

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Розвиток регіональних торговельних мереж – актуальне питання, яке потребує глибокого дослідження. За допомогою кореляційного аналізу досліджується вплив соціально-економічних чинників на розвиток регіональних роздрібних торговельних мереж, виявляються стимулюючі та дестимулюючі чинники.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, фактор, регіон.

Постановка проблеми. В умовах розвитку ринкової економіки в Україні, а також під впливом процесів транснаціоналізації та глобалізації сфера торгівлі зазнає суттєвих змін, які потребують фундаментальних досліджень.

Сьогодні торгівля – один із провідних видів економічної діяльності, що продовжує динамічний розвиток, незважаючи на проходження стадії трансформації. Ринкові перетворення українського суспільства концептуально змінили підходи до розуміння змісту, ролі та значення торгівлі в сучасній економіці. Комплексне її осмислення як найважливішої сфери послуг, основного ланцюга в системі господарських зв'язків між виробником і споживачем, її незамінність як рушійної сили економічного розвитку передбачають необхідність вивчення її потенціалу [1].

Одним із основних напрямків розвитку торговельної діяльності є на сьогодні формування дієвої торговельної мережі, яка здатна забезпечити збільшення обсягів реалізації, швидкість руху товарів, та їх якісне просування до свого цільового споживача [2].

Мережеві форми організації економіки властиві майже всім рівням господарських систем, сприяють новим можливостям отримання доходів і вимагають адекватних механізмів їх використання в інтересах суспільства і держави. Сьогодні мережі охоплюють різні сфери споживчого ринку: роздрібну та оптову торгівлю, виробництво товарів, надання послуг тощо.

Тому дослідження чинників, які так чи інакше впливають на розвиток регіональної торговельної мережі, має важливе значення, адже змінюючи ступінь їх впливу з'являється можливість керувати процесом розвитку торговельних мереж у напрямку, який би максимально задовольняв соціально-економічні потреби регіону [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз чинників, які впливають на розвиток роздрібних торговельних мереж, є предметом дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких: В.В. Апопій, О.О. Бакунов, В.А. Распопова, В.М. Селютін, Н.М. Севериненко, І.О. Бланк, І.М. Бергер, П.Г. Гончаров, В.А. Гросул, І.З. Должанський, Н.О. Голошубова, Д.В. Клиновий, Л.О. Омелянович, Д.В. Ляпін, В.С. Воронін та інші.

Ними доведено, що формування регіональної торговельної мережі визначається дією певних

чинників, які можуть як стимулювати, так і стримувати її розвиток. При цьому на сьогодні становлення та розвиток торговельних мереж в Україні недостатньо мірі забезпечує виконання ними соціально-економічних функцій. Тому дана проблема потребує подальшого поглибленого вивчення соціально-економічних чинників, які можуть забезпечити ефективний розвиток регіональних торговельних мереж одночасно покращуючи умови життя та діяльності населення у межах визначеної території.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити вплив соціально-економічних чинників на розвиток торговельних мереж.

Вклад основного матеріалу. У територіальному аспекті регіональна торговельна мережа – це сукупність торговельних об'єктів локалізованих на певній території, які утворюють складну поліструктурну систему з внутрішніми зв'язками між елементами та відповідною функціонально-просторовою організацією, яка розвивається під впливом певних чинників, які визначають параметри її розвитку [5]. Макросередовище створює загальні умови формування та розвитку торговельних мереж, його чинники (міжнародні, політико-правові, економічні, соціально-демографічні, культурні, технологічні, природні, екологічні) можуть або відкрити додаткові можливості для організації, або навпаки стати потенційними носіями загроз. У рамках запропонованої статті ми зупинимося на двох групах чинників: соціально-демографічних і економічних.

Соціально-демографічні чинники зовнішнього середовища представлені такими показниками впливу на розвиток торговельних мереж: динаміка чисельності та приросту населення, рівень урбанізації, міграція населення, віковий склад населення, рівень народжуваності та смертності, статевий склад населення, сімейний стан населення, міграційні процеси, їх активізація, зниження або зміна структури.

Економічні чинники безпосередньо впливають на стратегії розвитку суб'єктів комерційної діяльності, їх економічне становище, а інформація, закладена в макроекономічних показниках (показники економічного зростання у вигляді національних рахунків ВВП, ВНП, ВДВ, рівень інфляції, рівень зайнятості, бюджет), допомагає визначити загальні тенденції розвитку.

Вивчення макроекономічних тенденцій та явищ дозволяє більш вдало формувати стратегії розвитку торговельної мережі й обирати ефективні інструменти планування, управління та маркетингу. Водночас ігнорування макропоказників може призвести до значних ризиків у вигляді прийняття необґрунтованих рішень, запізнілого та неефективного впровадження інновацій, втрати інвестиційної привабливості тощо.

Проникнення на ринок роздрібною торгівлі мережевих форм організації бізнесу на регіональному рівні почалося з появою місцевих локальних мереж, які у більшості визначали вектор і формати розвитку роздрібною торгівлі. Ефективна діяльність мережевих структур місцевого рівня стала інструментом якісного розвитку регіонального споживчого ринку та створила основу для зацікавленості більш великих структур (національного та міжнародного рівня) в інвестуванні капіталу [5].

Споживчий ринок залишається одним із найбільш динамічних сегментів регіональної економіки, який швидко розвивається. Його характеризує висока підприємницька та інвестиційна активність, позитивна динаміка розвитку соціально-економічних показників.

У рамках мережевих форм організації господарських систем проявляються додаткові переваги: ефект масштабу, скорочення витрат за рахунок централізованого управління, швидке освоєння нових ринків, розширення клієнтської бази, можливість розвитку довгострокових відносин з покупцем, подальшого товароруку та впізнаваності бренду, формування стандартів, що визначають високі бар'єри входу на ринок тощо. Як національні, так і регіональні торговельні мережі збільшують свою конкурентоспроможність і прибутковість за рахунок даних переваг.

Одночасно розвинуті торговельні мережі значно сприяють інтеграції господарюючих суб'єктів в регіоні, збільшують рівень соціальних та економічних переваг.

Загальний соціально-економічний ефект від активного розвитку торговельних мереж можна охарактеризувати тим, що споживачі мають можливість отримати доступ до більш високого рівня надання торговельних послуг: широкого асортименту і якості продукту, який відповідає світовим стандартам, до отримання додаткових послуг (покупки через Інтернет, доставка, індивідуальний добір товару), що дозволяє економити час пошуку та здійснення покупки. У цілому виникає більш високий рівень задоволеності покупців, що робить позитивний вплив на імідж і репутацію регіону. Розвинені мережі впливають на зниження цін за рахунок збільшення загального обсягу поставок (за рахунок економії на ефекті масштабу) і можливості їх регулювання через ефективні логістичні мережі, а також посилення конкуренції в галузі. Отже, торговельні мережі сприяють підвищенню рівня культури торгівлі та якості обслуговування на регіональному ринку торговельних послуг, у результаті чого підвищується якість життя та споживання населення території.

Для оцінки розвитку торговельної мережі, у наукових працях використовується достатньо велика кількість показників, проте для нашого дослідження ми обрали саме ті, які на нашу думку, найкращим чином відображають рівень її соціально-економічного розвитку, зокрема: обсяги товарообігу у розрахунку на одного працівника, обсяги товарообігу на один метр квадратний торговельної площі, середня торговельна площа одного магазину, забезпеченість торговельними площами жителів регіону (табл.1).

Таблиця 1

Показники, які відображають різні напрямки розвитку торговельної мережі

Показник	Напрямок розвитку
Товарообіг на м ²	Економічний розвиток торговельної мережі
Товарообіг на 1 працюючого	Економічний розвиток торговельної мережі
Середній розмір торговельної площі одного магазину	Соціальний розвиток торговельної мережі
Забезпеченість торговельною площею на 10000 жителів	Соціальний розвиток торговельної мережі

На основі даних Державної служби статистики про розвиток регіонів України [6], із допомогою кореляційного аналізу нами створено кореляційну матрицю та виявлено основні взаємозв'язки між показниками, які відображають соціально-економічний розвиток регіонів України (чинниками впливу на розвиток торговельних мереж) та показниками, які відображають розвиток регіональних торговельних мереж (табл.2).

Данні таблиці свідчать, що розвиток торговельних мереж у регіонах України відбувається під інтенсивним впливом соціально-економічних факторів.

Так, обсяг товарообігу на м² торгової площі, за даними нашого дослідження, значно залежить від дії чинників, які відображають соціальний розвиток регіонів: кількості легкових автомобілів, які перебувають у приватній власності ($r = 0,63$); капітальних інвестицій у житлове будівництво за регіонами ($r = 0,82$); витрат населення за регіонами у розрахунку на одну особу, грн. ($r = 0,68$); попиту та пропозиції робочої сили на ринку, навантаження на одне вільне робоче місце ($r = 0,63$); міграції населення за регіонами ($r = 0,58$); середньомісячної номінальної заробітної плати працівників ($r = 0,62$).

Факторний аналіз показників розвитку торговельних мереж

Фактори впливу	Показники розвитку торговельних мереж			
	Товарообіг, м2	Товарообіг на 1 працюючого	Середня торговельна площа 1 магазину	Забезпеченість торговельною площею на 10000 жителів
Соціальні чинники				
Безробіття населення	-0,73	0,31	-0,68	-0,60
Кількість легкових автомобілів у приватній власності за регіонами	0,63	-0,42	0,85	0,79
Індекс споживчих цін	0,34	-0,32	0,70	0,66
Капітальні інвестиції у житлове будівництво за регіонами	0,82	-0,50	0,59	0,80
Витрати населення за регіонами у розрахунку на одну особу, грн.	0,68	-0,35	0,85	0,96
Зайнятість населення за регіонами відсотків до населення у віці 15-70 років	0,37	-0,26	0,65	0,74
Попит і пропозиція робочої сили на ринку праці за регіонами Навантаження на одне вільне робоче місце, вакансію, осіб	0,63	-0,49	0,76	0,80
Коефіцієнт смертності населення за основними причинами за регіонами (на 100 тис. наявного населення)	-0,44	-0,01	-0,36	-0,36
Сальдо міграції населення за регіонами (Міждержавна)	0,58	-0,18	0,79	0,68
Сальдо міграції населення за регіонами (Міжрегіональна)	0,79	-0,43	0,56	0,77
Середньомісячна номінальна заробітна плата працівників за регіонами	0,62	-0,39	0,82	0,85
Економічні чинники				
Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу	0,63	-0,44	0,81	0,92
Введення в дію нових основних засобів за регіонами	0,66	-0,47	0,77	0,83
Капітальні інвестиції на одну особу за регіонами	0,77	-0,48	0,69	0,87
Індекси фізичного обсягу валового регіонального продукту у розрахунку на одну особу	-0,15	-0,26	0,43	0,45
Роздрібний товарооборот підприємств на одну особу за регіонами	0,76	-0,42	0,83	0,96
Оборот роздрібною торгівлі за регіонами у фактичних цінах, млн. грн.	0,62	-0,37	0,86	0,83
Обсяг реалізованих послуг у розрахунку на одну особу, грн.	0,66	-0,34	0,73	0,89
Обсяги експорту товарів за регіонами кількість підприємств	0,67	-0,46	0,83	0,93
Обсяги імпорту товарів за регіонами кількість підприємств	0,69	-0,45	0,79	0,93
Обсяги імпорту товарів за регіонами млн. дол.	0,71	-0,47	0,79	0,94
Оптовий товарооборот за регіонами	0,60	-0,41	0,77	0,84
Прямі іноземні інвестиції в регіонах	0,64	-0,45	0,78	0,92

Серед соціальних чинників, які здійснюють негативний вплив на обсяг товарообігу на м² торговельної площі, можна виділити безробіття населення ($r = -0,73$) та коефіцієнт смертності населення за основними причинами по регіонах (на 100 тис. наявного населення) ($-r = 0,44$).

Серед економічних чинників позитивний вплив на обсяг товарообігу на м² торговельної площі здійснюють: капітальні інвестиції на одну особу за регіонами ($r = 0,77$); обсяги імпорту товарів за регіонами млн. дол. ($r = 0,70$); обсяги імпорту

товарів за регіонами (кількість підприємств) ($r = 0,69$); обсяги експорту товарів за регіонами (кількість підприємств) ($r = 0,67$).

Дослідження показало, що у регіонах із вищим соціально-економічним розвитком обсяг товарообігу на 1 працюючого нижчий порівняно із середнім значенням. Так, коефіцієнти кореляції між даним показником і безробіттям населення становив ($r = 0,31$), попитом і пропозицією робочої сили на ринку праці за регіонами ($r = -0,49$); капітальними інвестиціями у житлове будівництво

($r = -0,50$), капітальними інвестиціями на одну особу за регіонами ($r = -0,48$); обсягами імпорту товарів за регіонами млн. дол. ($r = -0,47$); обсягами експорту товарів за регіонами ($r = -0,46$).

Причиною виявлених закономірностей, на нашу думку, є те, що у регіонах із вищим соціально-економічним розвитком середня площа торговельних закладів вища, що відповідно до світового досвіду передбачає зниження товарообігу на одного працівника.

Наступним показником, який демонструє ефективність рівень розвитку торговельної мережі, є середня торгова площа 1 магазину. Серед соціальних чинників, які здійснюють позитивний вплив на даний параметр можна виокремити: кількість легкових автомобілів у приватній власності за регіонами ($r = 0,85$); витрати населення за регіонами у розрахунку на одну особу, грн. ($r = 0,85$); середньомісячна номінальна заробітна плата працівників за регіонами ($r = 0,82$); міграція населення за регіонами (міждержавна) ($r = 0,79$). Серед соціальних чинників, які здійснюють негативний вплив на даний показник, можна віднести безробіття населення ($r = -0,68$).

Щодо економічних факторів, які стимулюють розвиток торговельних мереж і позитивно впливають на середню торгову площу торгових закладів, можна виокремити: оборот роздрібної торгівлі за регіонами у фактичних цінах, млн. грн. ($r = 0,86$); роздрібний товарооборот підприємств на одну особу за регіонами ($r = 0,83$); обсяги експорту товарів за регіонами (кількість підприємств) ($r = 0,83$).

При дослідженні забезпеченості населення регіонів торговою площею можна виокремити наступні соціальні фактори, які здійснюють позитивний вплив на даний показник: витрати населення за регіонами у розрахунку на одну особу, грн. ($r = 0,96$), середньомісячна номінальна заробітна

плата працівників за регіонами ($r = 0,85$) та капітальні інвестиції у житлове будівництво за регіонами ($r = 0,80$). Негативний кореляційний зв'язок було встановлено між даним показником та безробіттям населення (з даним показником та коефіцієнтом смертності населення за основними причинами за регіонами (на 100 тис. наявного населення) ($r = -0,36$).

Щодо економічних чинників, які підвищують забезпеченість населення регіонів торговельними площами доцільно виділити: роздрібний товарообіг підприємств на одну особу за регіонами ($r = 0,96$); обсяги імпорту товарів за регіонами млн. дол. ($r = 0,94$); обсяги експорту товарів за регіонами (кількість підприємств) ($r = 0,93$); обсяги імпорту товарів за регіонами (кількість підприємств) ($r = 0,93$).

Висновки. При дослідженні впливу соціально-економічних чинників на розвиток торговельної мережі виявлені ті, які мають стимулюючий та дестимулюючий характер. Основними економічними стимуляторами розвитку є такі чинники впливу: введення в дію нових основних засобів за регіонами; роздрібний товарообіг підприємств на одну особу за регіонами; капітальні інвестиції на одну особу за регіонами; обсяги експорту товарів за регіонами (кількість підприємств); прямі іноземні інвестиції в регіонах.

Основними соціальними стимуляторами розвитку виступають: витрати населення за регіонами у розрахунку на одну особу; попит і пропозиція робочої сили на ринку праці; середньомісячна номінальна заробітна плата працівників за регіонами. До соціальних чинників, які здійснюють дестимулюючий вплив на розвиток регіональних роздрібних торговельних мереж, за результатами наших досліджень, можна віднести безробіття та смертність населення за основними причинами.

Список літератури

1. Бакунов О. О. Методика економічної оцінки розвитку роздрібної торговельної мережі в регіоні / О. О. Бакунов, В. А. Распопова // Торговля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонНУЕТ. – 2005. – Вип. 19, Т. 3. – С. 162 – 169.
2. Буцяк Н.С. Сучасний стан і перспективи розвитку роздрібного товарообігу підприємств торгівлі в Україні // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 131-137
3. Голошубова, Н. Визначальні фактори розвитку роздрібної торгової мережі / Н. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2001. - № 4. - С. 19-25.
4. Колчкова О. В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / О. В. Колчкова. – Харків, 2011. – 173 с.
5. Евтюгина А.А., Карх Д.А. Модель взаимодействия глобальных торговых сетей и региональных рынков [Электронный ресурс] / А.А. Евтюгина, Д.А. Карх. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/c/ekonomika-i-ekonomicheskie-nauki>
6. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів України за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rv.gov.ua/sites/new/data/upload/files/1/mon.pdf

Аннотация

Ірина Буднікевич, Ірина Черданцева

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Развитие региональных торговых сетей является актуальным вопросом, который требует глубокого исследования для его решения. С помощью корреляционного анализа исследуется влияние социально-экономических факторов на развитие региональных розничных торговых сетей, выявляются стимулирующие и дестимулирующие факторы.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, фактор, регион.

Summary

Iryna Budnikovich, Iryna Cherdantseva

INFLUENCE OF SOCIO-ECONOMIC FACTORS ON THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TRADE NETWORKS

The development of regional trade networks is actual question that needs deep research for its solution. In this article, using correlation analysis, we examined the effect of socioeconomic factors on the development of regional retail sales networks and discovered factors of stimulants and non-stimulants.

Keywords: retail trade network, factor, region.