україна			Харківська обл.			Україна			Харківська обл.			Україна			Харківська обл.		
	2011	2010	2011 у % до 2010	2011	2010	2011 у % до 2010	2011	2010	2011 у % до 2010	2011	2010	2011 у % до 2010	2011	2010	2011 у % до 2010	2011	2010	2011 у % до 2010
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Продовольчий магазин з універсальним асортиментом	20601	21031	98,0	549	527	104,2	4269462	4015132	106,3	260671	217821	119,7	5331,9	4147,1	128,6	15516,6	13003,7	119,3
Продовольчий магазин з універсальним асортиментом з торговою площею від 120 до 399 м ²	2999	2916	102,8	166	141	117,7	626218	592287	105,7	38694	30706	126,0	5888,9	4542,6	129,6	7499,6	9226,4	81,3

Продовження таб.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Продовольчий магазин з універсальним асортиментом з торговою площею від 400 до 2499 м ²	1456	1422	102,4	96	96	100,0	1409224	1284045	109,7	100012	92840	107,7	33972,3	27259,9	124,6	36507,8	27208,7	134,2
Продовольчий магазин з універсальним асортиментом з торговою площею від 2500 м ² і більше	225	202	111,4	19	13	146,2	1247259	1107333	112,3	108408	79396	136,5	141143	124799,6	113,1	158617,8	180122,7	88,1
Спеціалізовані прод. магазини	3066	3161	97,0	362	403	89,8	242716	245774	98,8	29879	36466	81,9	2083	2124,5	98,0	1290	1146,5	112,5

В Україні та Харківській області продовжують розвиватися й супермаркети – продовольчі магазини з універсальним асортиментом із торговою площею від 400 до 2499 м². Їх кількість у 2011 р. по Україні збільшилася на 2,4% та становила 1456 одиниць, їх торгова площа за рік зросла на 9,7%. У Харківській області у 2010-2011 рр. налічувалося 96 супермаркетів. Хоча їх кількість не збільшилася, торгова площа зросла на 7,7%. Позитивно діяльність супермаркетів у Харківській області характеризує показник товарообороту на один магазин: у 2011 він склав 36507,8 тис. грн, що на 7,5% вище, ніж у середньому по Україні (табл.), а порівняно із 2010 р. він зріс на 34,2%, у той час, як по Україні – лише на 24,6%.

Дані таблиці свідчать, що в Харківській області разом із позитивними тенденціями розвитку супермаркетів та гіпермаркетів, негативні тенденції відмічаються в сегментах продовольчих магазинів із універсальним асортиментом із торговою площею від 120 до 399 м² та у сегменті спеціалізованих магазинів. Незважаючи на те, що в регіоні кількість магазинів з універсальним асортиментом із торговою площею від 120 до 399 м² зросла на 17,7%, а площа – на 26%, товарооборот на один магазин знизився майже на 19%. У сегменті спеціалізованих магазинів ситуація інша: знизилася кількість магазинів, їх торгова площа – на 10,3 та 18,1% відповідно, але товарооборот на один магазин зріс на 12,3%.

Проведений аналіз свідчить, що роздрібна торговельна мережа продовольчими товарами в Україні та Харківській області розвивається, відбуваються як кількісні, так і якісні зміни. Позитивний характер змін, що спостерігається в досліджуваному регіоні, є більш суттєвим, ніж в середньому по Україні. Потенціал розвитку роздрібно-торговельної мережі можна вважати й надалі високим, оскільки за статистичними даними забезпеченість населення об'єктами роздрібно-торгівлі, зокрема магазинами, в області нижча, ніж у середньому по Україні. За показником забезпеченості населення регіону торговою площею Харківська область посідає 6-те місце, поступаючись, крім міст Києва та Севастополя, таким областям, як Одеська, Дніпропетровська, Запорізька. На 10000 тис. населення Харківської області припадає 2149 м² торгової площі, що лише на 67% відповідає встановленому на 2010 р. нормативу.

Висновки. Позитивну динаміку в цілому має розвиток роздрібно-торговельної мережі в Україні та Харківській області: відкриваються нові супермаркети та гіпермаркети на фоні зменшення дрібних магазинів з універсальним асортиментом продовольчих товарів, щороку збільшується торговельна площа. У Харківській області високими темпами розвивається мережева торгівля, у той же час достатньо розвиненою залишається спеціалізована торгівля

продовольчими товарами. Проте в цілому в Україні роздрібна торгівля продовольчими товарами характеризується універсалізацією, фірмова торгівля втрачає свої позиції, що не можна сприймати як позитивну тенденцію, оскільки спеціалізовані продовольчі магазини пропонують, як правило, кращий вибір та більший асортимент певної групи товару, забезпечують їх постійну наявність та відповідну якість, дотримуючись строків та вимог до умов їх реалізації. Проте незважаючи на позитивну динаміку, рівень забезпеченості населення України, у тому числі й Харківської області, об'єктами торгівлі, торговою площею залишається низьким і не відповідає встановленим нормативам, унаслідок чого обмежується фізична доступність товарів для населення.

Список літератури

1. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / А. А. Мазаракі [та ін.] ; за заг. наук. ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2006. – 195 с.
2. Крутова А. С. Аналіз розвитку роздрібно-торговельної мережі Харківського регіону [Електронний ресурс] / А. С. Крутова, О. О. Нестеренко. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vznu/eco/2010_4/194-202.pdf>.
3. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року: Бюлетень Державної служби статистики України – Київ, 2012, - 121 с.
4. Нормативи забезпеченості населення торговельною площею у магазинах: Наказ Міністерства економіки України № 409 від 2.09.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uazakon.com/documents/date_3a/pg_gmccxh.htm>.
5. Павлова В. А. Торговельні мережі в Україні: особливості та проблеми розвитку / В. А. Павлова // Академічний огляд. – 2011. – № 1 (34). – С. 63–69.
6. Распопова В. А. Модель прогнозування розвитку роздрібно-торговельної мережі [Електронний ресурс] / В. А. Распопова. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2010_4/Rasporov.pdf>.
7. Соболев В. О. Формування та розвиток роздрібно-торговельної мережі в умовах ринкової економіки : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / В. О. Соболев. – Донецьк, 2005. – 19 с.
8. Соціально-економічне становище Харківської області за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://kharkivoda.gov.ua/documents/10191/784.doc>>.
9. Тараненко О. О. Тенденції та чинники розвитку роздрібно-торгівлі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2012_64/statti/17.pdf>.
10. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : монографія / Л. О. Лігоненко [та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.

11. Фугало Т. В. Сучасний стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі продовольчими товарами в умовах конкуренції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvvnu/ekonomika/2009_15/R2/Futalo.pdf>.

12. Чорна М. В. Оцінка рівня впливу зовнішніх чинників на розвиток сучасної роздрібної торгівлі / М. В. Чорна, Т. Б. Кушнір // Ринкова трансформація економіки : зб. наук. пр. – Х. : ХІБМ, 2011. – Вип. 14. – С. 88–98.

Отримано 01.02.2013. ХДУХТ, Харків.

© О.В. Жегус, М.А. Маляров, 2013.

УДК 339.372.84

О.В. Ольшанський, канд. екон. наук

ЗАХОДИ З ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО ПРОФІЛЮ

Досліджено основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємств туристичного профілю, визначено основні базові та альтернативні стратегії розвитку підприємств туристичного профілю в умовах конкуренції на основі результатів аналізу типових ситуацій у їх практичній діяльності.

Исследованы основные направления повышения конкурентоспособности предприятий туристического профиля, определены основные базовые и альтернативные стратегии развития предприятий туристического профиля в условиях конкуренции на основе результатов анализа типовых ситуаций в их практической деятельности.

The basic directions of improving the competitiveness of enterprises tourism profile identifies the key basic and alternative strategies for the development of enterprises tourism profile in competition on the basis of the analysis of typical situations in their practice.

Постановка проблеми загальному вигляді. Розвиток ринкових процесів в Україні, створення передумов для її успішної інтеграції у світове економічне співтовариство потребує суттєвих змін у визначенні пріоритетних форм, методів і напрямів господарської активності. Нині однією з найважливіших соціально-економічних