

УДК 339.176(477.64)

**Бегларашвілі О.П.***кандидат економічних наук,**старший викладач кафедри торговельного підприємництва  
Київського національного торговельно-економічного університету***ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАГАЗИНІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**

У статті висвітлено регіональні аспекти основних показників розвитку магазинів роздрібної торгівлі Запорізької 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.

**Бегларашвили О.П. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАГАЗИНОВ ЗАПОРОВОЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

В статье освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Запорожской 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 товарооборот.

**Beglarashvili O.P. ZAPORIZHIA REGION SHOPS DEVELOPMENT TRENDS**

The article highlights the regional aspects of the main indicators of retail trade in the Zaporizhia 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.

**Keywords:** retail network, shop, retail turnover.

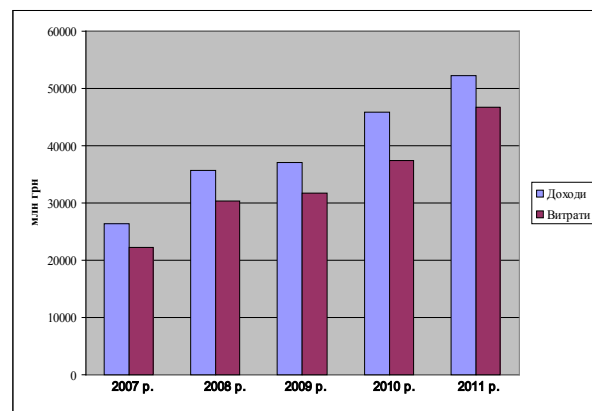
**Постановка проблеми.** Постійне збільшення роздрібно товарообороту висуває завдання кількісного зростання та якісного вдосконалення роздрібно торговельної мережі. Останнім часом великого розвитку отримали сучасні типи магазинів. Проте якість торгового обслуговування залежить не тільки від кількості торговельних об'єктів, але і 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 торговельної мережі займаються зарубіжні і вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно торгівлі, Л. Лігоненко досліджує проблеми регіональної експансії та глобалізації роздрібно торгівлі, О. Голошубова та О. Кавун працюють над вивченням особливостей функціонування торговельних мереж в Україні. Однак залишається низка проблем розвитку роздрібно торговельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

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

**Вклад 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 сталою розвитку споживчого ринку або виникнення проблем формування товарної пропозиції [6, с. 63].

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



**Рис. 1.** Доходи і витрати населення у Запорізькій області у 2007-2011 рр. [3, с. 17, 31]

Аналізуючи дані діаграми, можна дійти висновку, що протягом досліджуваного періоду доходи населення у Запорізькій області зросли із 26424 млн. грн. до 52272 млн. грн., або на 98%. Проте, слід зауважити, що витрати населення зросли з 22164 млн. грн. до 46648 млн. грн., тобто на 111%. Таким чином, можна зробити висновок, що темп росту витрат перевищує темп росту доходів населення Запорізької області у 2007-2011 рр.

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

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Запорізькій області протягом 2008-2011 рр. вище, ніж у середньому по Україні за цей період. Проте у 2012 р. можна спостерігати протилежну

ситуацію. Так, якщо в Україні індекси споживчих цін у 2012 р. становить 100,6% до попереднього року, то в Запорізькій області даний показник відповідає 100,2% до попереднього року, тобто на 0,4% менше.

Таблиця 1  
Індекси споживчих цін у Запорізькій області  
у 2008-2012 рр. [4, 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
Запорізька обл.	126,2	116,2	110,3	108,2	100,2

Основним індикатором розвитку роздрібною торгівлі традиційно вважається роздрібний товарооборот. Це пояснюється тим, що через показник товарообороту 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 товарооборот підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. представлений у таблиці 2.

Варто зазначити, що, згідно з даними офіційного сайту Запорізької ОДА, в області з 2009 р. розроблено і впроваджено Програму розвитку місцевих виробників під гаслом «Купуй запорізьке». До цього руху долучилося вже близько 100 роздрібних торговельних підприємств області. Її метою виступає створення нових форм співпраці товаровиробників з оптовими і роздрібними торговцями регіону, зворот-

ний зв'язок із громадою та підвищення якості місцевих товарів та послуг тощо.

Показники таблиці 2 демонструють зростання роздрібною товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Запорізькій області у 2010-2012 рр. на 46%. Товарооборот в магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 49% – з 3963 млн. грн. у 2010 р. до 5909 млн. грн. у 2012 р. Значно зріс товарооборот у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах в 1,5 рази – з 115 млн. грн. у 2010 р. до 177 млн. грн. у 2012 р. Аналогічна тенденція спостерігається і з показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами. Так, у неспеціалізованих магазинах цей показник зріс на 54%, проте у спеціалізованих магазинах він знизився на 4%. Значимо, що товарооборот поза магазинами протягом аналізованого періоду збільшився на 4,1 рази.

Основним видом роздрібною торговельної мережі є магазин. Магазины роздрібною торговельної мережі підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. характеризують показники таблиці 3.

Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити висновки, що протягом досліджуваного періоду у Запорізькій області зменшилась кількість магазинів з 1935 од. у 2008 р. до 1725 од. у 2012 р., що становить 11%. Про це свідчить зменшення кількості магазинів у міських поселеннях з 1541 од. у 2008 р. до 1452 од. у 2012 р., що становить 6%, та у сільській місцевості на 31%. Разом з тим можна спостерігати збільшення торговельної площі магазинів на 10% за досліджуваний період.

Таблиця 2

Роздрібний товарооборот роздрібною торгівлі,  
(крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Запорізькій області у 2010-2012 рр. [5, с. 46-55;  
7, с. 104-148]

(млн. грн.)

Товарооборот	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Товарооборот усього у тому числі, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	6286	7893	9170	146
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	3963	4829	5909	149
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	115	131	177	154
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	211	226	203	96
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	1987	2690	2849	143
поза магазинами	10	18	41	410

Таблиця 3

Магазини підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 46-55; 7, с. 104-148]

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Кількість магазинів, од.	1935	1820	1812	1731	1725	89
у міських поселеннях, од.	1541	1477	1508	1449	1452	94
їх частка, %	80	81	83	84	84	4
у сільській місцевості, од.	394	343	304	282	273	69
Торговельна площа магазинів, тис. м <sup>2</sup>	370	349	374	392	407	110
у міських поселеннях, тис. м <sup>2</sup>	347	329	356	374	389	112
їх частка, %	94	94	95	95	96	2
у сільській місцевості, тис. м <sup>2</sup>	23	20	18	19	18	78
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м <sup>2</sup> на 10000 осіб	2031	1926	2074	2191	2281	112
у міських поселеннях	2481	2367	2568	2711	2829	114
у сільській місцевості	548	467	431	450	441	80
Торговельна площа на 1 магазин, м <sup>2</sup>	191	192	206	227	236	124
у міських поселеннях	225	223	236	258	268	119
у сільській місцевості	58	58	59	66	66	114

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 14% та зменшення у сільській місцевості на 20%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 2031 м<sup>2</sup> у 2008 р. до 2281 м<sup>2</sup> у 2012 р., що відповідає 12%. Протягом досліджуваного періоду значно зріс показник торговельної площі на 1 магазин у сільській місцевості. Так, у 2008 р. торгова площа одного магазину у становила 58 м<sup>2</sup>, то у 2012 р. – 66 м<sup>2</sup>, тобто збільшилася на 14%. Аналогічна ситуація складається і у міських поселеннях Запорізької області – торговельна площа на один магазин протягом аналізованих п'яти років збільшилася на 19% (з 225 м<sup>2</sup> у 2008 р. до 268 м<sup>2</sup> у 2012 р.).

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

Таблиця 4  
Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 58-61; 7, с. 104-148]

Магазини	2008 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	598	498	443	74
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	55	38	44	80
Супермаркети і гіпермаркети, од.	86	100	101	117
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	145	194	188	117
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	116	111	141	122
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	9	9	13	144
Разом продовольчі магазини, од.	800	709	685	86
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	210	241	245	116

Виходячи з даних таблиці 4, можна стверджувати про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2008-2012 рр. з 800 од. у 2008 р. до 685 од. у 2012 р. на 14%. Разом з тим можна зробити висновок про зростання кількості супермаркетів та гіпермаркетів на 17% протягом досліджуваного періоду. Можна спостерігати зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, з 598 од. у 2008 р. до 443 од. у 2012 р., що становить 26%, а також кількості спеціалізованих продовольчих магазинів із 116 од. у 2008 р. до 141 од. у 2012 р., що становить 22%, у 1,4 рази збільшилася їх торговельна площа. Це свідчить про зміну структури об'єктів роздрібною торговельною мережі Запорізької області протягом аналізованого періоду.

Тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі у Запорізькій 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 непродо-

вольчі товари, з 71 од. у 2008 р. до 79 од. у 2012 р., що відповідає 11%. Разом з тим можна спостерігати тенденцію до зменшення їхньої торговельної площі на 43% – з 14 тис. м<sup>2</sup> у 2008 р. до 8 тис. м<sup>2</sup> у 2012 р. Також у 2008 р. у Запорізькій області функціонувало 9 будинків торгівлі та універмагів з торговельною площею 16 тис. м<sup>2</sup>, але вже у 2012 р. шість з них припинили свою діяльність.

Таблиця 5  
Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 58-61; 7, с. 104-148]

Магазини	2008 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	71	49	79	111
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	14	8	8	57
Універмаги і будинки торгівлі, од.	9	3	3	33
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	16	20	20	125
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	1055	970	988	94
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	130	123	135	104
Разом непродовольчі магазини, од.	1135	1022	1040	92
їхня торговельна площа, тис. м <sup>2</sup>	160	151	162	101

Так, на 1 січня 2013 р. торговельна площа 3 діючих будинків торгівлі та універмагів у досліджуваному регіоні України становила 20 тис. м<sup>2</sup>. На нашу думку, основною причиною такої ситуації є значна конкуренція з боку позамагазинних каналів продажу товарів.

Якість торговельного обслуговування населення та ефективність використання торговельної мережі значною мірою визначається раціональним розподілом торговельної площі для реалізації продовольчих і непродовольчих товарів. Економічною наукою і практикою в країні та закордоном доведено, що це співвідношення має становити 30:70, враховуючи частку непродовольчих товарів у товарообороті, широту асортименту продовольчих і непродовольчих товарів, оборотність запасів. Разом з тим на Запоріжжі розподіл часток торговельної площі для реалізації окремих груп товарів далекий від рекомендованого, адже спостерігається чітка тенденція до збільшення та переважання частки торговельної площі магазинів, відведеної для торгівлі продовольчими товарами.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, можна зробити висновок, що роздрібна торговельна мережа магазинів Запорізької області у 2008-2012 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про зменшення кількості об'єктів роздрібною торгівлі, зменшення кількості магазинів у міських поселеннях і сільській місцевості, збільшення кількості продовольчих супермаркетів та гіпермаркетів, їхньої торгової площі. Однак забезпеченість населення торговою площею магазинів, м<sup>2</sup> на 10000 осіб у міських поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості. Спо-

стерігається певна диспропорція розвитку роздрібно-торговельної мережі у міських поселеннях та сільській місцевості Запорізької області.

Перед роздрібними торговцями ще гостріше стануть надзвичайно важливі питання щодо визначення стратегічних цілей діяльності, вибору стратегічних зон господарювання, формування стратегічного товарного портфелю, визначення політики ціноутворення, диверсифікації діяльності, доцільності кількісного розширення підлеглих торговельних об'єктів і забезпечення керованості ними, формування ефективних взаємовідносин з партнерами, які б сприяли розвитку вітчизняного товаровиробника, а отже, й створенню масового платоспроможного споживача [2, с. 23].

Отже, побудова адекватної сучасним вимогам торговельної мережі Запоріжжя вимагає наступних заходів:

- структурної переорієнтації роздрібно-торговельної мережі і доведення забезпеченості населення торговельної площі до затверджених нормативів. При цьому прискореними темпами повинна розвиватися мережа магазинів з реалізації непродовольчих товарів;

- посилення координації процесів розвитку і розміщення торговельної мережі магазинів з боку органів місцевого самоврядування відповідно до Гене-

ральних планів розвитку територій.

Саме ці заходи вимагають подальших розвідок у даному напрямку дослідження.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бакунов О.О. Удосконалення пріоритетних напрямів регулювання розвитку роздрібно-торговельної мережі / О.О. Бакунов, О.В. Сергєєва, В.А. Распопова // Сталій розвиток економіки. – 2011. – № 7(10). – С. 224-277.
2. Голошубова Н.О. Розвиток торговельних мереж в Україні / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 15-24.
3. Доходи і витрати населення за 2011 рік за регіонами України : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 177 с.
4. Індеси споживчих цін. 2012 рік : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 175 с.
5. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 123 с.
6. Павлова В.А. Торговельні мережі в Україні: особливості та проблеми розвитку / В.А. Павлова // Академічний огляд. – 2011. – № 1(34). – С. 63-69.
7. Роздрібна торгівля України у 2011 році : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2012. – 177 с.
8. Чужкова О.Ю. Стратегічні імперативи розвитку роздрібно-торговельної мережі регіонів / О.Ю. Чужкова // Економічний форум. – 2012. – № 4. – С. 236-237.

УДК 331.108

**Бєлік В.Д.**  
старший викладач  
Кримського гуманітарного університету

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ

У статті розроблено теоретичні положення і практичні рекомендації щодо формування системи управління персоналом на підприємствах енергетичної сфери в сучасних умовах. Формування соціально спрямованого управління в Україні потребує відповідних змін в системі управління персоналом, яка повинна створювати можливі перспективи для формування конкурентоспроможних працівників. Удосконалення управління персоналом шляхом узгодження стратегії розвитку підприємств енергетичної сфери та кадрової політики можливе на основі запропонованого ринкового підходу, який враховує системні особливості управління персоналом в умовах ринкової економіки.

**Ключові слова:** ефективність, система, управління, персонал, підприємство, процес, виробництво, якість.

#### **Бєлік В.Д. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ**

В статье разработаны теоретические положения и практические рекомендации по формированию системы управления персоналом на предприятиях энергетической сферы в современных условиях. Формирование социально направленного управления в Украине нуждается в соответствующих изменениях в системе управления персоналом, которая должна создавать возможные перспективы для формирования конкурентоспособных работников. Совершенствование управления персоналом путем согласования стратегии развития предприятий энергетической сферы и кадровой политики возможно на основе предложенного рыночного подхода, учитывающего системные особенности управления персоналом в условиях рыночной экономики.

**Ключевые слова:** эффективность, система, управление, персонал, предприятие, процесс, производство, качество.

#### **Belik V.D. THE FORMATION OF CONTROL SYSTEM OF THE PERSONNEL AT THE ENTERPRISES OF POWER SPHERE**

The theoretical positions and practical recommendations on formation of a control system by the personnel at the enterprises of power sphere in modern conditions are developed. The formation of socially directed management in Ukraine requires respective alterations in control system of the personnel which should create possible prospects for formation of competitive workers. The perfection of management by the personnel by the coordination of strategy of development of the enterprises of power sphere and personnel selection probably on the basis of the offered market approach which is taking into account system features of management by the personnel in conditions of market economy.

**Keywords:** efficiency, system, management, personnel, enterprise, process, manufacture, quality.

**Постановка проблеми.** Розвиток глобалізаційних процесів, які відбуваються в теперішній час, супроводжується становленням якісно нових умов ринкового господарства і передбачає формування єдиного

світового ринкового простору. На фоні цих трансформаційних процесів відбуваються серйозні зміни в усіх сферах діяльності, розвиваються принципово нові економічні зв'язки і виробничі відносини.