

продуктів місцевих нетрадиційних ресурсів; створення сприятливих умов для залучення як іноземних, так і вітчизняних інвесторів, застосування лізингу, різних форм кредитування виробництва тощо; опрацювання та здійснення разом з іншими міністерствами й відомствами системи заходів щодо боротьби з тіньовим сектором виготовлення й торгівлі харчовими продуктами; підготовка законодавчих і нормативних актів, спрямованих на захист вітчизняного виробника харчових продуктів та підвищення ефективності роботи окремих галузей з перероблення сільськогосподарських продуктів.

Але, на нашу думку, найважливішим є питання правильного вибору організаційно-економічного механізму розвитку підприємств з перероблення сільськогосподарських продуктів у сферах забезпечення, виробництва та збуту продукції. Наголосимо, що ефективний розвиток цих підприємств передбачає вирішення питань сировинного забезпечення, тарного господарства, технологічно-виробничих процесів, маркетингу, розвитку галузевої науки.

Література

1. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. *Стратегічне управління: Навч. посібник* – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
2. Мочерний С. *Моделі трансформаційних процесів економіки (теоретико-методологічні аспекти)* // *Економіка України*. – 2000. – № 2. – С. 13–22.
3. Амбросов В.Я. *Трансформаційні процеси в аграрній сфері регіону* // *Економіка України*. – 2003. – № 8. – С. 66–70.
4. Гончарук Н.А. *Развитие предприятия*. – М.: Дело, 2000. – 208 с.
5. Пельтек Л.В. *Засади управління підприємствами переробної промисловості* // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. – 2006. – № 1. – С. 87–89.
6. *Организационное управление* / И.И. Архипова, В.В. Кульба, С.Н. Косаченко и др. – М.: Издательство "Приор", 1998. – 448 с.

УДК 339.162

Ю.Б. ШПИЛЬОВА

Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України

СТРУКТУРНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ ЯК СКЛАДОВОЇ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Соціально-економічні трансформації, що відбуваються в Україні, спрямовані на утворення сучасної економічної системи, в якій досить вагоме місце займає роздрібна торгівля. Ринкові процеси призвели до радикальних змін економічних умов функціонування торгівлі, посилення її впливу на суспільство та виникнення значних диспропорцій у розвитку торговельної мережі, передусім у сільській місцевості.

Досвід зарубіжних країн свідчить, що у боротьбі за вихід з економічної кризи саме торгівля може відіграти провідну роль, тому проблема розвитку матеріальної бази торгівлі на сьогодні є досить важливою. Одна з умов підвищення ефективності функціонування роздрібною торгівлі полягає в

© Ю.Б. Шпильова, 2008

досягненні максимальної збалансованості та відповідності її територіальної організації.

Питанням, пов'язаним з формуванням і розміщенням торговельної мережі на території країни, приділяли увагу ще за часів Радянського Союзу. У зв'язку з цим існує значна кількість різноманітних наукових підходів, які запропонованих відомими вченими, однак на сьогодні значна частина з них застаріла та не відповідає ринковим умовам ведення господарства, що робить їх неефективними.

Теоретичні аспекти дослідження торгівлі як категорії та її видів всебічно висвітлено в роботах таких науковців, як: П. Буагільбер, Г. Коуз, М. Портер, У. Петті, Й. Шумпетер та інших. Ці автори розглядають проблеми торгівлі в умовах зрілих ринкових відносин й інтенсивного конкурентного середовища. В останні роки питання внутрішньої торгівлі досліджуються вітчизняними вченими, серед яких: І. Бланка, В. Куценко, А. Мазаракі, Н. Ушакова, Л. Лігоненко, А. Садкова, Н. Власова та інші.

Роздрібна торговельна мережа є важливою складовою соціально-економічної інфраструктури будь-якого населеного пункту. Від її стану значною мірою залежить успішність виконання торгівлею соціальних та економічних функцій, а отже, і якість життя населення [1, с. 74].

Торгівля виконує низку функцій. Першочерговими з них є: закупівля товарів у виробника, відшкодування витрат на виробництво, продаж товарів споживачам; забезпечення безперервного кругообігу грошей, обслуговування населення. На сучасному етапі підприємства роздрібною торгівлі здійснюють закупівлю необхідної кількості вітчизняних товарів безпосередньо у підприємств-виробників. Товари імпортного виробництва, часто низької якості та невисокої ціни, в країну ввозяться дрібними посередниками й реалізуються на речових і продовольчих ринках. Відповідна ситуація зменшує нішу вітчизняних товарів та впливає на стан об'єктів роздрібною торгівлі (неможливість зниження цін, що призводить до зменшення попиту на вітчизняні товари).

Торгівля в Україні, на відміну від більшості інших сфер економіки, за останні роки зазнала значних структурних змін: якщо близько 15 років тому майже 90% роздрібною торгівлі припадало на універмаги й гастрономи, то нині їх частка постійно зменшується. Проте, як і раніше, значний сегмент ринку припадає на оптово-роздрібну торгівлю, торгівлю через кіоски та павільйони.

Всього в Україні на кінець 2007 р. нараховувалось 71,9 тис. об'єктів роздрібною торгівлі: з них 52,3 тис. магазинів, 19,6 тис. кіосків (табл.). Протягом 1995–2007 рр. простежується тенденція зменшення кількості підприємств торгівлі, де загальне скорочення становило 46,2% (35,7% – в місті та 62,9% – у селі). В 2007 р. на території країни функціонувало 71,9 тис. об'єктів торгівлі, з яких 73,3% – у місті та 26,7% – у селі. Із загальної кількості підприємств роздрібною торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) 57,4% переважно торгують продовольчими товарами, 41,3% – непродовольчими. Кількість підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним, склала в 2007 р.

1315 од., з яких 21,6% переважно торгують автомобілями, 20,6% – автомобільними деталями та 57,8% – пальним.

Таблиця

Мережа роздрібно́ї торгівлі підприємств по Україні*

Показник	1995			2000			2005			2007		
	всього	місто	село	всього	місто	село	всього	місто	село	всього	місто	село
Об'єкти торгівлі, всього, тис. од.	133,7	82,0	51,7	103,2	69,8	33,5	75,2	53,4	21,8	71,9	52,7	19,2
Кількість об'єктів торгівлі на 10 тис. осіб, од.	2135	2214	1967	1437	1582	1137	1355	1627	779	1616	2045	691
Кількість магазинів, тис. од.	109,5	61,3	48,2	77,9	48,1	29,8	55,8	36,8	19,0	52,3	36,1	16,3
Торгова площа магазинів, тис. м ²	10950	7699	3251	7029	5213	1816	6359	5186	1173	7493	6477	1016
Торгова площа магазинів на 10 тис. осіб, м ²	2135	2214	1967	1437	1582	1137	1355	1627	779	1616	2045	691
Кількість кіосків, тис. од.	24,1	20,7	3,5	25,4	21,7	3,7	19,4	16,5	2,9	19,6	16,6	3,0

*Джерело [2, с.124]

Суттєвих змін зазнала й територіальна організація роздрібно́ї торгівлі, особливо у сільській місцевості (у більш як 27% сіл від їх загальної кількості взагалі відсутні заклади торгівлі), що суперечить принципу рівності між містом і селом.

Однією з необхідних умов підвищення ефективності роздрібно́ї торгівлі є досягнення максимальної збалансованості та відповідності її територіальної організації попиту населення й інтересам торговельних підприємств. Це потребує вдосконалення територіальних основ і методичних рекомендацій щодо підвищення ефективності територіальної організації роздрібно́ї торгівлі, розробки ринково орієнтованої стратегії формування збалансованої та оптимальної територіальної структури її мережі.

Забезпеченість населення мережею роздрібно́ї торгівлі у розрахунку на 10 тис. осіб зменшилась майже на 23,8% і на кінець 2007 р. склала 16 од. Найвищі показники фіксувались у м. Севастополь (23 од.), Чернігівській (21), Кіровоградській (20), Львівській, Полтавській (по 19 од.) областях; найнижчі – у Чернівецькій, Тернопільській та Луганській областях (по 13 од.). Необхідно зауважити, що згортання мережі роздрібно́ї торгівлі негативно позначається в першу чергу на населенні. Зменшується можливість отримати якісний товар за помірну ціну. Така ситуація спонукає задовольняти споживачів свої потреби на ринках, де якісні показники значно нижчі, а вартісні – значно вищі.

Основним напрямом економічних реформ торгівлі в Україні є урізноманітнення форм власності та можливість розвитку торгівлі на основі конкуренції. Державна торгівля вже в 1995 р. становила незначну частку в роздрібному товарообігу, перестала бути монополістом і визначати пріоритети розвитку торгівлі в країні та її регіонах.

Кількість магазинів повільно, але скорочується майже по всіх регіонах України. У 2007 р. їх кількість порівняно з 2000 р. зменшилася на 32,8%, винятком є м. Київ, де приріст становить 23,6%. Забезпеченість населення торговельною площею магазинів у розрахунку на 10 тис. населення зросла майже на 13% і на кінець 2007 р. досягла 1616 м². Протягом 2000–2007 рр. покращилася щільність розміщення магазинів (з 45 до 76 од. на 10 км²

забудованої території) та знизилася завантаження на один магазин (з 461 до 251 відвідувача в середньому за день). Це свідчить як про зростання комфортності обслуговування покупців, так і про зменшення (з 81,7 до 67,4 м²) середнього розміру магазину, що не відповідає встановленим нормам і знижує можливості щодо різноманітності надання послуг. Разом із тим зростання конкуренції на місцевому рівні та боротьби за споживача істотно впливає на створення ефективної системи торговельного обслуговування.

В ході дослідження виявлено, що на території України простежуються значні територіальні відмінності в забезпеченості населення магазинами. Цей показник стосовно міського населення в розрахунку на 10 тис. осіб становить у середньому 11 од., причому найвищим він є високі показники в Закарпатській та Львівській (по 17 од.) областях. Кількість магазинів у сільській місцевості становить 16,3 тис. з торговою площею 1016 тис. м², що відповідає 63 м² на один магазин (за 2000–2007 р. скорочення склало 1,6%). На 10 тис. осіб у середньому припадає 11 магазинів, причому значно вищі показники в Чернігівській (23 од.), Житомирській (17 од.) областях (рис.). Скорочення кількості магазинів у місті можна пояснити відкриттям великих супермаркетів, з якими не можуть конкурувати дрібні (значна частина яких перебуває у приватній власності – більше 90%) магазини, а в селі – нерентабельністю.

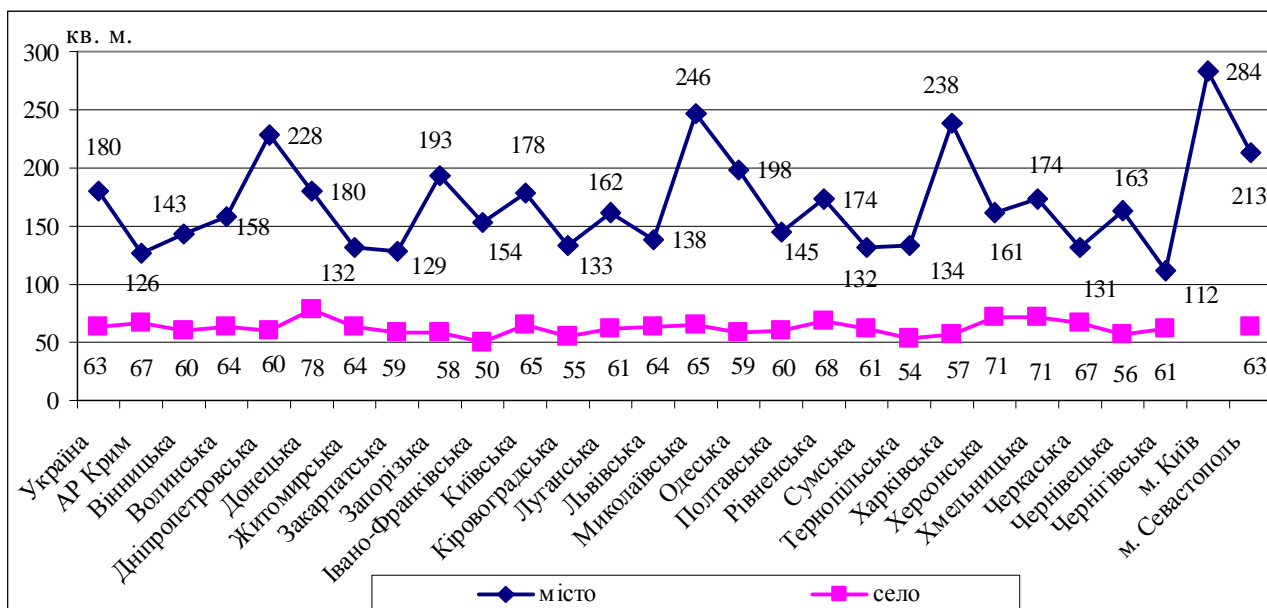


Рисунок. Торгова площа у розрахунку на один магазин у 2007 році, м²

Протягом останніх років досить швидко розвивається мережа напівстаціонарної дрібнороздрібної мережі (кіоски, контейнери), причому близько 85% з яких розміщені на ринках та займаються реалізацією непродовольчих товарів. Кіоскам (палаткам) роздрібної торгівлі належить вагоме місце в мережі роздрібної торгівлі. Хоча спостерігається значне їх скорочення (з 2000 р.) на 22,8%. Переважають кіоски приватної форми власності, державна власність становить мізерну частку (менше 0,5%).

Погіршення структурно-територіальної організації роздрібної

торговельної мережі призвело до відкриття дрібнороздрібних торговельних об'єктів (перш за все пересувних), а також неформальних (стихійних) ринків. Саме ринкам відводиться значне місце в задоволенні потреб населення у товарах. За 2000–2007 рр. кількість організованих ринків зросла з 2514 до 2834 од., з них 477 є продовольчими, 712 – непродовольчими та 1645 – змішаними. За рахунок організованих ринків формувалось більше однієї третини загального обсягу споживчих товарів, причому в обороті цих ринків більшу частину обсягів становив продаж сільськогосподарських продуктів.

Отже, територіальна організація роздрібною торговельною мережі свідчить про регіональні відмінності в забезпеченості населення об'єктами торгівлі, в тому числі між містом і селом. З'ясовано, що територіальне розміщення об'єктів торгівлі відіграє одну з вирішальних ролей у створенні її конкурентних переваг, є одним із факторів ефективності її діяльності та інвестиційної привабливості. Дослідження структурно-територіальної організації роздрібною торговельною мережі в Україні дозволило виявити як позитивні, так і негативні тенденції. В даний час характерними тенденціями цієї сфери в Україні є: збільшення оплати за торговельні площі, посилення конкуренції на ринку за покупця, збільшення витрат на рекламу, низький рівень компетенції керівників підприємств роздрібною торгівлі, поява супермаркетів західноєвропейського стандарту, створення пересувних пунктів продажу товарів, низька забезпеченість населення торговельною площею, погіршення якісного складу магазинів та їх розміщення, відсутність автоматизованої системи обліку.

Основними проблемами в торгівлі, які потребують першочергового вирішення, є:

- значні регіональні відмінності в забезпеченні об'єктами роздрібною торгівлі;
- закриття великої частини магазинів у селі та відкриття на їх місці палаток, що спричиняє зменшення асортименту товарів, а деякою мірою і зниження якості;
- невідповідність, недостатня врегульованість співвідношення „ціна – якість” товарів, особливо на об'єктах приватної форми власності;
- неконтрольоване відкриття стихійних ринків, на яких реалізуються товари низької якості тощо.

Таким чином, встановлено, що роздрібна торговельна мережа в Україні не відповідає сучасним вимогам. Результати дослідження дозволяють сформулювати напрями її активізації, а саме: вдосконалення державного регулювання в сфері торгівлі, підтримка процесу розвитку кооперування та створення різних об'єднань, забезпечення оптимального співвідношення об'єктів за видами спеціалізації, розмірами й формами обслуговування, за ціновим рівнем.

Головними напрямками вдосконалення структурно-територіальної організації роздрібною торговельною мережі в Україні є: максимальна адаптація структурно-територіальної організації роздрібною мережі до запитів споживачів; стимулювання розвитку сучасних типів магазинів, які використовують нові комп'ютерну та телекомунікаційну техніку і технології; створення корпоративних торговельних мереж; розвиток фірмової мережі товаровиробників тощо.

Територіальна організація роздрібної торгівлі повинна ґрунтуватись на збалансованості інтересів споживачів, торговельних підприємств виробників та держави. Виважена державна політика має сприяти функціонуванню сфери торговельного обслуговування та спиратися на дослідження потреб суспільства, формувати напрями ефективного задоволення потреб окремої людини. Державна політика в торгівлі повинна бути спрямована на:

- аналіз стану торгівлі, прогнозування її розвитку на основі вивчення попиту та пропозиції товарів;
- контроль за виконанням власниками торговельних підприємств зобов'язань щодо збереження товарного профілю, забезпечення асортименту товарів, у тому числі першої необхідності;
- участь у роботі з приватизації, демонополізації і створенні конкурентного середовища в торгівлі;
- контроль (через відповідну інспекцію) за додержанням норм та правил торгівлі, якістю та її безпечністю на підприємствах торгівлі незалежно від форм власності;
- сприяння в організації і проведенні ярмарків та інших заходів з роздрібною торгівлю товарами народного споживання.

Реалізація зазначених шляхів удосконалення формування роздрібною торговельною мережі сприятиме підвищенню соціально-економічної ефективності, яка представлена сукупною спроможністю функціонування торговельною мережі з максимальною прибутковістю та ґрунтується на більш повному задоволенні потреб покупців у товарах і послугах.

Література

1. Голошубова Н. Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку // *Економіка України*. – 2008. – № 9. – С. 74–86.
2. Роздрібна торгівля України у 2007 році: Статистичний збірник. – К.: Державний комітет статистики України, 2008. – С. 173.
3. Мережа роздрібною торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2008 року. – К.: Державний комітет статистики України, 2008. – С. 134.
4. Соколовська А. Економічна функція держави та особливості її виконання в Україні // *Економіка України*. – 2008. – № 3. – С. 20–33.

УДК 331.108.23

А. ЧЕРЕП, В. СЕРДЮК
Запорізький національний університет

ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Максимально людина реалізується, використовуючи знання, уміння, навички, розум, мотиви для досягнення поставлених цілей. Правильно визначити мету, методи її досягнення є важливим для особистості. В сучасних умовах, в епоху глобалізації, при стрімкому розвитку ринкових відносин та конкуренції

© А. Череп, В. Сердюк, 2008