

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
Факультет економіки моря

Кафедра менеджменту



«Допущена до захисту»
Завідувач кафедри
_____ І.В. Сіренко
« ____ » _____ 2024 р.

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему: Розвиток роздрібного торговельного підприємництва в
Миколаївському регіоні

Виконав: студент 6431мз групи
_____ Богатюк Ю. С.
(підпис)

Керівник роботи:
_____ К.Є.Н., доцент
(посада, науковий ступень вчене звання)

_____ Волосюк М. В.
(підпис)

Миколаїв – 2024 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Факультет економіки моря

Кафедра менеджменту

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма «Менеджмент і бізнес-адміністрування»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Гарант освітньої програми

С. І. Сергійчук

(підпис)

« ____ » _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Студенту

Богатюк Юлія Сергіївна

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Розвиток роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні

Керівник роботи к.е.н., доцент Волосюк Марина Валеріївна,

Затверджені наказом ректора № 1170-уч від «07» листопада 2024 року

2. Термін подання роботи: 18 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані по роботі: матеріали практик, навчальні, наукові видання, публікації в періодичній літературі та Інтернет, власні дослідження автора, звітність підприємств

4. Перелік питань, що належать до розробки (найменування розділів): розглянути теоретичні і методологічні основи розвитку роздрібного торговельного підприємництва; провести аналіз процесу розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні; запропонувати шляхи розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в сучасних умовах.

5. Перелік презентаційних матеріалів: фактори розвитку роздрібної торговельної мережі; роздрібний товарообіг в Україні за 2013-2021 роками; кількість роздрібних підприємств, що належить юридичним особам та фізичним особам-підприємцям за 2013-2021 рр. в Миколаївській області; програма розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні; інноваційні підходи та цифровізація роздрібної торгівлі в Миколаївському регіоні.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів роботи	Терміни виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення наукового керівника роботи	04.09.2024	
2	Вибір теми роботи та її узгодження її з науковим керівником	04.09.2024	
3	Складання попереднього плану роботи, узгодження його з науковим керівником	18.09.2024	
4	Затвердження теми роботи	18.09.2024	
5	Проведення досліджень	06.11.2024	
6	Опрацювання та викладення результатів досліджень	20.11.2024	
7	Оформлення кваліфікаційної роботи	04.12.2024	
8	Подання рукопису кваліфікаційної роботи, презентаційного матеріалу на попередній захист	04.12.2024	
9	Подання роботи рецензенту та отримання рецензії	18.12.2024	
10	Захист роботи перед атестаційною комісією	За графіком	

Студент _____ Богатюк Ю. С.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Керівник роботи _____ Волосюк М. В.

АНОТАЦІЯ

Богатюк Ю. С. "Розвиток роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні"

Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр за спеціальністю 073 «Менеджмент» – Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, Миколаїв, 2024.

Кваліфікаційна робота присвячена актуальним проблемам теоретичних, методичних і практичних аспектів розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні. У роботі розглянуто сутність та зміст внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України; представлено фактори розвитку роздрібної торгівельної мережі; розглянуто проблеми розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в умовах війни; проведено аналіз стану роздрібного торгівельного підприємництва в Миколаївській області; проведена оцінка програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області; запропоновано шляхи розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні; розроблено рекомендації щодо впровадження інноваційних підходів до розвитку роздрібної торгівлі та цифровізація бізнесу в Миколаївському регіоні.

Ключові слова: роздрібна торгівля, економічний розвиток, інвестиційна активність, торговельна інфраструктура, внутрішній ринок.

ANNOTATION

Bogatyuk Y. S. «Development of retail trade entrepreneurship in Mykolaiv region»

Qualification work for obtaining the educational and qualification level of master in the specialty 073 "Management" – Admiral Makarov National University of Shipbuilding, Mykolaiv, 2024.

The qualification work is devoted to the actual problems of theoretical, methodological and practical aspects of the development of retail trade entrepreneurship in the Mykolaiv region. The work considers the essence and content of internal trade in the system of social complex of Ukraine; presents the factors of development of the retail trade network; considers the problems of development of retail trade entrepreneurship in the Mykolaiv region in the conditions of war; analyzes the state of retail trade entrepreneurship in the Mykolaiv region.

A regional infrastructure and logistics development program has been proposed to restore trade in the Mykolaiv region, which includes assessment and restoration of damaged infrastructure, modernization and improvement of logistics processes, restoration and modernization of transport infrastructure, development of communication networks and integration with digital platforms, development of a state and local support strategy that will stimulate the economic development of the region, help create new jobs and attract investment, and allow entrepreneurs to expand their business and increase their competitiveness.

Innovative approaches have been developed and digitalization of retail trade in the Mykolaiv region has been proposed, combining the development of e-commerce, implementation of trade automation systems, use of digital marketing strategies, integration of modern technologies into physical stores, increasing digital literacy of entrepreneurs and employees, creation of local digital ecosystems that will increase business efficiency, contribute to the creation of a more flexible and adaptive economy capable of responding quickly to global challenges.

Keywords: retail trade, economic development, investment activity, trade infrastructure, domestic market.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	11
1.1. Сутність та зміст внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України.....	11
1.2. Фактори розвитку роздрібної торгівельної мережі	24
1.3. Проблеми розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в умовах війни	33
Висновок до першого розділу	39
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В МИКОЛАЇВСЬКОМУ РЕГІОНІ	41
2.1. Аналіз стану роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївській області	41
2.2. Оцінка програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області	56
Висновки до другого розділу.....	62
РОЗДІЛ 3. Шляхи розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в сучасних умовах.....	65
3.1. Розвиток регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні.....	65
3.2. Інноваційні підходи до розвитку роздрібної торгівлі та цифровізація бізнесу в Миколаївському регіоні.....	74
Висновок до третього розділу	83
ВИСНОВКИ.....	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88

ВСТУП

Актуальність теми. Роздрібне торговельне підприємництво відіграє важливу роль у формуванні економічного та соціального потенціалу регіонів, забезпечуючи населення товарами та послугами повсякденного попиту. У контексті Миколаївського регіону, який має значний аграрний потенціал та стратегічно вигідне розташування, розвиток роздрібної торгівлі є важливим фактором підвищення рівня життя населення та зміцнення місцевої економіки. Однак, в умовах сучасних викликів, таких як війна, економічна нестабільність, регуляторні зміни та глобалізація, цей сектор стикається з численними перешкодами, що гальмують його поступальний розвиток.

Проблемам розвитку роздрібного торговельного підприємництва присвячені роботи вітчизняних та закордонних фахівців: Бугріменко Р. М., Вінтоняк А. А., Галайда Т.О., Згурська О. М., Косар Н. С., Лялюк, А., Наконечна Н. В., Сергійчук С.І., Серeda С. А., Шалева О. І. та ін. Разом з тим, незважаючи на досить ґрунтовне дослідження цієї проблеми, питання державної політики розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні залишаються актуальними, адже на сьогодні практичних, результативних кроків щодо їхнього втілення вкрай мало. Причиною цього, на нашу думку, є відсутність єдиної державної стратегії подальшого розвитку роздрібного торговельного підприємництва і наукових досліджень впливу зовнішніх та внутрішніх змін на її діяльність.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконана за планами науково-дослідної роботи кафедри Менеджменту Факультету економіки моря НУК (тема: «Управління бізнес-процесами в умовах розвитку цифрової економіки та суспільства»).

Мета і завдання дослідження. Актуальність теми дозволила визначити мету дослідження: формування науково обґрунтованих рекомендацій та пропозицій щодо вдосконалення шляхів розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в сучасних умовах.

Для досягнення цієї мети були поставлені та розв’язані наступні завдання:

- досліджено сутність та зміст внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України;
- представлено фактори розвитку роздрібно торгівельної мережі;
- розглянуто проблеми розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в умовах війни;
- проведено аналіз стану роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївській області;
- проведена оцінка програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області;
- запропоновано шляхи розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні;
- розроблено рекомендації щодо впровадження інноваційних підходів до розвитку роздрібно торгівлі та цифровізація бізнесу в Миколаївському регіоні.

Об’єктом дослідження є процес розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні.

Методи дослідження. Проведене дослідження в роботі спирається на наукові концепції та теоретичні досягнення вітчизняних вчених. У роботі застосовано цілий ряд спеціальних методів, які дозволяють одержати кількісну оцінку окремих аспектів розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні: діалектичний метод пізнання – при визначенні сутності внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України; економіко-логічні методи пізнання – у процесі систематизації та узагальнення факторів розвитку роздрібно торгівельної мережі, метод аналізу і синтезу, порівняння, моделювання – в процесі аналізу стану роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївській області; метод факторного аналізу – під час дослідження програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних підходів та розробленні науково-практичних рекомендацій щодо розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні. Так, у кваліфікаційній роботі:

удосконалено:

– програму розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні, яка включає оцінку та відновлення пошкодженої інфраструктури, модернізація та вдосконалення логістичних процесів, відновлення та модернізація транспортної інфраструктури, розвиток комунікаційних мереж та інтеграція з цифровими платформами, розробка стратегії державної та місцевої підтримки, що стимулюватиме економічний розвиток регіону, допоможе у створенні нових робочих місць та залученні інвестицій та дозволить підприємцям розширити бізнес і підвищити свою конкурентоспроможність;

набули подальшого розвитку:

– інноваційні підходи та цифровізація роздрібної торгівлі в Миколаївському регіоні, що поєднують розвиток електронної комерції, впровадження систем автоматизації торгівлі, використання цифрових маркетингових стратегій, інтеграція сучасних технологій у фізичні магазини, підвищення цифрової грамотності підприємців та працівників, створення локальних цифрових екосистем, які дають змогу підвищити ефективність бізнесу, сприятимуть створенню більш гнучкої та адаптивної економіки, здатної до швидкої реакції на глобальні виклики та дозволять Миколаївському регіону успішно інтегруватися в цифрову економіку та значно покращити рівень життя місцевих мешканців.

Практичне і загальнонаукове значення отриманих результатів. Основні результати наукового дослідження пропонується використати при удосконаленні організаційного та методичного забезпечення програми розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в

Миколаївському регіоні. Найбільшу практичну цінність мають інноваційні підходи та цифровізація роздрібної торгівлі в Миколаївському регіоні.

Особистий внесок здобувача. У магістерській роботі сформульовані та обґрунтовані наукові положення, розробки, висновки і рекомендації отримано самостійно на основі проведеного дослідження практичних аспектів розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні. Аналітична частина роботи виконана на основі обробки статистичних даних діяльності закладів роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні.

Обсяг та структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота викладена на 92 сторінках та складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменування), 5 таблиць, 7 рисунків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Сутність та зміст внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України

Торгівля є галуззю економіки, яка забезпечує реалізацію товарів через процеси купівлі-продажу. Вона інтегрує виробництво, розподіл, обмін і споживання, перетворюючи виготовлені товари на предмети споживання. Торгівля поділяється на внутрішню та зовнішню. У межах внутрішньої торгівлі, залежно від форми власності, діють підприємства різних типів: державні, колективні, спільні, приватні, сімейні, індивідуальні, кооперативні тощо. Як важлива складова господарства, торгівля виконує економічні, соціальні та виховні функції.

Економічна роль торгівлі полягає у реалізації товарів, створених у процесі виробництва, акумулюванні товарних потоків і спрямуванні їх на споживання, забезпечуючи баланс між суспільними потребами та виробничими ресурсами. Торгівля встановлює економічні зв'язки між усіма галузями господарства, сприяє безперервності процесу розширеного відтворення, забезпечує товарообмін між регіонами, поглиблює спеціалізацію виробництва та вдосконалює територіальний поділ праці. Виконуючи функцію зв'язку між районами виробництва та споживання, торгівля сприяє підвищенню ефективності роботи виробничого сектору.

Соціальна роль торгівлі полягає у зменшенні витрат часу поза роботою на придбання товарів, сприянні раціональному використанню вільного часу та забезпеченні умов для підвищення рівня матеріального споживання, що стає основою підвищення рівня життя і розвитку творчих здібностей людей.

Торгівля, вирівнюючи рівень обслуговування в різних регіонах, сприяє покращенню якості життя населення та забезпечує доступ до матеріальних і духовних благ. Виконуючи виховну функцію, вона формує раціональні споживчі потреби і підвищує їхню якість. Через рекламу властивостей товарів і

пропонування високоякісної продукції торгівля сприяє розвитку естетичних смаків населення.

На відміну від оптової, роздрібна торгівля охоплює підприємницьку діяльність, спрямовану на продаж товарів і послуг кінцевим споживачам для особистого, сімейного або домашнього використання. Роздрібна торгівля є завершальним етапом у ланцюгу товаропросування. Її діяльність спрямована на постійне розширення асортименту товарів та збільшення обсягів продажу. Цей вид торгівлі відіграє ключову роль у маркетинговій діяльності, оскільки допомагає компаніям оцінити значимість своїх товарів, їх споживчі характеристики, ступінь задоволення потреб клієнтів, а також впливає на престиж товарної марки та репутацію фірми.

Для споживачів роздрібна торгівля забезпечує швидке та зручне задоволення їхніх потреб у місцях проживання чи тимчасового перебування шляхом покупки товарів.

Основні функції роздрібною торгівлі включають:

- формування асортименту товарів і послуг та їх розміщення в торговельних приміщеннях;
- сортування товарів за призначенням і способом використання;
- інформування споживачів через рекламу, вітрини та особисте спілкування з покупцями;
- задоволення інтересів каналів збуту;
- зберігання товарів;
- визначення цін;
- проведення розрахунків із постачальниками;
- завершення угод купівлі-продажу, обміну та кредитування.

Роздрібні продавці ухвалюють рішення для забезпечення ефективного функціонування, керуючись такими ключовими аспектами: вибір цільового ринку, формування асортименту товарів, надання комплексу послуг, створення атмосфери у магазині, визначення цінової політики, використання методів стимулювання продажів і вибір місця розташування торговельних точок.

Підприємства роздрібної торгівлі та торговельні одиниці, що реалізують товари кінцевим споживачам, можна класифікувати (рис. 1.1) за:

- загальними характеристиками функціонування;
- специфічними ознаками діяльності.

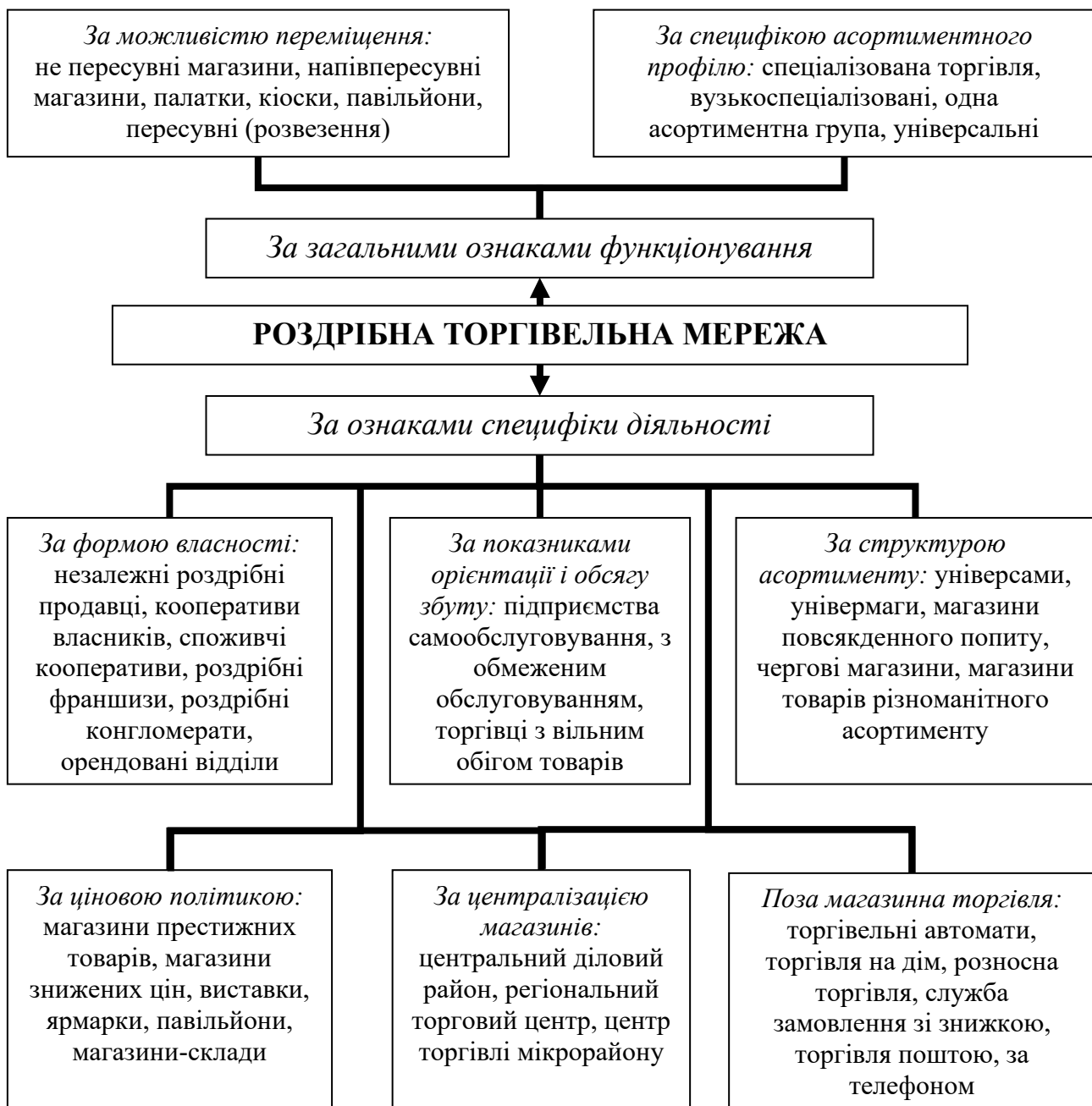


Рис. 1.1. Класифікація роздрібної торгівлі

Роздрібна торгівля класифікується за такими критеріями: форма власності, стратегія роздрібної організації, формат немагазинної торгівлі, цінова політика,

організація та масштаби збуту, структура асортименту та рівень концентрації магазинів.

Залежно від форми власності, до підприємств роздрібно́ї торгівлі належать роздрі́бні магазини, франшизи, кооперативи, орендовані відділи та конгломерати.

У незалежних *роздрі́бних магазинах* забезпечується персональне обслуговування та встановлюється прямий контакт із покупцем. Саме з цієї форми роздрібно́ї торгівлі зазвичай починає діяльність будь-яка компанія в ринкових умовах. Щороку створюються тисячі таких магазинів, але через високу конкуренцію багато з них припиняють свою діяльність.

Роздрі́бні франшизи представляють собою контрактні угоди між виробником, сервісною організацією та роздрі́бними підприємствами. Ця специфічна форма торгівлі дозволяє малим підприємцям використовувати переваги досвіду, постачання та репутації великих роздрі́бних організацій. Завдяки цій моделі підприємці отримують можливість розвивати управлінські навички, освоювати рекламні технології та працювати під відомим брендовим ім'ям.

Кооперативи створюються роздрі́бними підприємствами або самими споживачами. У споживчому кооперативі магазин належить його членам, які вкладають кошти, отримуючи сертифікати власності, обирають керівників, беруть участь в управлінні та розподілі прибутку. Особливо популярними кооперативи є у сфері торгівлі продуктами харчування.

Орендовані відділи – це окремі секції в роздрі́бному магазині, які здаються в оренду індивідуальним підприємцям або групам осіб. Власники таких відділів сплачують орендну плату. Оренда вигідна як для власника магазину, так і для орендаря. Власник отримує стабільний дохід, а орендарі мають переваги у вигляді вигідного розташування, престижу магазину та доступу до його постійних клієнтів.

До групи підприємств за структурою стратегії роздрібно́ї торгівлі належать компанії, які поєднують різні аспекти діяльності, такі як графік роботи, місце

розташування, асортимент, обслуговування, цінова політика та інші елементи роздрібної торгівлі. У цю групу входять такі типи підприємств, як чергові магазини, універсами, універмаги, спеціалізовані магазини, магазини з широким асортиментом, магазини зі зниженими цінами, магазини товарів повсякденного попиту, торгові комплекси, магазини-склади та магазини-демонстратори.

Черговий магазин – це торговельна організація, яка продає обмежений асортимент товарів, зазвичай продукти харчування, і працює за визначеним графіком.

Універсами (супермаркети) – це великі магазини, що спеціалізуються на продажу продовольчих товарів та мають окремі відділи для різних категорій продуктів. Кількість таких організацій постійно зростає. Вони здійснюють великі торговельні операції з великими обсягами товарів, зберігаючи низькі витрати та помірну прибутковість.

Зосередження різноманітних видів продовольчих товарів на одній території дозволяє закуповувати їх великими партіями, що забезпечує високий рівень товарообігу завдяки значному потоку покупців.

Універмаги – це торговельні організації, які продають товари різних асортиментних груп, здебільшого продукцію промислового виробництва, призначену для дому та господарства. Вони є магазинами змішаного типу, що спеціалізуються на товарах повсякденного попиту. Універмаги поділяються на окремі відділи, кожен з яких орієнтований на продаж певної групи товарів.

Спеціалізовані магазини – це торговельні організації, які займаються продажем товарів однієї конкретної товарної групи. Ці магазини часто подобаються покупцям завдяки тому, що в них представлена спеціалізована група товарів, що полегшує процес вибору.

Магазини різноманітного асортименту займаються продажем широкого спектру товарів за низькими та середніми цінами, таких як канцелярські товари, подарунки, жіночі аксесуари та інші.

Роздрібні конгломерати – це корпорації, що об'єднують кілька магазинів під єдиним управлінським контролем з частковою інтеграцією функцій

управління та розподілу товарів. Цей тип організації торгівлі стикається з великими труднощами через високу конкуренцію і займає відносно низьку частку в загальному обсязі роздрібного товарообігу.

Магазин товарів повсякденного попиту за розмірами є меншим порівняно з універсамом. Тут продаються продовольчі, господарські та безалкогольні товари. Такі магазини зазвичай розташовуються поблизу житлових районів і працюють за подовженим графіком. Асортимент товарів обмежений, а ціни досить високі.

Магазини зі зниженими цінами пропонують широкий асортимент товарів за низькими цінами і забезпечують самообслуговування. Вони розташовуються в районах з низькими орендними ставками.

Торговельні комплекси – це великі торговельні організації, що включають універсами, магазини зі зниженими цінами та роздрібні магазини-склади. У їх асортименті представлені меблі, великі електроприлади, одяг та безліч інших товарів. В таких комплексах торгівля здійснюється за знижками, а товари доставляються безпосередньо від виробника.

Магазин-склад – це торгове підприємство, яке спеціалізується на продажу товарів за зниженими цінами при обмеженому наборі послуг. Мета таких магазинів – продаж великих партій товарів за низькими цінами. Однією з найбільш популярних форм магазинів-складів є меблеві магазини, де основною діяльністю є реалізація товарів зі складу.

Магазини-демонстратори займаються продажем ювелірних виробів та фотообладнання. Ці організації випускають каталоги товарів, що виставляються в спеціальних залах і також розсилаються поштою.

До групи організацій немагазинної торгівлі відносять торговельні автомати, прямий продаж додому, прямий збут через пошту, телефон, радіо.

Торговельні автомати – це пристрої, що працюють за допомогою монет. Ця форма торгівлі не потребує наявності торгового персоналу і дозволяє здійснювати продажі цілодобово. Торговельні автомати продають обмежений асортимент товарів. Завдяки такому способу продажу покупці можуть придбати

різноманітні товари повсякденного попиту, такі як сигарети, безалкогольні напої, газети, цукерки та інші вироби. Торговельні автомати забезпечують зручне обслуговування в будь-який час доби, хоча цей канал продажу є досить витратним.

Аналізуючи діяльність роздрібних торговельних підприємств, визначають наступні показники: структуру, спеціалізацію, диференціацію за видами.

Структура роздрібно́ї мережі – це співвідношення різних типів торгових підприємств за їх специфічними характеристиками, такими як частка, клас торгових залів, графік роботи та інші параметри.

Спеціалізація торговельної мережі – це діяльність підприємства, що зосереджується на окремих асортиментних групах або типах товарів.

Диференціювання торговельних підприємств – це комплекс заходів, спрямованих на вибір технічно досконалих і економічно ефективних варіантів за параметрами торгової площі, асортименту товарів та методів продажу. Це дозволяє знижувати витрати на будівництво, оптимізувати асортимент і підвищувати рівень обслуговування.

На розташування роздрібно́ї мережі впливають такі фактори:

- місце розташування (розмір, щільність населення, наявність адміністративних, культурних та спортивних центрів);
- транспортні (напрямки та інтенсивність основних потоків громадського і приватного транспорту);
- соціальна сфера (високий рівень обслуговування, вимоги до якості товарів та упаковки);
- економічна сфера (ефективність капіталовкладень, оптимальний рівень доходів тощо).

Однією з характерних рис торговельного обслуговування, порівняно з іншими галузями економіки, є велика кількість торгових підприємств. Кожне підприємство має свою мінімальну клієнтську базу, так званий "пори́г", та визначений радіус обслуговування. Це дозволяє класифікувати як підприємства, так і їх послуги. Підприємства, що надають послуги нижчого рівня, мають

невеликий поріг та обмежений радіус реалізації, тоді як підприємства вищого рівня мають більший поріг і ширший радіус обслуговування.

При визначенні меж системи торговельного обслуговування враховуються зв'язки, які пов'язані з можливістю придбання певних товарів, що в значній мірі залежать від транспортної доступності торгових підприємств. Тому в процесі регіонального розвитку торгівлі виокремлюються відповідні структурні елементи.

Центр торговельного обслуговування – це населений пункт, в якому зосереджені всі торгові підприємства.

Зона впливу – це територія, на якій проживає більшість постійних споживачів цього центру чи підприємства.

Підприємство або центр торговельного обслуговування разом із своєю зоною впливу формує територіальну систему торговельного обслуговування.

Системи торговельного обслуговування поділяються на локальні та регіональні. Локальні системи формуються в межах одного або кількох адміністративних районів і охоплюють сільські поселення, а також мережу невеликих міст і містечок, які є районними центрами. Така система надає основні послуги для задоволення повсякденних та періодичних потреб. Радіус доступності центрів локальних систем зазвичай становить 20-30 км, а кількість обслуговуваних жителів – від 50 до 100 тис. осіб.

Регіональні системи торговельного обслуговування охоплюють одну або кілька адміністративних областей і включають завершений комплекс торговельних послуг для задоволення повсякденних, періодичних та епізодичних потреб.

Основним критерієм якості торговельних послуг є їх доступність, яка визначається за різними аспектами:

– територіальна доступність (міра відповідності місць надання торговельних послуг з місцями проживання населення);

- нормативна доступність – (співвідношення кількості наданих торговельних послуг до обсягу потреб населення, виходячи з раціональних норм споживання окремих продовольчих і непродовольчих товарів);
- часова доступність (витрати часу на отримання торговельної послуги, що змінюються залежно від частоти попиту – повсякденні, періодичні, епізодичні тощо);
- вартісна доступність (міра відповідності торговельних послуг матеріальним можливостям населення);
- асортиментна або економічна доступність (міра відповідності набору товарів, що реалізуються, з рівнем розвитку потреб населення);
- інформаційна доступність (міра представленості нових товарів і послуг населенню через засоби масової інформації, такі як реклама, преса чи телебачення).

Основною категорією науки про регіональний розвиток і розміщення торгівлі є її територіальна організація. Територіальна організація торгівлі означає оптимальне поєднання різних за галузевою структурою торгових підприємств та їх взаємозв'язків, що створюють сприятливі умови для реалізації товарів народного споживання і сприяють збільшенню кількості споживачів, які користуються послугами цієї галузі.

Зв'язок між економічними та соціальними аспектами територіальної організації торгівлі проявляється в тому, що соціальні завдання реалізуються через досягнення ефективності в торгівлі. Удосконалення територіальної організації торгівлі передбачає вирішення наступних завдань:

- соціальні завдання – забезпечення населення території торговими послугами, поліпшення асортименту та якості товарів народного споживання.
- виробничі завдання – збільшення потенціалу галузі, забезпечення ресурсами та підвищення економічної ефективності їх використання.

Раціональна територіальна організація торгівлі означає таке поєднання торгових підприємств, збалансованих за структурою, типами, оптимальною місткістю та місцезнаходженням на певній території, яке забезпечує

максимальну доступність обслуговування та повноцінне надання послуг споживачам. З огляду на це, основними завданнями територіальної організації торгівлі є вдосконалення структури товарообміну та мережі підприємств, зменшення нерівностей у розвитку торгової мережі в різних регіонах та оптимізація розміщення торгових підприємств на великій території.

Проблеми ефективної територіальної організації внутрішньої торгівлі України є одними з найбільш важливих у господарському секторі країни, набуваючи особливого значення в контексті переходу до ринкової економіки та змін в економічних відносинах суспільства.

Основним показником, що відображає особливості територіальної структури внутрішньої торгівлі України, є коефіцієнт концентрації товарообігу (Ккт), який показує співвідношення роздрібного товарообігу до частки населення певного регіону. Цей коефіцієнт дозволяє визначити внутрішньорегіональні відмінності в розвитку торгівлі та виявити регіональні диспропорції. За допомогою цього показника було встановлено, що за останні роки територіальна структура внутрішньої торгівлі України зазнала значних змін, зокрема, спостерігається глибоке розшарування регіонів за рівнем концентрації торгівлі.

У більшості депресивних аграрних районів центральної та західної частини України коефіцієнт концентрації товарообігу (Ккт) значно знизився, досягнувши рівня 70-х років (наприклад, у Вінницькій, Черкаській, Хмельницькій, Тернопільській, Житомирській та Івано-Франківській областях). У той же час, в промислово розвинених регіонах, таких як Дніпропетровська, Запорізька, Харківська, Львівська області, а також у Закарпатті, цей показник стабільно зростає. У столичному регіоні та місті Київ показники Ккт збільшилися майже вдвічі. В інших регіонах країни спостерігається поступове, але стійке зменшення цього показника.

Це свідчить про те, що в останні роки спостерігається глибока диференціація в рівні торговельного обслуговування між урбанізованими територіями та сільською місцевістю, а також між західними, центральними та

східними регіонами, які мають різний економічний потенціал та особливості територіальної організації. Прискорений розвиток торгівлі переважає у великих та надвеликих містах, тоді як у середніх та малих містах, а особливо в сільській місцевості, спостерігається різке скорочення кількості торговельних об'єктів, що суттєво знижує територіальну доступність торговельних послуг для населення.

У різних регіонах України існують значні відмінності у товарообігу на одну особу, причому максимальні розбіжності складають 4,6 рази. Найнижчий товарообіг на душу населення спостерігається в Тернопільській, Хмельницькій, Черкаській, Вінницькій областях. Найбільш сприятлива ситуація – в Київській, Дніпропетровській, Запорізькій, Харківській та Львівській областях. Інші регіони країни мають недостатній рівень розвитку внутрішньої торгівлі.

З огляду на вищезазначені тенденції в сучасній територіальній структурі внутрішньої торгівлі України, доцільно виділити чотири регіональні групи. Перша група включає регіони з високим рівнем розвитку внутрішньої торгівлі, до яких належать Київська, Харківська, Дніпропетровська, Запорізька, Львівська та Закарпатська області. Коефіцієнт концентрації товарообігу в цих регіонах коливається від 1 до 2. Це території з високим рівнем урбанізації, розвинутим промисловим виробництвом (Львівщина, Придніпров'я) та соціальною інфраструктурою (Київська, Харківська області), де зосереджено 29,3 % всіх торговельних підприємств України та більше 30 % роздрібного товарообороту. Ці регіони мають специфічну структуру зайнятості та високий рівень доходів, що також сприяє розвитку торговельної діяльності. Закарпатська область потрапила до цієї групи завдяки своїй близькості до західного кордону України, активним економічним зв'язкам з країнами Східної Європи та значному потенціалу в рекреаційній сфері.

Регіони з середнім рівнем розвитку внутрішньої торгівлі (Полтавська, Сумська, Одеська, Волинська та Чернівецька області) досягли таких показників завдяки впливу кількох факторів. У Полтавській та Сумській областях, крім високого рівня індустріалізації, спостерігається значна концентрація населення, особливо в обласних центрах, що позитивно вплинуло на зростання роздрібного

товарообороту. Одеська, Чернівецька та Волинська області мають вищі показники розвитку внутрішньої торгівлі завдяки близькості до кордонів України, наявності морських і річкових транспортних шляхів, а також розвитку рекреаційної діяльності та туризму.

Регіони з низьким рівнем розвитку внутрішньої торгівлі (Рівненська, Чернігівська, Кіровоградська, Миколаївська та Херсонська області) в останні роки пережили значне скорочення роздрібного товарообороту та кількості торговельних підприємств. Це сталося через масове зменшення стаціонарних торгових об'єктів, а також розвиток неформальних вуличних і пересувних форм торгівлі, які в основному не зареєстровані. Миколаївська та Херсонська області потрапили до цієї групи через недостатній розвиток господарського комплексу, зменшення кількості закладів відпочинку та низький рівень доходів населення. Чернігівська та Рівненська області належать до депресивних територій з низьким рівнем урбанізації, домінуванням аграрного сектору та високими показниками природного скорочення населення, що значно знизило їх торговельний потенціал.

Мінімальні показники розвитку внутрішньої торгівлі в Україні спостерігаються в Івано-Франківській, Житомирській, Вінницькій, Черкаській, Хмельницькій та Тернопільській областях. Окрім Івано-Франківської, решта з цих областей є аграрними, з високою часткою сільського населення, низьким рівнем промислового розвитку та низькими доходами. У цих регіонах відбулося значне скорочення кількості торгових точок і обсягів роздрібного товарообороту.

В результаті, в Україні останнім часом сформувались два основні полюси зростання торговельного потенціалу – Київський і Львівський, які охоплюють більшу частину території країни. Вплив Київського полюса зростання поширюється на північні та центральні області, Львівський – на західні регіони, а Донецький полюс охоплює східні області, хоча його вплив обмежений і має локальний характер. Південні області не мають вираженого полюса зростання.

Хоча Одеса може частково виконувати ці функції, її потенціал не виділяється на фоні загальних низьких показників у причорноморських регіонах.

У найближчому майбутньому, з урахуванням впливу повномасштабної війни в Україні, зростатиме вплив Київського та Львівського полюсів зростання, які охоплюватимуть більшість території України. Їх розвиток сприятиме подальшому збільшенню територіального потенціалу роздрібного товарообороту в таких регіонах, як Дніпропетровська, Полтавська, Харківська області, а також Київське Придніпров'я та Поділля.

Ключовим завданням державного регулювання розміщення торговельних об'єктів є підвищення рівня торговельного обслуговування в малих містах та сільській місцевості, що передбачає поступове відновлення та розвиток стаціонарних торговельних закладів і створення оптових підприємств, які працюватимуть безпосередньо з товаровиробниками. Основними методами реалізації цих заходів є зниження оподаткування для стаціонарних торговельних підприємств у сільській місцевості, зменшення орендної плати та плати за комунальні послуги і електроенергію, а також покращення інженерно-інфраструктурної бази територій. Окрім того, механізм державного регулювання має забезпечити створення сприятливих умов для залучення додаткових джерел фінансування та комерційного капіталу у торговельну сферу сільських територій на взаємовигідних умовах, зокрема через пільги при реєстрації, сертифікації, ліцензуванні та оподаткуванні.

Великі та середні міста потребують максимального наближення торговельних підприємств, що здійснюють продаж товарів повсякденного та постійного попиту, до споживачів, створення достатніх товарних запасів згідно з рівнем населення та статусом міста, а також підвищення вартісної, асортиментної та нормативної доступності стаціонарних торгових закладів. Регіони з низьким рівнем розвитку роздрібної торгівлі потребують державної підтримки для створення сприятливих фінансових, організаційно-управлінських і комерційно-підприємницьких умов, що сприятимуть залученню приватного капіталу, розширенню асортименту продукції та збільшенню товарообігу.

Впровадження цих заходів сприятиме формуванню збалансованої та комплексної територіальної структури внутрішньої торгівлі України, що забезпечить повне і всебічне задоволення потреб населення у торговельних послугах, а також стане основою для подальших трансформаційних процесів у національній економіці та розвитку ринкових відносин.

1.2. Фактори розвитку роздрібно-торгівельної мережі

Роздрібна торгівля є важливим елементом економіки будь-якої країни, оскільки вона забезпечує безпосереднє задоволення потреб населення в товарах і послугах. Розвиток роздрібно-торгівельної мережі залежить від низки факторів, які впливають на ефективність її функціонування та здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі. Ці фактори варіюються від економічних умов до соціокультурних змін, кожен з яких грає важливу роль у забезпеченні стабільного та сталого розвитку торговельних підприємств.

Економічна ситуація в країні, рівень доходів населення, зміни в потребах споживачів, а також розвиток технологій безпосередньо впливають на розміщення і кількість торгових точок, асортимент товарів і рівень обслуговування. Технологічний прогрес та інновації змінюють обличчя роздрібно-торгівлі, відкриваючи нові можливості для оптимізації логістики, продажу товарів через Інтернет і використання новітніх платіжних систем, що дозволяє покращити доступність і зручність для споживачів.

Крім того, важливими факторами є соціокультурні зміни в поведінці споживачів, які визначають попит на певні види товарів і послуг. Тренди, які формуються під впливом глобалізації, змінюють смаки і переваги покупців, що впливає на стратегії розвитку роздрібних мереж. Державне регулювання, зокрема оподаткування, ліцензування і правові норми, також мають значний вплив на діяльність торговельних підприємств, формуючи умови для їх розширення або, навпаки, обмеження. Тому для ефективного розвитку роздрібно-торгівлі необхідно враховувати всі ці фактори, які створюють комплексне середовище для її розвитку.

Загалом фактори розвитку роздрібної торговельної мережі розділяють на категорії: економічні, демографічні, технічні і технологічні, соціокультурні, регуляторні і правові фактори (рис. 1.2). Розглянемо більш детально кожен з них.

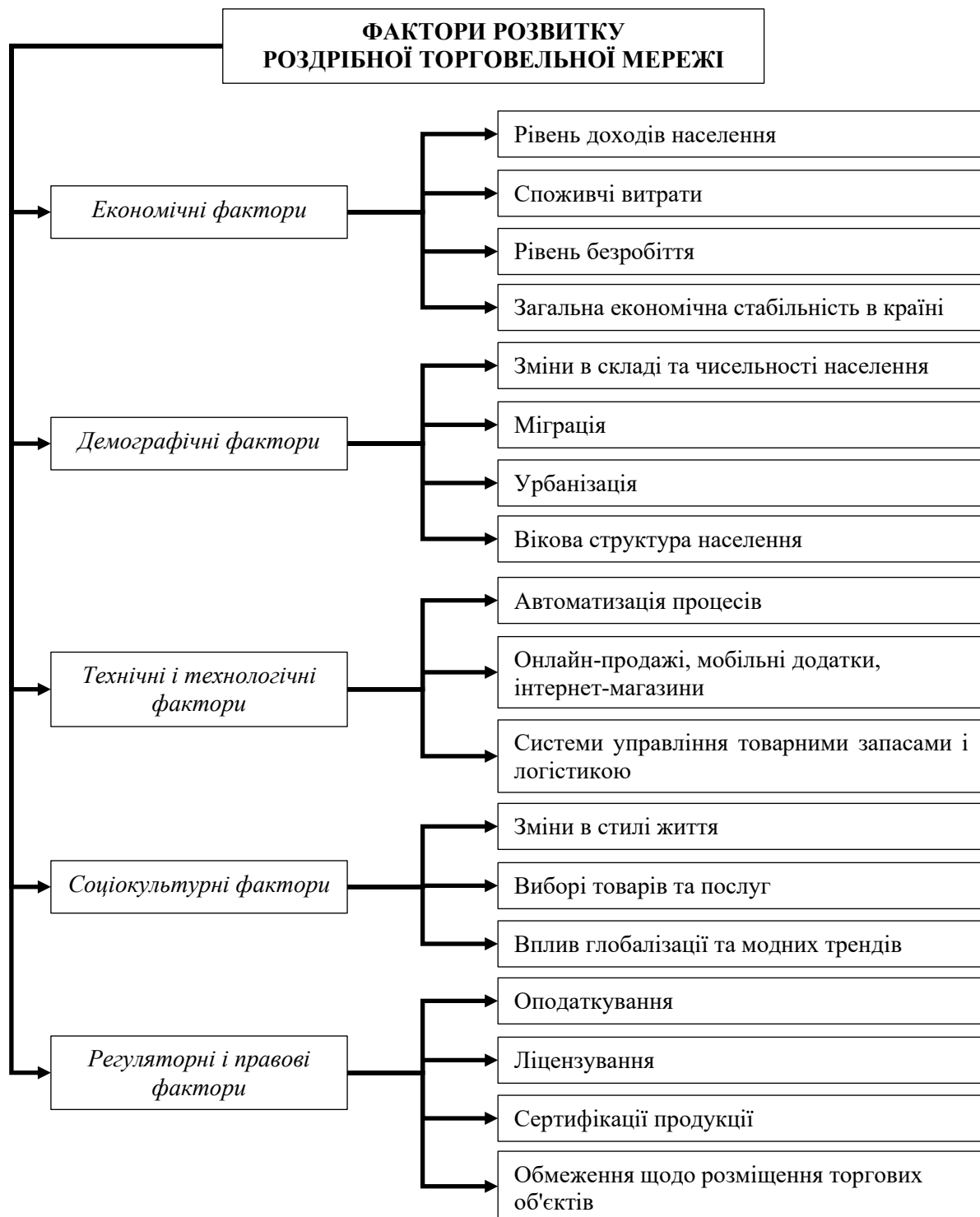


Рис. 1.2. Фактори розвитку роздрібної торговельної мережі

Економічні фактори безпосередньо визначають розвиток роздрібної торговельної мережі, оскільки вони визначають покупну спроможність населення та його споживчі звички. Рівень доходів населення є одним із найважливіших факторів, що впливають на попит на товари і послуги. Вищі доходи дозволяють споживачам витрачати більше на різноманітні товари, що стимулює зростання продажів і розширення торговельних мереж. Водночас низькі доходи зменшують попит, обмежуючи кількість товарів, які можуть собі дозволити покупці, що негативно впливає на ефективність роботи роздрібних підприємств.

Споживчі витрати є важливим показником, який відображає, скільки грошей населення готове витрачати на покупки в певний період. Коли витрати на споживчі товари зростають, це означає, що роздрібні мережі можуть збільшити обсяги продажу, розширювати асортимент товарів і навіть відкривати нові торгові точки. Якщо ж споживчі витрати скорочуються, підприємства змушені оптимізувати свої витрати, скорочувати асортимент і знижувати обсяги продажу. Відтак, зміни в споживчих витратах є важливим індикатором для прогнозування попиту та планування розвитку роздрібної торгівлі.

Рівень безробіття також впливає на економічну стабільність і споживчі витрати. Високий рівень безробіття знижує загальний попит на товари, оскільки люди мають менше коштів для покупки. Безробіття також може призвести до соціальної напруженості, що може негативно відобразитись на економічному середовищі, обмежуючи зростання роздрібної торгівлі. Водночас зниження рівня безробіття підвищує доходи населення, що стимулює споживчий попит і підтримує розвиток торговельної мережі.

Загальна економічна стабільність в країні є одним з основних факторів, що впливає на розвиток будь-якого бізнесу, включаючи роздрібну торгівлю. Стабільна економіка сприяє зростанню довіри до ринку, збільшенню інвестицій і розвитку нових підприємств. Відсутність економічних потрясінь, стабільна інфляція і контрольована монетарна політика дозволяють роздрібним

підприємствам прогнозувати попит і планувати свою діяльність на довший термін, що сприяє їх зростанню.

Рівень конкуренції також є важливим економічним фактором для розвитку роздрібної торгівлі. В умовах високої конкуренції підприємства повинні постійно вдосконалювати свої стратегії, пропонувати кращі ціни, високу якість обслуговування та інноваційні рішення для залучення клієнтів. У країнах з низьким рівнем конкуренції ринок може бути більш стабільним, однак відсутність конкуренції часто призводить до зниження якості обслуговування та інновацій. Крім того, економічна політика держави має величезний вплив на розвиток роздрібної торговельної мережі. Політика стимулювання підприємництва через податкові пільги, інвестиційні програми та інфраструктурні проекти може сприяти росту торговельних мереж, тоді як економічні обмеження, високі податки та складні регуляції можуть ускладнити ведення бізнесу і зменшити темпи розвитку роздрібної торгівлі.

Демографічні фактори є одними з основних елементів, що визначають попит на товари і послуги в роздрібній торгівлі. Зміни в складі та чисельності населення можуть значно вплинути на розвиток торговельних мереж. Наприклад, зростання чисельності населення в певному регіоні створює більший потенціал для попиту на товари, що стимулює відкриття нових торгових точок, розширення асортименту і збільшення обсягів продажу. Зі збільшенням кількості споживачів підприємства можуть реалізовувати більше товарів, що знижує витрати на одиницю продукції і підвищує ефективність торгових мереж.

Міграція є важливим демографічним фактором, який також впливає на попит у роздрібній торгівлі. Переміщення населення з одних регіонів в інші може змінювати структуру споживчих звичок і попит на товари. Наприклад, урбанізація, що супроводжується міграцією в міста, може призвести до зростання попиту на різноманітні товари і послуги, пов'язані з урбанізованим способом життя, такими як техніка, побутова хімія, меблі, послуги громадського харчування та інші. Водночас, міграція в сільські райони може знижувати попит

на деякі категорії товарів, що вимагатиме адаптації роздрібних мереж до зміненої споживчої ситуації.

Урбанізація – процес переміщення населення з сільської місцевості в міста – є важливим чинником, що впливає на роздрібну торгівлю. Зі зростанням урбанізації збільшується попит на товари та послуги в міських районах, що стимулює розвиток торгових мереж у містах, а також змінює споживчі звички. Міські жителі зазвичай мають більш високий рівень доходів, більшу купівельну спроможність і схильність до споживання нових, інноваційних товарів, що робить урбанізовані райони привабливими для роздрібних підприємств. У таких умовах роздрібна мережа повинна враховувати специфіку міського попиту і пропонувати широкий асортимент товарів для різних соціальних груп.

Зміни у віковій структурі населення також мають істотний вплив на розвиток роздрібно-торговельної мережі. Наприклад, старіння населення може змінити попит на певні категорії товарів. Для літніх людей зростає попит на товари медичного призначення, зручні побутові прилади, а також товари для здоров'я та фізичного комфорту. Водночас молодші покоління можуть виявляти більшу зацікавленість до нових технологій, модного одягу, електроніки та розваг. Таким чином, роздрібні мережі повинні адаптувати свої стратегії до змінюваних демографічних характеристик, щоб задовольнити потреби всіх вікових груп споживачів.

Також важливим демографічним фактором є *рівень народжуваності і тривалість життя*. Висока народжуваність може збільшити попит на дитячі товари, іграшки, одяг, а також послуги для дітей. З іншого боку, зростання тривалості життя вимагає розвитку сегментів товарів і послуг, орієнтованих на старших споживачів, таких як спеціалізовані товари для здоров'я, а також послуги по догляду. Демографічні зміни впливають на те, які продукти будуть користуватися попитом в майбутньому, і, отже, вони стають основою для стратегічного планування в роздрібній торгівлі.

Технічні і технологічні фактори – впровадження новітніх технологій у роздрібній торгівлі стає ключовим чинником підвищення ефективності бізнес-

процесів і задоволення потреб споживачів. Одним із важливих аспектів є автоматизація процесів, що включає використання спеціалізованих програмних рішень для управління продажами, взаємодії з клієнтами, обробки замовлень та ведення фінансових операцій. Це дозволяє знижувати витрати, прискорювати обробку інформації та забезпечувати високу якість обслуговування. Автоматизація також забезпечує зручний моніторинг ефективності роботи, аналіз продуктивності та планування подальшого розвитку торговельних підприємств.

Інтернет-технології значно змінили ландшафт роздрібної торгівлі. Онлайн-продажі стали потужним інструментом для залучення нових споживачів і розширення ринку збуту. Можливість здійснювати покупки через інтернет-магазини дозволяє покупцям зручно вибирати товари без необхідності відвідувати фізичні торгові точки. Така модель забезпечує високий рівень доступності товарів, знижує витрати на утримання магазину та дозволяє працювати з більш широким асортиментом. Інтернет-магазини можуть обслуговувати клієнтів не лише на локальному, а й на глобальному рівні, розширюючи межі бізнесу.

Серед новітніх технологій в роздрібній торгівлі все більшу популярність набирають мобільні додатки, які забезпечують більш зручний і персоналізований досвід для споживачів. За допомогою мобільних додатків клієнти можуть отримати доступ до актуальних акцій, знижок, а також здійснювати покупки безпосередньо через свої смартфони. Крім того, мобільні платформи дозволяють здійснювати персоналізовані рекомендації на основі історії покупок, що підвищує ймовірність продажу та задоволення потреб користувачів. Це також створює зручний канал комунікації з клієнтами, що підвищує лояльність і підтримує інтерес до бренду.

Використання сучасних систем управління товарними запасами і логістикою дозволяє значно знизити витрати на зберігання та транспортування товарів. Інноваційні технології в цій сфері включають автоматизовані системи для моніторингу і управління запасами, що дозволяє тримати на складі

оптимальний рівень товарів та мінімізувати ризик надлишкових або недостатніх запасів. Системи управління ланцюгом поставок дають можливість значно покращити процеси доставки, зменшити час від замовлення до доставки товару та оптимізувати логістичні витрати. Завдяки цьому підвищується ефективність, і роздрібні мережі можуть пропонувати кращі умови для своїх споживачів, включаючи швидшу доставку та більш конкурентоспроможні ціни.

Технологічні інновації не лише підвищують внутрішню ефективність, а й покращують взаємодію з клієнтами, що має велике значення для підтримки конкурентоспроможності на ринку. Інтерактивні технології, такі як віртуальні та доповнені реальності, дозволяють створювати нові можливості для покупки товарів. Наприклад, деякі магазини дають можливість віртуально приміряти одяг або побачити, як виглядатиме меблі в їхньому домі. Це підвищує залученість споживачів і дозволяє їм зробити більш обґрунтований вибір, що зменшує кількість повернень товарів і підвищує рівень задоволеності покупців. Такі інноваційні підходи дозволяють роздрібним підприємствам не лише залучати нових клієнтів, а й зміцнювати свої позиції на ринку.

Соціокультурні фактори значною мірою визначають розвиток роздрібної торгівлі, оскільки вони безпосередньо впливають на попит на товари та послуги, а також на поведінку споживачів. Зміни в культурних уподобаннях та стилі життя населення є важливими індикаторами того, які продукти та послуги будуть популярні на ринку. Сучасні споживачі все більше орієнтуються на індивідуалізацію своїх покупок, вибір брендів, що відповідають їхнім особистим переконанням та цінностям, таким як екологічність, етичність та соціальна відповідальність. Роздрібні мережі повинні відповідати на ці зміни, пропонуючи нові категорії товарів і послуг, що відповідають зростаючому попиту на сталий розвиток, еко-продукти та відповідальні бренди.

Зміни в стилі життя також впливають на асортимент товарів, що пропонується споживачам. Наприклад, зміни в харчових звичках спричиняють попит на здорове харчування, веганські та органічні продукти, що змінює пропозицію на ринку продуктів харчування. Зростання інтересу до спорту та

активного способу життя призводить до популяризації спортивного одягу та обладнання, а також до розвитку ринку фітнес-товарів і послуг. Зміни в стилі життя, пов'язані з розвитком цифрових технологій, також ведуть до підвищеного попиту на електроніку, мобільні пристрої та інтернет-сервіси.

Вплив глобалізації є важливим соціокультурним фактором, що змінює попит на товари та послуги. Сьогодні споживачі мають доступ до широкого асортименту продукції з усього світу, що впливає на їхні уподобання і вибір. Бренди з різних куточків світу можуть бути доступні в будь-якому регіоні, а міжнародні тенденції моди і культури визначають характер споживчих смаків. Це створює як можливості, так і виклики для роздрібних торговців, оскільки вони повинні постійно оновлювати свій асортимент і відповідати світовим трендам, щоб задовольняти вимоги споживачів.

Модні тренди також відіграють важливу роль у формуванні потреб споживачів. Зміни в модних тенденціях можуть радикально змінити попит на одяг, аксесуари та косметику. Наприклад, зростання популярності вуличного стилю або ретро-трендів може спричинити збільшення продажу певних категорій товарів. Модні тренди можуть також змінювати підхід до вибору продуктів харчування, декору чи навіть технологій, коли популярними стають нові функціональні властивості товарів. Роздрібні підприємства мають постійно слідкувати за змінами в модних трендах, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Ці соціокультурні фактори також ставлять вимоги до якості обслуговування в роздрібній торгівлі. Сучасні споживачі очікують не тільки високої якості товарів, але й індивідуального підходу, швидкого та зручного обслуговування, а також персоналізації сервісу. Серед сучасних тенденцій – використання технологій для покращення покупцяського досвіду, таких як чат-боти, мобільні додатки, програми лояльності та віртуальні консультанти. Ці інновації створюють додаткову цінність для споживачів і стають важливими конкурентними перевагами для роздрібних торговців.

Правова та регуляторна база є важливим фактором, що визначає можливості для розвитку роздрібної торговельної мережі. Законодавчі акти, регуляції та стандарти встановлюють правила ведення торговельної діяльності, забезпечуючи правову визначеність для учасників ринку. Одним із найбільш важливих аспектів є система оподаткування, яка визначає розмір податків для роздрібних підприємств і впливає на їх фінансову стійкість. Високі податкові ставки можуть створювати бар'єри для малого бізнесу, обмежуючи його можливості для розвитку, в той час як оптимізоване оподаткування стимулює зростання підприємництва і розширення ринків збуту.

Ліцензування та сертифікація продукції – ще одні важливі регуляторні аспекти, що впливають на діяльність роздрібних торговців. У багатьох випадках для продажу певних товарів необхідні спеціальні ліцензії або сертифікати, що підтверджують їхню відповідність стандартам якості та безпеки. Це особливо важливо для товарів харчової промисловості, фармацевтики та техніки. Невиконання вимог сертифікації може призвести до штрафів або заборони на продаж товарів, що створює додаткові фінансові та організаційні труднощі для підприємців.

Крім того, існують обмеження щодо розміщення торгових об'єктів, зокрема земельне законодавство і будівельні норми, які визначають, де і які саме об'єкти можуть бути розміщені. Важливим є питання наявності дозволів на будівництво або оренду комерційної нерухомості, а також відповідність торгових приміщень санітарним та технічним вимогам. Ці обмеження можуть суттєво вплинути на вибір місця для нових торгових точок і визначати доцільність інвестицій у розвиток мережі. Невиконання вимог будівельних стандартів може призвести до значних штрафів або навіть закриття підприємств.

Законодавчі регуляції щодо реклами також мають важливий вплив на роздрібну торгівлю. Оскільки реклама є важливим інструментом залучення споживачів, будь-які обмеження або вимоги щодо її змісту, форми чи місця розміщення можуть впливати на маркетингові стратегії підприємств. Наприклад, існують обмеження на рекламу певних товарів, таких як алкоголь або тютюнові

вироби, або регулювання щодо достовірності реклами, що може вимагати додаткових витрат на забезпечення відповідності реклами законодавчим вимогам.

І, нарешті, зміни в законодавстві, які стосуються захисту прав споживачів, також мають значний вплив на роздрібну торгівлю. Зростання вимог до якості обслуговування, забезпечення прав споживачів на повернення товару або компенсацію за неякісні продукти створює додаткові вимоги для роздрібних торговців. Для підприємств це означає необхідність розвитку служб підтримки споживачів, які зможуть оперативно реагувати на претензії і забезпечувати дотримання правових норм.

1.3. Проблеми розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в умовах війни

Роздрібне торговельне підприємництво відіграє важливу роль у формуванні економічного та соціального потенціалу регіонів, забезпечуючи населення товарами та послугами повсякденного попиту. У контексті Миколаївського регіону, який має значний аграрний потенціал та стратегічно вигідне розташування, розвиток роздрібної торгівлі є важливим фактором підвищення рівня життя населення та зміцнення місцевої економіки. Однак, в умовах сучасних викликів, таких як війна, економічна нестабільність, регуляторні зміни та глобалізація, цей сектор стикається з численними перешкодами, що гальмують його поступальний розвиток.

Розглянемо основні проблеми, які впливають на розвиток роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні, такі як:

- вплив економічної нестабільності на розвиток роздрібного підприємництва;
- проблеми інфраструктури і логістики;
- недостатній рівень інвестицій та фінансування
- проблеми регуляторної політики та державного контролю
- зміни у поведінці споживачів та вплив глобалізації.

Війна в Україні суттєво загострила економічну нестабільність, що стало одним із найсерйозніших викликів для роздрібного підприємництва в Миколаївському регіоні. Постійні коливання валютних курсів, інфляція, дефіцит товарів першої необхідності та руйнування інфраструктури впливають на доступність продукції для населення. Імпорт товарів ускладнений через блокування портів і транспортних шляхів, що змушує підприємців скорочувати асортимент або підвищувати ціни, погіршуючи конкурентоспроможність місцевих торговельних об'єктів.

Інфляційні процеси, посилені зростанням цін на енергоносії, логістику та оренду, ще більше ускладнюють діяльність підприємців. Війна призводить до знищення або пошкодження торговельної інфраструктури, що вимагає додаткових інвестицій у відновлення бізнесу. У багатьох випадках малі та середні підприємства змушені закриватися через неможливість забезпечити рентабельність у таких умовах, що зменшує загальну пропозицію товарів.

Податкові зміни, спрямовані на підтримку воєнного стану, також впливають на роздрібний сектор. З одного боку, спрощення оподаткування для підприємців створює певні пільги, але з іншого – додаткові збори або непередбачуваність податкової політики посилюють економічний тиск. У таких умовах підприємцям доводиться вкладати значні ресурси в адаптацію, а не в розширення бізнесу чи покращення обслуговування.

Зниження купівельної спроможності населення внаслідок втрати робочих місць, внутрішнього переміщення та інших наслідків війни стало ще одним фактором, що обмежує розвиток роздрібного бізнесу. У Миколаївському регіоні, який безпосередньо постраждав від бойових дій, більшість жителів зосереджені на забезпеченні базових потреб. Це знижує попит на непродовольчі товари та змушує підприємців шукати нові підходи для збереження своєї діяльності.

Війна також суттєво зменшила інвестиційну активність у регіоні. Руйнування інфраструктури, ризики для персоналу та активів, а також відсутність чіткої перспективи стабілізації стримують підприємців від розширення бізнесу. Водночас ті підприємці, які все ж інвестують у відновлення,

стикаються з труднощами у забезпеченні логістики, матеріалів та фінансування. У таких умовах розвиток роздрібно́ї торгівлі в Миколаївському регіоні потребує активної державної підтримки, міжнародної допомоги та впровадження довгострокових стратегій відновлення економіки.

В Миколаївському регіоні значно загострилися *інфраструктурні та логістичні проблеми роздрібного підприємництва*. Руйнування транспортної інфраструктури, включаючи дороги, залізничні колії та мости, ускладнює перевезення товарів як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Багато транспортних маршрутів виявилися заблокованими або небезпечними через бойові дії, що змушує підприємців шукати обхідні шляхи, які часто є дорожчими та менш ефективними.

Складські приміщення та логістичні центри також зазнали серйозних втрат через обстріли або захоплення територій. Відсутність сучасної інфраструктури для зберігання товарів призводить до затримок у постачанні та псування продукції, особливо продуктів харчування та інших швидкопсувних товарів. Це створює додатковий фінансовий тягар для підприємців і знижує доступність товарів для споживачів.

Забезпечення комунальними послугами, зокрема електроенергією, водопостачанням та зв'язком, стало ще одним викликом. В умовах частих перебоїв в енергопостачанні підприємства змушені використовувати генератори, що підвищує витрати на ведення бізнесу. Нестабільна робота зв'язку та інтернету також негативно впливає на функціонування логістичних ланцюгів, планування постачання та електронну комерцію.

Війна ускладнила доступ до портової інфраструктури, яка відіграє ключову роль у постачанні імпортованих товарів до Миколаївського регіону. Блокада портів, мінування акваторій і загроза обстрілів значно зменшили обсяги морських перевезень. Це призводить до дефіциту деяких товарів, зростання їхніх цін та порушення ритмічності постачання.

Підприємці стикаються з труднощами в організації безпечної логістики в умовах бойових дій. Перевізники вимагають додаткових страхових платежів, а

ризика пошкодження або втрати вантажів зростають. У результаті зменшується кількість логістичних компаній, готових працювати в зоні ризику. Для відновлення та розвитку логістики у Миколаївському регіоні потрібні значні інвестиції, державна підтримка та створення спеціальних програм для забезпечення стабільного постачання товарів в умовах війни.

Війна в Україні стала ключовим фактором, що поглибив проблему *недостатнього фінансування роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні*. Багато потенційних інвесторів уникають вкладень через високі ризики, спричинені бойовими діями, нестабільністю правового середовища та загальною економічною невизначеністю. Це обмежує можливості для розвитку нових торговельних точок і модернізації існуючих підприємств.

Банківські установи суттєво посилили вимоги до кредитування бізнесу, зокрема через високі ризики неповернення коштів. Високі процентні ставки та вимоги до забезпечення кредитів є недосяжними для багатьох підприємців. У результаті малі й середні торговельні підприємства втрачають доступ до фінансових ресурсів, що ще більше ускладнює їхнє функціонування в умовах війни.

Державна підтримка роздрібного сектору залишається недостатньою. Програми, спрямовані на розвиток підприємництва, часто не враховують специфічні виклики регіонів, що постраждали від бойових дій. Відсутність грантових програм чи податкових пільг для підприємців у Миколаївському регіоні стримує їхній розвиток та зменшує інвестиційну привабливість сектору.

Втрата іноземних інвесторів стала ще однією проблемою. До війни Миколаївський регіон мав певний потенціал для залучення міжнародного капіталу, однак військові дії, ризики руйнування інфраструктури та невизначеність майбутнього відлякали закордонних інвесторів. У таких умовах основним джерелом інвестицій могли б стати внутрішні ресурси, але їх також недостатньо через кризу в національній економіці.

Відсутність інвестицій обмежує можливості для запровадження сучасних технологій, автоматизації процесів та розширення асортименту товарів. Це

негативно впливає на конкурентоспроможність місцевих підприємств у порівнянні з торговельними мережами великих міст або регіонів, які менш постраждали від війни. Для подолання цієї проблеми потрібна консолідована підтримка з боку держави, місцевої влади та міжнародних організацій, спрямована на створення безпечних умов для залучення інвестицій та фінансування.

Значно загострилися проблеми, пов'язані з *регуляторною політикою та державним контролем у сфері роздрібної торгівлі*. Підприємці Миколаївського регіону стикаються зі складнощами через постійні зміни в податковому законодавстві, що робить довгострокове планування майже неможливим. Наприклад, введення нових податкових ставок або тимчасових зборів для підтримки державного бюджету нерідко супроводжується недостатньою комунікацією з бізнесом, що призводить до юридичних та фінансових ускладнень для підприємств.

Відсутність чітких механізмів ліцензування та сертифікації продукції стає серйозною перешкодою для розвитку торгівлі. Багато підприємців вказують на затримки у видачі дозвільних документів, що ускладнює доступ до ринку. У воєнних умовах ці проблеми стають ще критичнішими, оскільки затримки у постачанні товарів та сертифікації можуть призводити до дефіциту товарів першої необхідності в роздрібній мережі.

Однією з найгостріших проблем є недостатній контроль за нелегальною торгівлею. Унаслідок воєнних дій та ослаблення державного нагляду на місцях значно зросла активність нелегальних ринків, які функціонують без сплати податків та дотримання регуляторних вимог. Це створює неконкурентні умови для легальних підприємств, які змушені нести додаткові витрати, виконуючи всі вимоги закону.

Державна підтримка регіонів, постраждалих від війни, є недостатньою, особливо у контексті регуляторної політики. Відсутність програм, спрямованих на спрощення процедур для підприємців у воєнний час, суттєво ускладнює відновлення бізнесу. Крім того, багато бізнесів стикаються із суперечливими

вимогами різних контролюючих органів, що додатково посилює адміністративний тиск.

Розв'язання цих проблем потребує адаптації регуляторної політики до умов війни. Держава має запровадити спрощені механізми реєстрації, ліцензування та сертифікації, а також посилити боротьбу з нелегальною торгівлею. Крім того, необхідно запровадити податкові пільги для підприємств, які працюють у постраждалих регіонах, щоб стимулювати розвиток роздрібної торгівлі та підтримати конкурентоспроможність легальних торговельних мереж.

За останні роки суттєво змінилася поведінка споживачів, зокрема в Миколаївському регіоні, що зазнав значних соціально-економічних потрясінь. Люди стали більше орієнтуватися на базові потреби, обираючи товари першої необхідності та віддаючи перевагу економним варіантам. Зниження доходів населення та невизначеність майбутнього змушують споживачів скорочувати витрати, що впливає на асортимент товарів, який пропонують роздрібні торговці.

Паралельно з цим *глобалізація та цифровізація прискорили перехід* до онлайн-торгівлі, що став особливо актуальним у контексті обмежень та ризиків, пов'язаних із війною. Зростання популярності інтернет-магазинів і платформ електронної комерції змушує традиційні роздрібні магазини адаптуватися, проте багато підприємств Миколаївського регіону не мають достатніх ресурсів чи технологічного досвіду для створення конкурентоспроможної онлайн-присутності.

Додатково, глобалізація призводить до зростання впливу міжнародних брендів, які часто мають більш розвинену логістику та маркетингові стратегії, порівняно з місцевими підприємствами. Це створює значний конкурентний тиск на регіональних торговців, які змушені конкурувати за лояльність споживачів, надаючи більш персоналізовані послуги або спеціалізуючись на унікальних пропозиціях.

Однією з помітних змін у споживчій поведінці є підвищення попиту на товари з підвищеною зносостійкістю та універсальністю. Війна стимулювала усвідомлене споживання та прагнення до оптимізації витрат, що змушує

роздрібних підприємців переглядати свої бізнес-моделі та фокусуватися на якісних, довговічних продуктах. Це, своєю чергою, впливає на структуру попиту та управління товарними запасами.

Для успішного подолання цих викликів місцеві підприємства повинні інвестувати в цифрову трансформацію, розширення асортименту та розробку нових стратегій залучення клієнтів. Залучення міжнародних грантів чи співпраця з платформами електронної комерції може сприяти розширенню ринку. Водночас важливою є підтримка з боку держави, яка повинна створювати умови для розвитку онлайн-торгівлі та сприяти інтеграції місцевих бізнесів у глобальні мережі.

Висновок до першого розділу

Внутрішня торгівля є важливою складовою частиною соціального комплексу України, яка безпосередньо впливає на економічне становище країни та забезпечує потреби населення у товарах і послугах. Вона функціонує не тільки як економічний сектор, що забезпечує обіг товарів, але й як важливий елемент соціальної інфраструктури, сприяючи покращенню життєвого рівня громадян і розвитку територіальних громад. Її ефективність залежить від взаємодії між різними секторами економіки, зокрема, від виробництва, логістики, і маркетингу, а також від рівня розвитку інфраструктури та послуг.

З огляду на це, внутрішня торгівля має потенціал для розвитку завдяки впровадженню інноваційних підходів, поліпшенню регуляторної бази та стимулюванню попиту на національні товари. Вона виступає важливим інструментом для зниження соціальної напруги та забезпечення соціальної стабільності в країні, адже впливає на доступність товарів, рівень зайнятості та економічне благополуччя населення. Тому розвиток внутрішньої торгівлі є пріоритетом для покращення соціально-економічної ситуації в Україні.

Відповідно до аналізу факторів розвитку роздрібно-торговельної мережі, можна стверджувати, що цей процес значною мірою залежить від численних взаємопов'язаних умов, серед яких важливу роль відіграють економічні,

демографічні, технічні, соціокультурні та регуляторні фактори. Рівень доходів населення, зміни в демографічній структурі, розвиток новітніх технологій, а також правова база, що регулює торгівлю, визначають темп і напрямок розвитку торговельної мережі. Зокрема, значущими є також зміни в культурних уподобаннях споживачів, що безпосередньо корелюють з попитом на різноманітні товари та послуги.

Розвиток роздрібної торгівлі потребує комплексного підходу, з огляду на різноманітні фактори, що взаємодіють і впливають на його ефективність. Успішна адаптація торговельних підприємств до змін, таких як впровадження нових технологій, зміна попиту внаслідок демографічних змін, а також вміння зберігати високий рівень обслуговування в умовах посиленої конкуренції, може значно покращити економічні результати. Однак для сталого розвитку важливо, щоб державна політика в галузі торгівлі була орієнтована на підтримку цих змін і створення сприятливих умов для бізнесу.

Роздрібне торговельне підприємництво в Миколаївському регіоні стикається з багатогранними викликами, що суттєво впливають на його розвиток. Війна в Україні загострила проблеми інфраструктури, логістики, недостатнього фінансування та регуляторної невизначеності. Економічна нестабільність, руйнування логістичних ланцюгів і зниження купівельної спроможності змушують місцевих підприємців адаптуватися до нових реалій, часто за рахунок скорочення асортименту чи підвищення цін. Зміни у поведінці споживачів, викликані глобалізацією та популяризацією онлайн-торгівлі, додають складнощів у конкурентній боротьбі.

Для подолання цих проблем необхідні скоординовані дії з боку держави, місцевої влади та підприємницької спільноти. Інвестування в інфраструктуру, цифровізацію роздрібного сектору, спрощення регуляторних процедур та створення умов для залучення приватного капіталу сприятимуть відновленню та розвитку галузі. Підтримка малого та середнього бізнесу, а також інтеграція сучасних технологій дозволить створити стійку роздрібну мережу, яка буде здатна ефективно реагувати на потреби населення навіть у складних умовах.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В МИКОЛАЇВСЬКОМУ РЕГІОНІ

2.1. Аналіз стану роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївській області

Підприємства роздрібної торгівлі відіграють ключову роль у забезпеченні доставки товарів від виробників до кінцевих споживачів, і їх кількість демонструвала зростання порівняно з попереднім роком. Останні роки характеризуються суттєвими змінами у сфері торгівлі та ресторанного господарства, що відображаються як у кількісному, так і в якісному аспектах. Ці зміни сприяли формуванню цивілізованого споживчого ринку та значному розширенню кола суб'єктів господарювання, які займаються роздрібною торгівлею та ресторанним бізнесом.

З одного боку, активно розвивається мережа великих торговельних об'єктів, таких як супермаркети й гіпермаркети, а з іншого боку – на споживчому ринку поряд із підприємствами-юридичними особами у сфері роздрібної торгівлі та ресторанного господарства успішно функціонує широка мережа фізичних осіб-підприємців.

Стаціонарні торговельні об'єкти залишаються пріоритетними для населення, тоді як кількість ринків у Миколаївській області за рік скоротилася на 2,8%. Натомість продовжують розвиватися дисконтні магазини, посилюється торгівля (через каталоги чи за замовленнями) та інші сучасні формати торгівлі.

На основі даних Державної служби статистики України [2], Міністерства фінансів України [3], Головного управління статистики у Миколаївській області [4], райдержадміністрацій, виконавчих органів міських рад (міст обласного значення) та об'єднаних територіальних громад, департамент економічного розвитку та регіональної політики облдержадміністрації здійснив розрахунки й аналіз стану розвитку торговельної мережі на початок 2022 рік.

На рис. 2.1, представлено динаміку роздрібного товарообігу в Україні за 2013-2022 роки, видно поступове зростання обсягу продажів у 2020-2021 роках

після спадів, зафіксованих у 2017 році. Максимальні показники досягнуті у 2021 році, перевищивши 1,4 трлн грн, що свідчить про значне пожвавлення споживчої активності та економічного зростання, незважаючи на вплив попередніх кризових періодів. Це підкреслює стійкість економіки та перспективи розвитку торгівельного сектору.

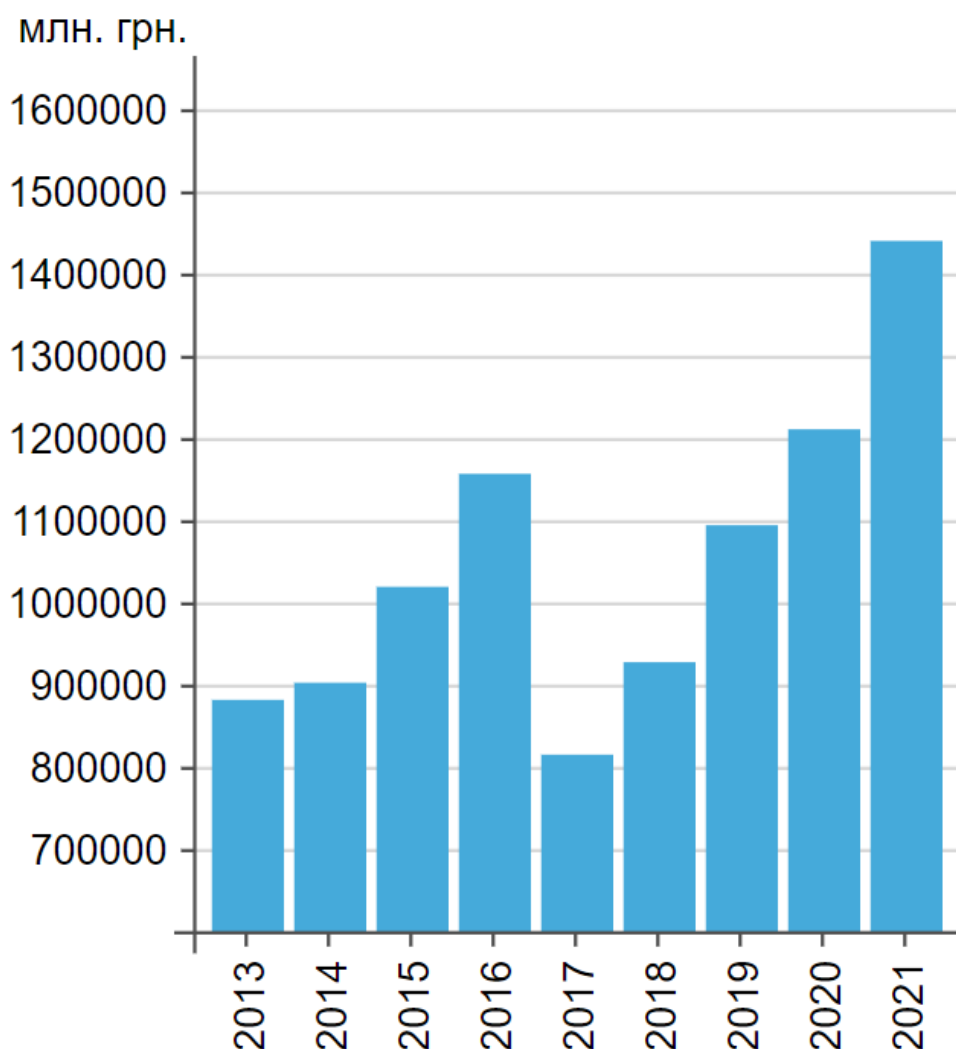


Рис. 2.1. Роздрібний товарообіг в Україні за 2013-2021 роками [3]

На основі даних за 2017-2021 рік взяті з Державної служби статистики України [ч1] та даних за 2021 та 2021 роки взяті з Міністерства фінансів України [3] продемонструємо динаміку розвитку роздрібного товарообігу в Миколаївській області, а також її частку в загальному обсязі по Україні (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміку розвитку роздрібного товарообігу в Миколаївській області, а також її частку в загальному обсязі по Україні

Рік	Обсяг роздрібного товарообігу (млн грн)	Частка від загального обсягу по Україні (%)
2020	19 666,8	2,4
2021	21 402,0	2,2
2022	29 916,0	2,3

Джерело. Розроблено автором на основі [2, 3]

Аналіз динаміки роздрібного товарообігу в Миколаївській області свідчить про позитивну тенденцію його зростання протягом досліджуваного періоду. Так, у 2020 році обсяг роздрібного товарообігу становив 19 666,8 млн грн, а до 2022 року він зріс до 29 916,0 млн грн, що вказує на суттєве підвищення економічної активності регіону.

Водночас частка Миколаївської області в загальному обсязі роздрібного товарообігу по Україні залишалася стабільною в межах 2,2-2,4%. Це свідчить про те, що, попри позитивну динаміку в абсолютних показниках, відносна роль області в загальній структурі роздрібної торгівлі країни залишається незмінною, що може бути наслідком більш стрімкого зростання в інших регіонах або обмеженості інфраструктурних можливостей.

Таким чином, для збільшення ролі Миколаївської області на національному ринку необхідно розвивати локальну інфраструктуру, підтримувати інновації та стимулювати інвестиції в роздрібну торгівлю.

Станом на початок 2022 року у Миколаївській області функціонувало 15 003 підприємства роздрібної торгівлі, з яких 7,7% (1154 одиниці) належали юридичним особам, а 92,3% (13 849 одиниць) – фізичним особам-підприємцям. У сфері роздрібної торгівлі діяло 9539 магазинів (63,6% від загальної кількості підприємств) та 5464 кіоски й АЗС (36,4%). Протягом року кількість стаціонарних торговельних об'єктів (магазинів) скоротилася на 389 одиниць (4%), що також призвело до зменшення загальної торговельної площі магазинів із 723 тис. кв. м до 663 тис. кв. м через закриття великих об'єктів і відкриття

менших. З-поміж усіх магазинів юридичним особам належало 850 магазинів із площею близько 180 тис. кв. м, тоді як фізичні особи-підприємці мали 8689 магазинів із площею близько 483 тис. кв. м. За рік кількість магазинів юридичних осіб зменшилася на 164 одиниці, а фізичних осіб – на 225 одиниць.

Попри загальне скорочення кількості магазинів юридичних осіб у Миколаївській області, у трьох районах (Веселинівському, Вітовському та Доманівському) зафіксовано їх зростання. Щодо магазинів, які належать фізичним особам-підприємцям, збільшення кількості спостерігалось у двох містах обласного значення (Миколаїв і Первомайськ) та шести районах (Арбузинському, Баштанському, Врадіївському, Єланецькому, Кривоозерському і Снігурівському).

Магазини, розташовані на території 28 об'єднаних територіальних громад, становлять 14,1% від загальної кількості магазинів області. Стационарна торговельна мережа ОТГ налічує 1345 магазинів, більшість із яких (95,8% або 1288 одиниць) належить приватним підприємцям.

Серед усіх магазинів області (9539) 46,1% (4393 одиниці) були продовольчими, а 53,9% (5146 одиниць) – непродовольчими. Упродовж року кількість продовольчих магазинів скоротилася на 239 одиниць, а непродовольчих – на 150 одиниць.

Скорочення кількості продовольчих магазинів відбулося у всіх містах обласного значення (окрім Миколаєва) та 13 районах області, серед яких Арбузинський, Баштанський, Березанський, Березнегуватський, Братський, Вознесенський, Казанківський, Кривоозерський, Миколаївський, Новобузький, Новоодеський, Очаківський та Первомайський. Натомість зростання мережі продовольчих магазинів спостерігалось в м. Миколаїв, а також у Врадіївському, Доманівському та Снігурівському районах. У трьох районах (Веселинівському, Вітовському, Єланецькому) кількість продовольчих магазинів залишилася незмінною.

Мережа непродовольчих магазинів скоротилася в трьох містах обласного значення (Миколаїв, Вознесенськ, Очаків) та 11 районах (Березанському,

Березнегуватському, Вітовському, Вознесенському, Врадіївському, Доманівському, Кривоозерському, Миколаївському, Новобузькому, Новоодеському та Первомайському). Водночас збільшилася кількість непродовольчих магазинів у містах Первомайськ і Южноукраїнськ, а також у семи районах (Арбузинському, Баштанському, Братському, Веселинівському, Єланецькому, Казанківському та Снігурівському). У Очаківському районі їх кількість залишилась без змін.

Серед магазинів, розташованих на території об'єднаних територіальних громад, найбільшу частку займають продовольчі магазини – 71,5% (962 одиниці), в той час як частка непродовольчих магазинів складає 28,5% (383 одиниці). При цьому підприємці володіють відповідно 95,8% (922 одиниці) продовольчих магазинів та 95,6% (366 одиниць) непродовольчих магазинів.

На початок поточного року в області, як і в попередньому році, працюють 6 гіпермаркетів загальною торговою площею 35,8 тис. кв. м, а також 44 універсами та супермаркети загальною площею 36,5 тис. кв. м, які складають основний торговельний потенціал області. Серед таких підприємств – ПП «Таврія-Плюс», ТОВ «Свантовіт» («Гиппо»), ТОВ «Сільпо-Фуд», ДП «Рітейл-Іст» («Фуршет»), ТОВ «ЕКО», ТОВ «Модерн-Трейд» («Копейка»), МПП «Алсу-1», ТОВ «Жовтневий коопторг», ТОВ «Сагітта-Т» («Віртус»), ТОВ «Союз Ритейл Д» («Новус»), ТОВ «Рітейл-К» («Південний Буг»), ТОВ «Фудком» («Велмарт»), ТОВ «АТБ-Маркет».

Усі гіпермаркети (6 одиниць) та більшість супермаркетів і універсамів (68,2% або 30 одиниць) знаходяться в обласному центрі. Супермаркети також представлені в містах Южноукраїнськ (4 одиниці), Первомайськ (3 одиниці), Вознесенськ (2 одиниці), а також у Баштанському, Вітовському, Новобузькому, Новоодеському та Первомайському районах (по 1 одиниці).

Сучасні торгові послуги з продажу непродовольчих товарів надають такі підприємства: ТОВ «Торговельна кампанія «Ельдорадо», ТОВ «САВ-Дистрибьюшн» (мережа «Фокстрот»), ТОВ «Технополіс-1», ТОВ «Комфи-

Трейд», ТОВ «Епіцентр-К», ТОВ «Новострой-Люкс», ТОВ «М-Моторс», ТОВ «Автогранд-Миколаїв», ТОВ «Флагман-Авто», ТОВ «Легіон-Авто» та інші.

У 2021 році торговельна площа магазинів зменшилася на 8,4% (приблизно 61 тис. кв. м), зокрема в містах – на 5% (на 24 тис. кв. м), а в районах – на 15,7% (на 37 тис. кв. м). Також зменшилася забезпеченість торговельною площею на 10 тисяч осіб у Миколаївській області – з 6294 кв.м до 5811 кв.м. Найнижчий рівень забезпеченості був зафіксований у Новобузькому районі (1300 кв. м), оскільки міською радою не було надано даних про наявність торговельної мережі та її площу, а також в Миколаївському (1452 кв.м), Вознесенському (2002 кв.м) і Кривоозерському (2707 кв.м) районах. Вищі показники, ніж середньообласний (5811 кв.м), були у м. Южноукраїнськ (6990 кв.м) та в трьох районах області: Очаківському (7352 кв.м), Казанківському (6220 кв.м) та Новоодеському (5868 кв.м).

Окрім стаціонарної торговельної мережі, в області функціонує напівстаціонарна мережа (кіоски, АЗС) – 5464 одиниці, а також мережа поза магазинної торгівлі (палатки, лотки, продаж з машин тощо) – 9161 одиниця. Найбільшу частку в цих мережах займають фізичні особи-підприємці, що становить відповідно 94,4% та 99,6%. На території об'єднаних територіальних громад розташовані 453 одиниці напівстаціонарної мережі та 480 об'єктів поза магазинної торгівлі. Мережа ресторанного господарства області на кінець 2017 року включала 1413 кафе, 299 барів, 190 їдалень та об'єктів постачання готової їжі, а також 40 ресторанів (табл. 2.2).

Більше двох третин (1426 одиниць) об'єктів ресторанного господарства належать фізичним особам-підприємцям, серед яких 1148 кафе (81,2% від загальної кількості кафе), 232 бари (77,6% від загальної кількості барів), 21 ресторан (47,5% від загальної кількості ресторанів) та 27 їдалень (14,2% від загальної кількості їдалень).

Таблиця 2.2

Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належить юридичним особам і фізичним особам-підприємцям на початок 2022 року

	Кількість об'єктів	З них знаходяться у власності або користуванні		Питома вага у загальній кількості об'єктів, %	
		юридичних осіб	ФОП	юридичних осіб	ФОП
Мережа роздрібної торгівлі, у тому числі:	21698	1559	20139	7,2	92,8
Магазини, з них	8102	1063	7039	13,1	86,9
– продовольчі	4422	553	3869	12,5	87,5
– непродовольчі	3680	510	3170	13,9	86,1
– кіоски	13596	496	13100	3,6	96,4
Торгівля поза магазинами	11166	372	10794	3,3	96,7
Мережа ресторанного господарства, у тому числі:	1942	516	1426	26,6	73,4
– ресторани	40	21	19	52,5	47,5
– кафе, закусочні, буфети (кіоски)	1413	265	1148	18,8	81,2
– бари	299	67	232	22,4	77,6
Їдальні та постачання готової їжі	190	163	27	85,8	14,2

Згідно з адміністративно-територіальним розподілом, більшість об'єктів роздрібної торгівлі зосереджена в обласному центрі (57,9%). У місті Вознесенськ розташовано 5,7% таких об'єктів, у місті Первомайськ – 4,9%, у місті Южноукраїнськ – 3,3%, у Баштанському районі – 3%, у Снігурівському – 2,6%, у Веселинівському – 2,1%, у Новоодеському – 2%, у Первомайському – 1,8%. Серед об'єктів ресторанного господарства 47,7% знаходиться в місті Миколаїв. Значну частку мають об'єкти в містах Первомайськ (4,5%), Южноукраїнськ (4,1%), Вознесенськ (2,8%), а також у Очаківському (3,1%), Березанському (2,9%), Снігурівському (2,7%) та Первомайському (2,5%) районах.

Щодо мережі об'єктів ресторанного господарства, то найбільше зростання кількості закладів спостерігалось у Казанківському (на 20%), Очаківському (на

13,2%), Врадіївському (на 10%) та Кривоозерському (на 9,4%) районах і місті Южноукраїнськ (на 9,6%). Найбільше скорочення мережі зафіксовано в Березанському (на 18,8%), Новобузькому (на 16,7%), Єланецькому (на 14,9%) та Березнегуватському (на 11,5%) районах.

У 2022 році забезпеченість населення області об'єктами роздрібної торгівлі, що належать юридичним та фізичним особам, складала 182 об'єкти на 10 тис. осіб, що на 23 одиниці більше, ніж у 2016 році. Щодо об'єктів ресторанного господарства, то на кожні 10 тис. осіб припадало в середньому 16 об'єктів, що залишилося на рівні попереднього року.

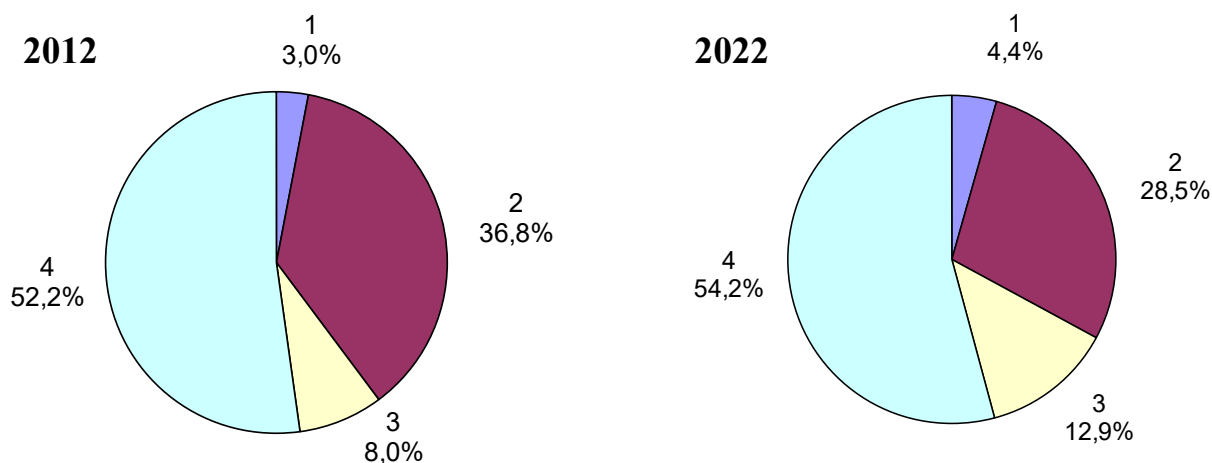
Активний розвиток мережі роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належать фізичним особам-підприємцям, призводить до поступового скорочення мережі підприємств-юридичних осіб, що розпочався ще в 90-х роках минулого століття.

На початок 2022 року 797 підприємств-юридичних осіб (без урахування 87 підприємств, головні офіси яких розташовані в інших областях, а їх структурні підрозділи працюють у Миколаївській області) звітували про наявність торгової мережі та мережі ресторанного господарства. Серед них 365 підприємств (або 45,8%) мають роздрібну торгівлю та ресторанне господарство як основний вид діяльності, зокрема 35 підприємств займаються торгівлею автомобілями, мотоциклами, деталями та паливом, 227 підприємств – роздрібною торгівлею (окрім торгівлі автомобілями та мотоциклами), а 103 підприємства – ресторанним господарством. Для решти 432 підприємств (54,2%) роздрібна торгівля та ресторанне господарство є вторинною діяльністю.

У порівнянні з 2020 роком кількість підприємств-юридичних осіб зменшилась на 7,9%, зокрема підприємств, що займаються роздрібною торгівлею автомобілями, мотоциклами, деталями та паливом, – на 12,5%, підприємств роздрібної торгівлі (окрім торгівлі автомобілями, мотоциклами, деталями та паливом) – на 11%, а ресторанного господарства – на 1,9%.

З 2012 по 2022 роки структура підприємств за видами торговельної діяльності (згідно з КВЕД) зазнала певних змін (рис. 2.2). Зросла частка

підприємств ресторанного господарства на 4,9 в.п., інших видів діяльності на 2 в.п., а також роздрібної торгівлі автомобілями, мотоциклами, деталями та пальним – на 1,4 в.п. Водночас зменшилась частка підприємств роздрібної торгівлі на 8,3 в.п.



- 1 – Роздрібна торгівля автомобілями, мотоциклами, деталями та пальним
- 2 – Роздрібна торгівля (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним)
- 3 – Ресторанне господарство
- 4 – Підприємства інших видів діяльності, які не відносяться до роздрібної торгівлі та ресторанного господарства

Рис. 2.2. Структура підприємств-юридичних осіб
за видами торговельної діяльності 2012 і 2022 роки

Більше половини (49,8% або 113 одиниць) підприємств роздрібної торгівлі (окрім торгівлі автомобілями, мотоциклами, деталями та пальним) складали підприємства, що здійснювали торгівлю продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах. 33,9% (77 одиниць) підприємств займалися торгівлею непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах, з яких 59,7% (46 одиниць) спеціалізувалися на фармацевтичних товарах.

Серед підприємств роздрібної торгівлі автомобілями, мотоциклами, деталями та пальним 54,3% (19 одиниць) займалися торгівлею пальним, 34,3% (12 одиниць) – автомобілями, а 11,4% (4 одиниці) – автотоварами.

Серед підприємств, що спеціалізуються на ресторанному господарстві, більшість складали кафе – 55,3% (57 одиниць) та бари – 26,2% (27 одиниць).

Серед підприємств інших видів економічної діяльності, що поєднували основну діяльність з роздрібною торгівлею та ресторанним господарством, значну частку становили підприємства сільського господарства (43,7%), оптової торгівлі та посередництва в ній (15,3%), а також промисловості (15%).

Середньооблікова чисельність працівників на підприємствах-юридичних особах, що займалися роздрібною торгівлею та ресторанним господарством, у 2021 році склала 10,3 тисячі осіб, що на 18% менше порівняно з 2020 роком і на 39,4% менше ніж у 2013 році. При цьому на 6 з кожних 10 підприємств чисельність працівників не перевищувала 5 осіб, на кожному сьомому працювало від 6 до 10 осіб, на кожному п'ятнадцятому – від 11 до 15 осіб, на кожному дванадцятому – від 21 до 50 осіб. Чисельність працівників понад 50 осіб була зафіксована на 35 (4,4%) підприємствах.

Мережа підприємств-юридичних осіб, які здійснювали роздрібну торгівлю, налічувала 1559 магазинів (рис. 2.3), кіосків та палаток, що на 10,4% менше, ніж у 2020 році, і на 46,8% менше, ніж у 2013 році.



Рис. 2.3. Кількість роздрібних підприємств, що належить юридичним особам та фізичним особам-підприємцям за 2013-2021 рр. в Миколаївській області

Аналіз динаміки кількості роздрібних підприємств у Миколаївській області за 2013-2021 роки показує загальне скорочення кількості об'єктів як

серед юридичних осіб, так і серед фізичних осіб-підприємців. Найбільше зниження спостерігається у фізичних осіб-підприємців, тоді як підприємства, що належать юридичним особам, також демонструють спад, хоча і менш стрімкий. Ця тенденція може бути пов'язана з економічними змінами, оптимізацією мережі торгівлі та конкуренцією великих торговельних об'єктів.

Роздрібна мережа в міських поселеннях зменшилася на 9,6%, а в сільській місцевості – на 12,3%. Порівняно з 2013 роком це скорочення складає 41,6% у міських поселеннях та 56,6% у сільській місцевості. Як вже зазначалося, скорочення мережі в міських поселеннях стало наслідком розвитку супермаркетів і гіпермаркетів, що призвело до закриття малих торгових точок, а в сільській місцевості – через закриття підприємств споживчої кооперації та сільськогосподарських підприємств.

З загальної кількості об'єктів роздрібної торгівлі 68,2% (1063 одиниці) становлять магазини, з яких 52% (553 одиниці) – продовольчі, а решта – непродовольчі. Порівняно з 1 січня 2016 року, кількість продовольчих магазинів зменшилася на 65 одиниць (на 10,5%), а непродовольчих – на 68 одиниць (на 11,8%).

Серед продовольчих магазинів 87,2% (482 одиниці) складають універсальні магазини, серед яких 26 супермаркетів, 9 гіпермаркетів та 71 спеціалізований магазин (хлібні, молочні, кондитерські, горілчані, рибні тощо).

Протягом років кількість супермаркетів і гіпермаркетів зростала, переважно в обласному центрі. Так, у 2013 році в області діяло 16 таких об'єктів, у 2019 році – 24, у 2020 році – 29, у 2021 році – 39. У 2016 році кількість супермаркетів зменшилася на 5 через скорочення мережі ТОВ «Віт» та закриття ТОВ «П'ятий океан» і ЗАТ «Булат юг», а кількість гіпермаркетів збільшилася на 1 завдяки мережі ТОВ «Фоззі фуд».

У 2021 році алкогольними напоями торгували 482 об'єкти, що складало 87,2% від загальної кількості продовольчих магазинів (у 2013 році – 1136 об'єктів або 79,4%). Серед непродовольчих магазинів 25 мали універсальний асортимент товарів, а 485 були спеціалізованими. Щодо магазинів самообслуговування, у

2021 році в області працювало 129 таких об'єктів, що на 9 менше порівняно з попереднім роком (у тому числі 6 продовольчих менше). Це скорочення було здебільшого через зменшення мережі ТОВ «Ранг», ТОВ «Віт», ТОВ «ВК Миколаїв» та закриття ПП «Фаворит-Миколаїв». Кількість непродовольчих магазинів зменшилася на 3 через скорочення мережі орендним підприємством «Миколаївкнига», ТОВ «Стиль-Д» та закриття ТОВ «Гарт-С».

У 2021 році торгова площа магазинів зменшилась на 12,7% і на 1 січня 2022 року становила 210 тис. м², що на 22,6% більше порівняно з 2018 роком. Зокрема, площа непродовольчих магазинів зменшилась на 18,7%, а продовольчих – на 7,5%. У міських поселеннях торгова площа скоротилась на 12% і становила 188,2 тис. м², а в сільській місцевості – на 17,7%, досягнувши 21,7 тис. м².

Середня площа магазинів зменшилась на 1,5% і складала 198 м² на один об'єкт, зокрема у міських поселеннях – 267 м², а в сільській місцевості – 61 м².

У загальній кількості об'єктів роздрібної торгової мережі частка аптечних закладів склала 23,5% і залишилася практично незмінною. У 2021 році на території області діяло 367 аптечних закладів, серед яких 182 аптеки, 105 аптечних пунктів і 80 кіосків. Більшість з них (78,2%) знаходиться в міських поселеннях, при цьому понад половина аптечних закладів належать таким підприємствам, як ПКВО «Фармація», ЗАТ «Оптомедсервіс», ПП «Медицина для Вас», філії ТОВ «Фалбі» та ПП «Южноукраїнська фармацевтична компанія».

У минулому році мережа кіосків складала 496 об'єктів, що на 8,7% менше (на 47 одиниць) через скорочення мережі ТОВ "Миколаївпреса" та ПКВО "Фармація" з її філіями.

Мережа автозаправних станцій налічувала 198 об'єктів і зменшилася на 2,9% (на 6 одиниць) через скорочення мережі АЗС ТОВ «УТН Восток» та ПП «Селена». Більше половини всіх АЗС належать таким компаніям, як ТОВ «Континент нафто трейд», «Прометей ойл», «Ранг», акціонерним товариствам «Миколаївгаз» та «Укрнафта», ПП «Слов'янка» та підприємству з іноземними інвестиціями «Лукойл Україна».

Мережа роздрібної торгівлі поза магазинами скоротилась на 6,5% і налічувала 372 об'єкти.

Мережа ресторанного господарства серед підприємств-юридичних осіб зменшилась на 9,3% порівняно з 2021 роком (на 50,5% з 2013 року) і складала 516 одиниць (рис. 2.4). Найбільше скорочення відбулось у міських поселеннях – на 5,8% (на 43,1% з 2014 року), що було обумовлено зменшенням мережі, яка належала акціонерним товариствам "Миколаївтурист", "Співдружність", "Актон" та іншим компаніям. У сільській місцевості мережа ресторанного господарства також зменшилась на 20,3% (на 66,7% з 2014 року), що пояснюється закриттям буфетів і їдалень сільськогосподарськими підприємствами та підприємствами споживспілки.

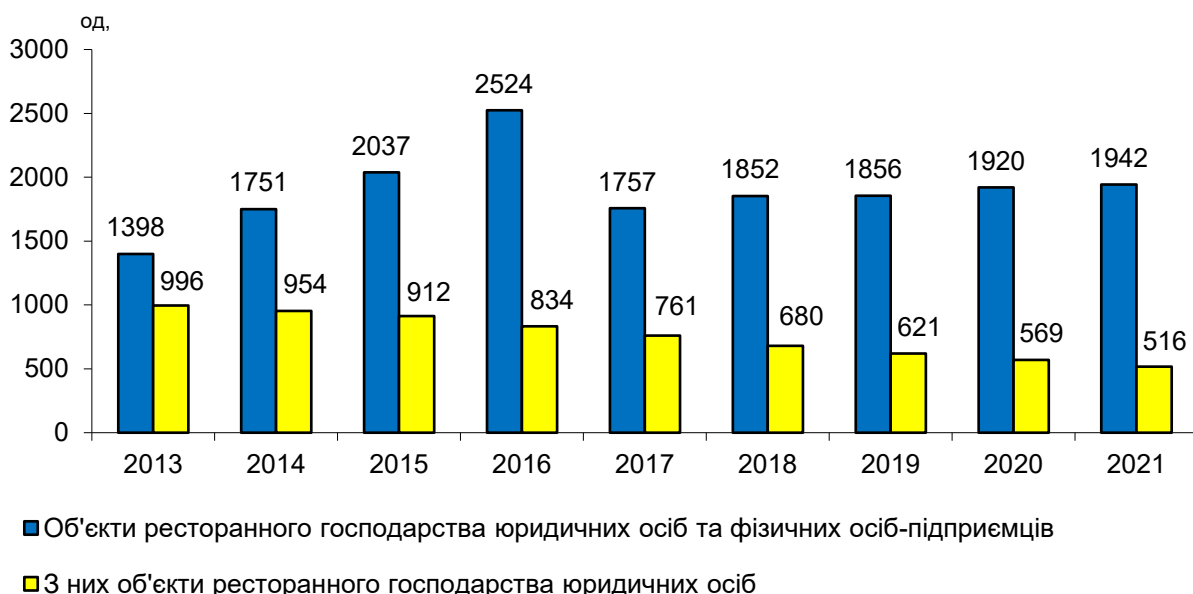


Рис. 2.4. Кількість ресторанних господарств, що належить юридичним особам та фізичним особам-підприємцям за 2009-2017 рр.

За спеціалізацією об'єкти ресторанного господарства розподілились наступним чином: кафе, закусочні, буфети та інші – 51,3% від загальної кількості (265 одиниць), їдальні та постачання готової їжі – 31,6% (163 одиниці), бари – 13% (67 одиниць), ресторани – 4,1% (21 одиниця). Кількість їдалень зменшилась на 13,4%, барів – на 10,7%, а кафе, закусочних, буфетів – на 8,9%. Водночас, кількість ресторанів зросла на 40%.

Серед районів області найбільше зменшення мережі ресторанного господарства спостерігалось у Березнегуватському та Доманівському районах (на 50%), Новоодеському – на 33,3%, Березанському – на 30,8%, Снігурівському – на 28,6%, Новобузькому – на 26,7% та Кривоозерському – на 25%.

Основна частина об'єктів ресторанного господарства зосереджена в м. Миколаєві (55,6%), значна частка також припадає на міста Первомайськ і Южноукраїнськ (по 6%) та райони: Новобузький (4,3%), Березанський (3,5%), Жовтневий (2,7%), Вознесенський (2,5%), Миколаївський (2,1%), Первомайський і Снігурівський (по 1,9%). Станом на початок 2022 року в закладах ресторанного господарства області налічувалося 29,5 тис. місць, що на 5,2% менше, ніж у 2016 році, і на 44,2% менше, ніж у 2013 році. У середньому на один заклад припадало 57 місць (у міських поселеннях – 62, у сільській місцевості – 38). У 2021 році у великих і середніх підприємствах роздрібної торгівлі та ресторанного господарства працювало 8,6 тис. осіб, з яких 65,5% складали жінки. Частка працівників цієї сфери у загальній кількості зайнятих в економіці регіону склала 3,4%, що на 13,6% менше, ніж у 2020 році.

У порівнянні мережі роздрібної торгівлі та закладів ресторанного господарства Миколаївської області з сусідніми регіонами України варто відзначити, що за кількістю об'єктів роздрібної торгівлі (магазинів, кіосків) Миколаївщина поступається Одеській та Кіровоградській областям. При цьому Одеська область значно випереджає інші сусідні регіони за всіма показниками щодо наявності об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства. Водночас Миколаївська область має перевагу за кількістю універсамів та супермаркетів: на 36,8% більше, ніж у Херсонській області, і на 4% більше, ніж у Кіровоградській. Щодо гіпермаркетів, їх у Миколаївській області втричі більше, ніж у Кіровоградській, на 50% більше, ніж у Херсонській, але на 18,2% менше, ніж у Одеській області (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Кількість об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, які знаходяться на балансі юридичних осіб в сусідніх регіонах в 2021 році

Показник	Миколаївська		Одеська		Кіровоградська		Херсонська	
	кількість об'єктів, од.	торгова площа, м ² , кількість місць, од.	кількість об'єктів, од.	торгова площа, м ² , кількість місць, од.	кількість об'єктів, од.	торгова площа, м ² , кількість місць, од.	кількість об'єктів, од.	торгова площа, м ² , кількість місць, од.
Усього мережі роздрібної торгівлі	1559	—	3376	—	1823	—	1556	—
Магазини, з них	1063	209982	2307	479639	1234	142471	1154	198292
– універсами, супермаркети	26	26426	87	80180	25	24535	19	23876
– гіпермаркети	9	51880	11	81192	3	14266	6	30836
Кіоски роздрібної мережі	496	—	1069	—	589	—	402	—
Ресторанне господарство	516	29510	1037	66586	418	33229	401	22232

У розрахунку на 10 тис. осіб населення забезпеченість об'єктами роздрібної торгівлі в Миколаївській області поступається показникам Одеської, Кіровоградської та Херсонської областей. Проте за рівнем забезпеченості населення торговою площею Миколаївщина випереджає Кіровоградську область на 26,1%, але поступається Одеській на 12% та Херсонській на 2,7%. Щодо забезпеченості місцями у закладах ресторанного господарства, Миколаївська область перевищує Херсонську на 22,2%, водночас поступаючись Кіровоградській на 23,9% та Одеській на 10,8% (табл. 2.4).

Подані статистичні дані та інформація управління з розвитку ринкової інфраструктури головного управління економіки облдержадміністрації свідчать, що минулого року в Миколаївській області продовжувалася тенденція до розширення мережі роздрібної торгівлі та закладів ресторанного господарства, зумовлена поступовим розвитком мережі, яка належить фізичним особам-підприємцям.

Таблиця 2.4

Забезпеченість населення об'єктами роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, які знаходяться на юридичних осіб в сусідніх регіонах в 2021 році (на 10 тис. осіб)

Показник	Миколаївська		Одеська		Кіровоградська		Херсонська	
	об'єктами, од.	торговою площею, м ² місцями, од.	об'єктами, од.	торговою площею, м ² місцями, од.	об'єктами, од.	торговою площею, м ² місцями, од.	об'єктами, од.	торговою площею, м ² місцями, од.
Мережа роздрібної торгівлі, з них	13	–	14	–	18	–	14	–
Магазини	9	1765	10	2006	12	1400	11	1814
Ресторанне господарство	4	248	4	278	4	326	4	203

Водночас, на тлі розвитку мережі фізичних осіб-підприємців, спостерігалось скорочення мережі підприємств-юридичних осіб як у сільській місцевості, так і в міських поселеннях. При цьому в сільській місцевості темпи скорочення були значно вищими, що пояснюється закриттям окремих магазинів системи споживспілки та сільськогосподарських підприємств.

2.2. Оцінка програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області

Програми розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області спрямовані на покращення економічних показників та задоволення потреб населення. Згідно з Програмою економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2025 рік, затвердженою обласною радою, передбачено комплекс заходів для стимулювання розвитку торгівлі та покращення інфраструктури в регіоні.

Основними завданнями є модернізація торговельної інфраструктури, підтримка малого та середнього бізнесу, а також впровадження сучасних технологій у сфері торгівлі. Зокрема, планується:

1. Розширення мережі сучасних торговельних об'єктів, особливо в сільській місцевості, для забезпечення рівномірного доступу населення до якісних товарів та послуг.

2. Підтримка підприємців через надання консультацій, навчання та фінансових інструментів для розвитку їхньої діяльності.

3. Впровадження електронних сервісів та платформ для спрощення процесів купівлі-продажу, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності місцевих підприємств.

Ці заходи спрямовані на підвищення ефективності внутрішньої торгівлі, створення нових робочих місць та покращення економічного клімату в Миколаївській області.

Спочатку розглянемо попередню програму, яку затвердили у 2021 році до початку повномасштабної війни. Так у пункті 1.1.5. «Розвиток внутрішнього ринку» прописано: «Значну роль у формуванні загального економічного потенціалу області та забезпеченні потреб населення в товарах і послугах відіграють такі складові споживчого ринку, як підприємства торгівлі, ресторанного господарства та ринки. Протягом 2020 року, в зв'язку із запровадженими в Україні карантинних заходів щодо запобігання поширенню захворювання на COVID-19, в області, як і в цілому по Україні, спостерігалось уповільнення зростання обороту роздрібної торгівлі. Якщо, у січні 2020 року оборот роздрібної торгівлі по області збільшився до відповідного періоду минулого року на 12,3 %, у січні-лютому – на 11,9 %, у I кварталі 2020 року – на 9,9 %, то за січень-квітень лише на 0,3 %» [5].

Для покращення ситуації в роздрібній торгівлі в умовах пандемії COVID-19, доцільно впровадити заходи, спрямовані на підтримку малого та середнього бізнесу, зокрема через надання державних субсидій та податкових пільг. Варто також стимулювати розвиток електронної комерції, забезпечивши підприємства сучасними технологіями для онлайн-продажів. Розвиток гнучких форм роботи, таких як доставки та онлайн-замовлення, сприятиме збереженню обсягів торгівлі навіть в умовах обмежень. Крім того, варто активізувати рекламні кампанії,

орієнтовані на підвищення попиту на товари та послуги місцевого виробництва, а також підтримувати розвиток соціальних програм, спрямованих на зменшення негативного впливу карантинних обмежень на населення та бізнес.

Також в програмі представлено: «Сповільнення зростання обороту відбулося за рахунок закриття у березні – квітні поточного року підприємств торгівлі з продажу непродовольчих товарів, ринків, торговельних центрів. В наслідок цього деякі торговельні об'єкти остаточно припинили свою діяльність. Завдяки повільному відновленню роботи підприємств сфери торгівлі з травня поточного року в області спостерігалось поступове зростання показників внутрішньої торгівлі. Так, оборот роздрібною торгівлі за січень – травень 2020 року по області збільшився до відповідного періоду попереднього року на 1,1%; за січень-червень – на 1,1%, за січень-липень – на 3,2%, січень – серпень – на 4,7%» [5].

Для покращення ситуації в роздрібній торгівлі, важливо запровадити заходи підтримки для підприємств, які постраждали від закриття через карантин, включаючи фінансові стимули, пільги на оренду та податкові канікули. Варто також розвивати інфраструктуру для адаптації бізнесу до нових умов, зокрема створюючи умови для безпечного функціонування торговельних центрів і ринків, забезпечуючи їх усім необхідним для дотримання санітарних вимог. Паралельно, потрібно стимулювати розвиток онлайн-торгівлі, що дозволить бізнесам продовжувати операції, навіть в умовах обмежень, забезпечуючи тим самим сталий ріст обороту роздрібною торгівлі в регіоні."

Далі: «За січень-вересень оборот роздрібною торгівлі зріс до попереднього року на 4,7% і становить 19 274,3 млн грн. Індекс обороту роздрібною торгівлі менше індексу обороту по Україні на 2 відсоткових пункти. В структурі роздрібного товарообороту області традиційно більшу частку займають непродовольчі товари. В I півріччі 2020 року частка непродовольчих товарів становила 52,4%, що менше порівняно з відповідним періодом 2019 року, на 5 відсоткових пунктів» [5].

Для покращення ситуації в роздрібній торгівлі Миколаївської області необхідно акцентувати увагу на розвитку сектору продовольчих товарів, який наразі має меншу частку в загальному обороті. Підтримка місцевих виробників та розширення асортименту продовольчих товарів сприятимуть зростанню частки цього сектору в товарообороті. Крім того, важливо працювати над покращенням маркетингових стратегій та стимулюванням попиту на непродовольчі товари, особливо в умовах конкурентного тиску. Для цього слід активніше використовувати сучасні технології, розвивати онлайн-торгівлю та створювати сприятливі умови для розвитку малих і середніх підприємств в регіоні.

Також в програмі зазначено: «Сфера нефінансових послуг на початку 2020 року також зазнала негативних змін через введення карантинних заходів. Так, обсяг реалізованих послуг протягом I кварталу 2020 року зменшився до відповідного періоду попереднього року на 158,8 млн грн і становив 4 490,5 млн грн, протягом II кварталу поточного року – на 319,5 млн грн і становив 4 002,6 млн гривень. В структурі загального обсягу реалізованих послуг майже 74 % займають послуги транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, які найбільше постраждали від запровадження карантинних заходів» [5].

Для покращення ситуації в сфері нефінансових послуг у Миколаївській області необхідно стимулювати розвиток цифрових і логістичних рішень, які дозволять адаптувати бізнес до умов змінного попиту. Пріоритетом має бути підтримка підприємств транспорту та складського господарства через впровадження державних програм субсидій, податкових пільг та грантів для модернізації інфраструктури. Розвиток онлайн-сервісів і посилення співпраці з поштово-кур'єрськими службами також сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності галузі. Особливу увагу слід приділити створенню сприятливих умов для малого і середнього бізнесу у цій сфері, зокрема через доступ до фінансування та навчання персоналу сучасним технологіям.

Згідно з Програмою економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2025 рік, проєкт якої затвердили і вона вступає в дію з 01.01.2025 р. у розділі «Внутрішній ринок»: «Протягом 2024 року відбувається поступове відновлення роботи підприємств області, що сприяє поступовому зростанню індексу обороту роздрібної торгівлі до відповідного періоду минулого року. Завдяки підтримці малого та середнього бізнесу через пільгове кредитування, субсидії та грантові програми підприємства отримують необхідні ресурси для відновлення своєї діяльності. Активна підтримка місцевих виробників та проведення кампаній для популяризації регіональних товарів і послуг сприяє зростанню попиту на внутрішньому ринку. Це забезпечує стабільне відновлення підприємств та сприяє поступовому економічному підйому в області. За останніми статистичними даними, оборот роздрібної торгівлі у 2024 році проти аналогічного періоду 2023 року збільшився на 19,6 % та становив 22 206,8 млн грн. Так, за 9 місяців 2024 року на споживчому ринку Миколаївської області відбулося уповільнення інфляційних процесів порівняно з попереднім роком, коли внаслідок повномасштабної російської агресії спостерігалось стрімке підвищення внутрішніх цін» [6].

Для подальшого покращення ситуації з відновленням обороту роздрібної торгівлі в Миколаївській області доцільно посилити заходи з підтримки малого та середнього бізнесу шляхом розширення доступу до пільгового кредитування та субсидій. Варто зосередитися на створенні регіональних торговельних платформ для збуту місцевих товарів, проведенні освітніх семінарів для підприємців щодо ефективного управління бізнесом в умовах післякризового відновлення. Також необхідно активно залучати міжнародні грантові програми, які сприятимуть розвитку підприємництва та модернізації інфраструктури. Додатково, важливо розширити ініціативи щодо популяризації місцевої продукції через медіа та ярмарки, що сприятиме подальшому зростанню попиту на внутрішньому ринку та стимулюватиме економічне зростання регіону.

Також в програмі представлено: «За 9 місяців 2024 року інфляція на споживчому ринку області з початку року становила 7,3 % (по Україні – 6,5 %).

Ціни на продукти харчування та безалкогольні напої підвищились на 2,1 %. Найбільше подорожчали яйця – 11,8 %, на 5,9 % – 1,0 % зросли ціни на молоко, масло, олію соняшникову, борошно пшеничне, м'ясо та м'ясопродукти, хліб. Водночас знизились ціни на крупи гречані, на 1,5 %, цукор – 0,7 %, овочі – на 0,5 %. Одяг і взуття стали дорожчими на 8,2%. Зростання цін (тарифів) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива на 0,3 % в основному пов'язане із підвищенням оплати за прибирання та вивезення сміття на 30,4 %. У транспорті ціни зросли на 0,4 % переважно за рахунок подорожчання газу скрапленого для автомобілів – на 10,4 %, шин для легкових автомобілів – на 1,7 %. При цьому на 3,4 % подешевшав проїзд у міжміському поїзді. Послуги освіти стали дорожчими на 15,7 % через зростання плати за отримання вищої освіти на 22,1 %» [6].

Для покращення ситуації із зростанням інфляції в Миколаївській області доцільно впроваджувати більш ефективні заходи цінового регулювання та посилення конкуренції на споживчому ринку. Важливо підтримати локальних виробників харчових продуктів через знижки на оренду торгових місць та пільги на логістику, що дозволить зменшити витрати на виробництво та стабілізувати ціни. Також доцільно розширити програми державної субсидії для найвразливіших верств населення з метою зменшення впливу підвищення тарифів на комунальні послуги. Потрібно стимулювати розвиток системи громадського транспорту для зниження витрат на автомобільне паливо та запровадити освітні програми для сприяння ефективнішому енергоспоживанню домогосподарствами. Додатково, слід запровадити регіональні гранти та стипендії для здешевлення освітніх послуг, що допоможе пом'якшити зростання витрат на навчання.

Далі: «У разі закінчення бойових дій та покращення економічної ситуації в країні та області, стимулювання інвестиційної активності суб'єктів господарювання в сфері внутрішньої торгівлі області, зваженої економічної і фінансової політики протягом 2025-2027 років очікується збільшення відсотків індексу фізичного обороту роздрібної торгівлі відносно попереднього року на такому рівні: 2025 рік – 122,6 %; 2026 рік – 125,6 %; 2027 рік – 128,6 %. За

останніми статистичними даними, оборот роздрібної торгівлі у 2024 році проти аналогічного періоду 2023 року збільшився на 19,6 % та становив 22 206,8 млн грн. Так, за 9 місяців 2024 року на споживчому ринку Миколаївської області відбулося уповільнення інфляційних процесів порівняно з попереднім роком, коли внаслідок повномасштабної російської агресії спостерігалось стрімке підвищення внутрішніх цін» [6].

Для забезпечення стабільного зростання індексу фізичного обороту роздрібної торгівлі та досягнення прогнозованих показників необхідно зосередитися на стимулюванні інвестицій в торговельну інфраструктуру, зокрема через запровадження державних та регіональних програм підтримки підприємництва. Доцільно активізувати співпрацю з міжнародними донорами для залучення фінансових ресурсів у розвиток малого та середнього бізнесу, що домінує в сфері торгівлі. Також важливо впроваджувати освітні програми для підприємців щодо ефективного використання інвестицій, розширення асортименту товарів і послуг та підвищення їхньої конкурентоспроможності. Додатково, слід створити сприятливі умови для розвитку логістики, що знизить витрати на транспортування та забезпечить доступ до широкого асортименту товарів, сприяючи зростанню обороту роздрібної торгівлі.

Висновки до другого розділу

Аналіз стану роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївській області свідчить про поступовий розвиток цієї сфери, який значною мірою зумовлений розширенням мережі об'єктів, що належать фізичним особам-підприємцям. Збільшення кількості універсамів, супермаркетів і гіпермаркетів у регіоні позитивно вплинуло на загальну динаміку, попри скорочення мережі, що належить підприємствам-юридичним особам. Такий розвиток відображає тенденцію до зростання підприємницької активності населення та пристосування бізнесу до сучасних умов.

Аналіз демонструє тенденцію до розширення мережі, що належить фізичним особам-підприємцям. У 2021 році на території області функціонувало

129 магазинів самообслуговування, що на 9 менше, ніж у попередньому році, в основному через скорочення мережі ТОВ «Ранг», ТОВ «Віт» та інших. Разом з тим кількість універсамів і супермаркетів перевищила рівень Херсонської області на 36,8% та Кіровоградської – на 4%. Кількість гіпермаркетів у регіоні втричі перевищує показник Кіровоградської області, але на 18,2% поступається Одеській.

Водночас, у сільській місцевості темпи скорочення мережі торговельних об'єктів залишаються вищими, ніж у міських поселеннях, що спричинено закриттям магазинів системи споживспілки та підприємств аграрного сектору. Крім того, за забезпеченістю торговою площею та місцями у закладах ресторанного господарства Миколаївська область поступається сусіднім регіонам, таким як Одеська та Херсонська області. За забезпеченістю торговою площею на 10 тис. осіб Миколаївська область випереджає Кіровоградську на 26,1%, але поступається Одеській (на 12%) і Херсонській (на 2,7%). Середня площа магазинів у сільській місцевості становила лише 38 м² проти 62 м² у міських поселеннях. Це свідчить про наявність резервів для подальшого розвитку роздрібного підприємництва через оптимізацію мережі, збільшення її доступності в сільських районах і підвищення якості послуг для споживачів.

Аналіз програм розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області свідчить про їхню спрямованість на створення сприятливих умов для відновлення і зростання обороту роздрібної торгівлі, особливо в умовах післявоєнного відновлення. Заходи, передбачені програмами, зокрема пільгове кредитування, субсидії та грантові програми для підприємців, сприяють підтримці малого та середнього бізнесу, який є основою регіональної економіки. Завдяки таким ініціативам у 2024 році спостерігалось зростання обороту роздрібної торгівлі на 19,6% у порівнянні з попереднім роком, що демонструє ефективність застосованих механізмів підтримки. Водночас реалізація кампаній із популяризації регіональних товарів забезпечує додатковий стимул для розвитку внутрішнього ринку.

Проте, подальший успіх залежить від стимулювання інвестицій у торговельну інфраструктуру, створення нових робочих місць та покращення логістичних процесів. Необхідно вдосконалити механізми співпраці з міжнародними донорами та запровадити більш гнучку економічну політику для залучення інвесторів. Особлива увага має бути приділена створенню умов для розвитку сучасних форматів торгівлі, таких як гіпермаркети, електронна комерція та торговельні центри. Такі заходи сприятимуть сталому зростанню індексу фізичного обороту роздрібної торгівлі, забезпечуючи поступове досягнення прогнозованих показників у 2025-2027 роках, коли очікується його збільшення до 128,6%.

РОЗДІЛ 3

Шляхи розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в сучасних умовах

3.1. Розвиток регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні

Актуальність розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні зумовлена значним впливом війни, яка суттєво пошкодила транспортні мережі та логістичні об'єкти, що ускладнює ефективне постачання товарів і послуг на місцевому ринку. Регіон, з його стратегічним розташуванням на півдні України, був важливою частиною торговельних та виробничих ланцюгів, але наразі стикається з численними викликами. Відновлення та модернізація інфраструктури є необхідною умовою для відновлення економіки регіону, забезпечення безперервного товаропостачання та відновлення конкурентоспроможності місцевих підприємств.

Розвиток інфраструктури та логістики має ключове значення для зміцнення роздрібного підприємництва в умовах післявоєнного відновлення. Сучасні логістичні центри, оптимізація транспортних шляхів та інтеграція новітніх технологій здатні значно підвищити ефективність постачання товарів і послуг, знизити витрати для підприємців та полегшити доступ до ринку для споживачів. У той же час, розвиток інфраструктури є важливим фактором для залучення інвестицій, підвищення зайнятості та створення нових робочих місць, що має позитивний вплив на соціально-економічну ситуацію в регіоні.

Нами пропонується розробка програма розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні, яка повинна включати кілька етапів, спрямованих на вирішення актуальних проблем інфраструктури та забезпечення стабільного функціонування роздрібного підприємництва в умовах сучасних викликів. Основні етапи програми та очікувані результати представлені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Програма розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні

Етап	Послідовність дій	Результати від реалізації
1. Оцінка та відновлення пошкодженої інфраструктури	Проведення комплексної оцінки пошкоджень інфраструктурних об'єктів, включаючи транспортні мережі, склади, логістичні центри, склади для зберігання товарів, а також комунальні мережі. Визначення найбільш постраждалих ділянок та розробка планів з відновлення.	Відновлення основних транспортних магістралей (автомобільних і залізничних шляхів), ремонт пошкоджених мостів, відновлення важливих логістичних об'єктів (складів, центрів обробки вантажів), що дозволить забезпечити стабільне постачання товарів.
2. Модернізація та вдосконалення логістичних процесів	Впровадження новітніх технологій в управлінні логістичними процесами, включаючи створення централізованих складів нового покоління з сучасними системами управління товарними запасами. Запуск автоматизованих складів та інтеграція їх з національною транспортною мережею.	Зменшення витрат на зберігання товарів, скорочення часу на доставку, покращення доступності товарів для кінцевих споживачів, підвищення ефективності логістичних операцій у регіоні.
3. Відновлення та модернізація транспортної інфраструктури	Відновлення пошкоджених транспортних шляхів та модернізація старих доріг і залізничних ліній. Будівництво нових логістичних коридорів для полегшення доступу до віддалених територій. Підвищення ефективності внутрішнього транспорту, включаючи інтеграцію з міжнародними логістичними мережами.	Відновлення стабільних і безпечних шляхів для вантажних перевезень, зменшення витрат на транспортування, поліпшення зв'язків між регіонами та з іншими країнами, що дозволить підвищити конкурентоспроможність місцевих підприємств.
4. Розвиток комунікаційних мереж та інтеграція з цифровими платформами	Розвиток інтелектуальних транспортних систем, встановлення датчиків для моніторингу вантажів та безпеки на дорогах, а також інтеграція з мобільними додатками та онлайн-платформами для роздрібної торгівлі. Впровадження інтернет-торгівлі та онлайн-замовлень для підтримки стабільних поставок.	Покращення ефективності комунікацій, швидке реагування на зміни в попиті, оптимізація маршрутів доставки та підвищення доступності товарів для споживачів через інтернет-канали.
5. Розробка стратегії державної та місцевої підтримки	Створення пільгових умов для підприємств, що займаються відновленням інфраструктури та логістики. Включення субсидій на модернізацію логістичних об'єктів, пільгових кредитів для підприємств, які інвестують у транспортну і комунальну інфраструктуру.	Залучення інвестицій в інфраструктурні проекти, створення нових робочих місць у сфері логістики та транспорту, підвищення рівня розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні через державну підтримку.

Реалізація програми розвитку регіональної інфраструктури та логістики для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні надасть підприємцям значні вигоди в короткостроковій та довгостроковій перспективі. Перш за все, вдосконалення транспортних мереж і відновлення логістичних центрів дозволять скоротити витрати на транспортування товарів і забезпечити більш стабільну та оперативну доставку. Це позитивно вплине на зниження вартості товарів, що зробить їх більш доступними для споживачів, підвищуючи конкурентоспроможність місцевих торгових підприємств.

Завдяки модернізації інфраструктури та створенню ефективних логістичних платформ підприємці отримають можливість значно оптимізувати свої операції. Автоматизація складів, інтеграція з національними та міжнародними логістичними мережами дозволить зменшити час на обробку замовлень і підвищити швидкість доставки, що підвищить рівень задоволення клієнтів. Підприємці зможуть запропонувати більш широкий асортимент товарів і кращу якість обслуговування, що приведе до збільшення їхньої частки на ринку.

Крім того, реалізація програми буде стимулювати економічний розвиток регіону і підвищить інвестиційну привабливість. Залучення фінансування на модернізацію інфраструктури та логістики сприятиме створенню нових робочих місць і розвитку підприємницької активності. Це дозволить підприємцям не тільки підвищити ефективність своєї роботи, але й отримати додаткові стимули для розширення бізнесу, у тому числі через державні пільги та підтримку.

Оцінка поточного стану інфраструктури Миколаївського регіону в умовах післявоєнного відновлення є важливим етапом для розробки ефективних заходів з відновлення та модернізації логістичних систем. Після початку війни в Україні багато інфраструктурних об'єктів у Миколаївському регіоні зазнали значних пошкоджень. Бомбардування, руйнування мостів, доріг і залізничних колій серйозно обмежили можливості для забезпечення безперебійних поставок. Місцеві підприємства, особливо роздрібні торговельні мережі, стали жертвами непередбачуваних логістичних труднощів, що включали нестачу товарів, зростання витрат на доставку і скорочення ефективності роботи.

Однією з найбільших проблем є неефективність транспортних мереж, що існували ще до початку війни. Відсутність сучасних автодоріг, погана якість старих шляхів, обмеження по пересуванню вантажного транспорту внаслідок пошкоджень та недосконалість залізничної інфраструктури ускладнюють логістичні операції. Проблеми з організацією транспорту для доставки товарів у віддалені райони Миколаївщини, такі як села та маленькі міста, стали ще більш нагальними під час війни. Це значно збільшило витрати та зробило бізнес менш конкурентоспроможним.

Відсутність сучасних складів і логістичних центрів у регіоні також є серйозною проблемою. Існуючі склади застаріли, не відповідають вимогам сучасного ринку та часто розташовані в зонах, що постійно піддаються обстрілам. Відсутність високотехнологічних складів із сучасними системами управління запасами та контролю за логістикою призводить до утрат, затримок у постачанні товарів і підвищення витрат на зберігання. Більшість підприємств вимушені адаптувати свої стратегії, спрощуючи логістичні операції і зменшуючи обсяги складування.

Окремо слід зазначити труднощі, з якими стикаються підприємства при доставці товарів до віддалених населених пунктів. Внаслідок руйнувань і порушення зв'язку між містами та сільськими територіями виникають затримки у доставці товарів, а підприємства не можуть гарантувати своєчасне постачання. Крім того, нестабільна ситуація на дорогах і збільшення витрат на палива і транспорт призводять до підвищення вартості кінцевого товару. Підприємствам доводиться працювати з меншими запасами, що також впливає на ефективність роботи і на попит з боку споживачів.

Основними вузькими місцями в інфраструктурі, які потребують негайного ремонту або модернізації, є транспортні та комунікаційні мережі. Для відновлення торгівлі необхідно відновити дорожню інфраструктуру, побудувати нові логістичні центри з можливістю зберігання великої кількості товарів та інтеграції з іншими регіонами. Крім того після завершення війни, необхідно модернізувати залізничні та авіаційні транспортні системи для забезпечення

швидкої та безпечної доставки товарів. Ремонт пошкоджених транспортних шляхів має стати одним із пріоритетів, оскільки ефективна логістика є критично важливою для відновлення економічної активності та забезпечення стабільності роздрібного підприємництва в регіоні.

Розробка стратегії розвитку транспортної мережі та комунікацій Миколаївського регіону є ключовим елементом для відновлення та розвитку роздрібної торгівлі. Одним з перших кроків має бути удосконалення автодоріг, що з'єднують великі міста з сільськими районами. Для цього необхідно провести капітальний ремонт та модернізацію існуючих доріг, а також будівництво нових транспортних шляхів, особливо там, де відсутнє належне сполучення. Це дозволить зменшити час доставки товарів, що є важливим фактором для розвитку роздрібної торгівлі та залучення нових інвесторів.

Одночасно потрібно звернути увагу на залізничне сполучення, яке, незважаючи на зношеність інфраструктури, має потенціал для перевезення великих обсягів товарів. Розвиток залізничної інфраструктури шляхом оновлення колії, модернізації станцій та закупівлі нових вагонів дозволить збільшити ефективність перевезень, знизити витрати на транспортування і покращити доступність товарів для кінцевих споживачів. Окреме значення має також інтеграція залізничного транспорту з іншими видами транспорту, щоб створити зручні транспортні вузли для швидкої доставки товарів.

Інтеграція річкових та морських шляхів у загальну транспортну систему також є важливою складовою стратегії. Миколаївський регіон має стратегічне географічне розташування поблизу Чорного моря, що відкриває потенціал для використання портів для перевезення товарів як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Розвиток морського транспорту, модернізація портів та вантажних терміналів дозволить знизити витрати на перевезення, зменшити навантаження на автомобільні дороги і збільшити потік товарів.

Крім того, необхідно звернути увагу на розвиток сучасних транспортних технологій, таких як електричні транспортні засоби та безпілотні вантажівки. Впровадження таких технологій дозволить знизити витрати на паливо, зменшити

негативний вплив на навколишнє середовище та забезпечити високий рівень безпеки і ефективності перевезень. Для цього слід розробити стратегію щодо інвестицій у технології, побудову відповідної інфраструктури для зарядних станцій та розробку нормативно-правової бази для використання безпілотних вантажівок.

Також важливим кроком є створення умов для розвитку цифрових технологій у транспортному секторі. Впровадження систем моніторингу транспорту, відстежування вантажів в реальному часі та використання систем автоматизації дозволить оптимізувати процеси логістики, покращити керованість вантажоперевезень та знизити витрати на логістичні послуги. Ці зміни, у поєднанні з модернізацією інфраструктури, забезпечать стійке зростання торговельної мережі та підвищать ефективність економіки регіону.

Розвиток логістичних центрів і складів є важливим аспектом для підвищення ефективності роздрібної торгівлі та підтримки економічного відновлення в Миколаївському регіоні. У сучасних умовах, зокрема після війни, підприємствам необхідні сучасні об'єкти для обробки та зберігання товарів, які б забезпечували оптимальні умови для збереження якості продукції та мінімізацію витрат на транспортування. Сучасні логістичні центри можуть значно зменшити потребу у великій кількості малих складів, знижуючи витрати на обробку і зберігання товарів. Це дозволить підприємствам краще керувати своїми запасами та прискорити доставку товарів до торговельних точок.

У Миколаївському регіоні, зокрема в великих містах та в прикордонних зонах, є потреба у створенні або модернізації логістичних центрів і складів для покращення обробки вантажів, оптимізації логістичних потоків та забезпечення швидкої доставки товарів. Вибір ключових точок для розвитку таких інфраструктурних об'єктів має базуватись на географічному розташуванні, транспортних зв'язках та близькості до виробничих підприємств або портових терміналів. Розробка логістичних хабів у таких точках дозволить зменшити відстані доставки, знижуючи витрати на транспортування та прискорюючи оборот товарів.

Для реалізації цього проєкту важливим є залучення інвестицій, як приватних, так і державних, а також активне використання механізмів фінансування через державні програми. Відновлення післявоєнного періоду створює сприятливі умови для залучення інвестицій у регіон, оскільки інфраструктурні проєкти, такі як будівництво та модернізація складів і логістичних центрів, мають стратегічне значення для відновлення економіки. Важливою частиною цього процесу є також активне залучення міжнародних фінансових установ та донорських організацій, які готові підтримувати розвиток ключових інфраструктурних проєктів у постконфліктних зонах.

Також необхідно впроваджувати сучасні технології у склади та логістичні центри для покращення процесів обробки та зберігання товарів. Використання автоматизованих систем управління запасами, інтелектуальних систем моніторингу та роботизованих складських технологій дозволить підвищити точність і швидкість виконання логістичних операцій, що є ключовим фактором для зменшення витрат і підвищення конкурентоспроможності підприємств. Крім того, це сприятиме інтеграції з іншими транспортними і комунікаційними системами, що дозволить створити більш ефективну мережу поставок у регіоні.

Останнім кроком має бути розробка політики для створення зручних умов для малого та середнього бізнесу, який зможе використовувати нові склади та логістичні центри для зберігання своїх товарів. Це включає в себе розробку тарифної політики для зберігання товарів на складі, впровадження системи спільного використання складів для малих підприємців та можливість гнучкого підходу до оренди складських приміщень. Це дозволить дрібним і середнім підприємствам зменшити свої витрати та створить умови для більш активного розвитку регіонального ринку роздрібної торгівлі.

Інтеграція інноваційних технологій у логістичні процеси є важливим етапом у розвитку роздрібної торгівлі та підвищенні ефективності постачання товарів у Миколаївському регіоні. Одним з основних напрямків є автоматизація складів, що дозволяє значно знизити витрати на управління запасами, скоротити час обробки товарів і підвищити точність виконання замовлень. Використання

автоматизованих систем управління складів, таких як роботизовані стелажі та конвеєри, дозволяє зменшити потребу в ручному праці, прискорити обробку товарів та зменшити ймовірність помилок, що є критично важливим у сучасних умовах швидко змінюваного попиту на ринку.

Однією з перспективних технологій для покращення логістичних процесів є RFID (радіочастотна ідентифікація), яка дозволяє здійснювати відстеження товарів на всіх етапах ланцюга постачання. Впровадження RFID-технологій забезпечує точний облік товарів, автоматизує процеси інвентаризації та дозволяє уникнути помилок при переміщенні товарів у складських приміщеннях або на етапі доставки. Крім того, RFID-технології можуть допомогти у зменшенні втрат товарів через крадіжки або пошкодження під час транспортування, що є важливим аспектом для підвищення безпеки та ефективності логістичних операцій.

Для оптимізації процесів розподілу продукції та зменшення витрат на доставку все більше компаній звертаються до використання безпілотних дронів. Ці технології мають величезний потенціал для доставки малих вантажів на короткі відстані, особливо у віддалені райони, де традиційні методи транспортування можуть бути менш ефективними. Впровадження безпілотних дронів у регіоні дозволить прискорити доставку товарів до кінцевих споживачів, скоротити витрати на транспортування та зробити логістичні процеси більш гнучкими.

Ще одним важливим етапом розвитку інноваційних технологій у логістиці є створення єдиних електронних платформ для зв'язку між постачальниками, роздрібними мережами та споживачами. Такі платформи дозволяють забезпечити прозорість усіх етапів ланцюга постачання, що значно спрощує управління запасами, зменшує час на виконання замовлень і забезпечує своєчасну доставку товарів. Інтеграція таких платформ дозволяє також знижувати витрати на комунікацію між усіма учасниками процесу, дає змогу прогнозувати потреби в товарах та оптимізувати виробничі й логістичні процеси, зменшуючи ймовірність дефіциту або надлишку товарів.

Усебічне впровадження інноваційних технологій у логістичні процеси сприятиме значному підвищенню конкурентоспроможності підприємств, що працюють у роздрібній торгівлі. Інновації дозволяють знижувати операційні витрати, підвищувати швидкість і точність виконання замовлень, а також поліпшувати обслуговування клієнтів. В результаті цього регіональні підприємства отримають можливість адаптуватися до змінюваних умов ринку, підвищити свою ефективність і забезпечити стабільність поставок, що є особливо важливим в умовах економічних викликів та нестабільності.

Державна та місцева влада відіграють ключову роль у стимулюванні інфраструктурного розвитку, особливо в поствоєнний період, коли відновлення і модернізація інфраструктури є важливим фактором для економічного відновлення. У випадку Миколаївського регіону, де інфраструктура сильно постраждала через бойові дії, діяльність держави та місцевої влади має бути спрямована на відновлення основних транспортних і логістичних об'єктів, зокрема доріг, мостів, залізничних колій і портів споруд. Успішна реалізація цієї мети вимагає ефективного співробітництва між державою, місцевою владою та приватними підприємцями, які можуть виявляти ініціативу в будівництві нових об'єктів або відновленні існуючих.

Важливим елементом такої співпраці є підвищення ефективності державно-приватного партнерства. Держава повинна виступати як ініціатор масштабних інфраструктурних проєктів, фінансуючи їх частково або через залучення приватних інвестицій. У рамках таких партнерств можна використовувати державне фінансування для відновлення та розвитку ключових об'єктів інфраструктури, таких як склади, логістичні центри, транспортні шляхи. Це забезпечить не лише ефективне відновлення інфраструктури, але й створить нові можливості для розвитку підприємницької діяльності в регіоні.

Для стимулювання інвестицій та залучення підприємців важливо застосовувати податкові пільги та інші фінансові стимули для підприємств, які беруть участь у відновленні інфраструктури. Наприклад, податкові канікули або знижені ставки податків для компаній, що займаються будівництвом та

модернізацією інфраструктурних об'єктів, можуть стати потужним стимулом для активізації бізнес-ініціатив. Крім того, підприємства можуть отримати доступ до кредитних ресурсів з пільговими умовами для реалізації інфраструктурних проєктів, що дозволить значно знизити фінансовий тягар на початкових етапах.

Місцева влада в Миколаївській області, може створювати програми підтримки бізнесу, орієнтуючись на специфічні потреби регіону. Одним із шляхів є розробка локальних ініціатив, які б стимулювали підприємства інвестувати в розвиток інфраструктури. Це може включати створення інфраструктурних хабів або інвестиційних зон, що дозволяють підприємствам отримувати доступ до необхідної інфраструктури, включаючи склади, логістичні центри, транспортні шляхи з покращеними умовами для бізнесу. Залучення таких ініціатив у регіон може стати важливим чинником зростання економіки та відновлення торгівлі.

Насамкінець, для забезпечення сталого розвитку інфраструктури важливо, щоб місцева влада також активно працювала над залученням державних інвестицій та розробкою програм відновлення, що передбачають надання субсидій або грантів для місцевих підприємств. Ці заходи повинні бути частиною загальної стратегії розвитку регіону, спрямованої на підтримку бізнесу, відновлення інфраструктури та модернізацію логістичних процесів. Тільки через комплексний підхід до державної підтримки та місцевих ініціатив можна забезпечити ефективний розвиток інфраструктури, що сприятиме відновленню та росту роздрібного підприємництва в Миколаївському регіоні.

3.2. Інноваційні підходи до розвитку роздрібної торгівлі та цифровізація бізнесу в Миколаївському регіоні

Сучасні тенденції глобалізації та цифровізації визначають нові виклики і можливості для розвитку роздрібної торгівлі. У Миколаївському регіоні, що постраждав від війни, інноваційні підходи та цифровізація бізнесу можуть стати потужним інструментом для відновлення та модернізації місцевої економіки.



Рис. 3.1. Інноваційні підходи та цифровізація роздрібно́ї торгівлі в Миколаївському регіоні

Цифрові технології дозволяють покращити управління процесами, оптимізувати витрати та створити нові канали комунікації з клієнтами, що особливо актуально в умовах постійної зміни потреб споживачів та підвищення конкуренції. Для Миколаївського регіону впровадження інноваційних підходів у роздрібну торгівлю є ключовим аспектом стабілізації економіки та створення конкурентних переваг. Цифровізація бізнесу відкриває доступ до ширшої аудиторії, сприяє розвитку малого та середнього підприємництва і допомагає розв'язувати проблеми, пов'язані з логістикою, управлінням ланцюгами постачання та залученням клієнтів.

Електронна комерція є одним із найперспективніших напрямків розвитку роздрібно́ї торгівлі у Миколаївському регіоні, особливо в умовах післявоєнного відновлення. Поточний стан онлайн-торгівлі показує зростання зацікавленості як підприємців, так і споживачів у цифрових платформах для придбання товарів і послуг. Однак рівень розвитку цієї сфери залишається недостатнім через обмежений доступ до сучасних цифрових інструментів і низьку цифрову грамотність частини населення, особливо у сільській місцевості.

Важливим кроком є створення нових інтернет-магазинів і локальних маркетплейсів, які об'єднують підприємців регіону та забезпечать доступ до широкої аудиторії. Такі платформи дозволять малим і середнім підприємствам конкурувати з великими національними мережами, зменшуючи витрати на фізичну присутність і маркетинг. Крім того, розвиток електронної комерції сприятиме оптимізації ланцюгів постачання та пришвидшенню доставки товарів до кінцевого споживача.

Переваги використання цифрових платформ включають покращення взаємодії між підприємцями та споживачами, зокрема за рахунок інтеграції автоматизованих систем обробки замовлень, підтримки клієнтів через чат-боти та персоналізованих рекомендацій. Це підвищує якість обслуговування та стимулює споживачів до повторних покупок, формуючи довіру до локального бізнесу.

Для подальшого розвитку електронної комерції необхідно створити умови для доступу до якісного інтернет-зв'язку у віддалених районах регіону. Крім того, важливо запровадити освітні програми для підприємців щодо використання цифрових платформ і інструментів аналітики для ефективного управління онлайн-бізнесом. Підтримка таких ініціатив з боку місцевої влади може стати важливим стимулом для розширення електронної торгівлі.

Розвиток електронної комерції у Миколаївському регіоні матиме довгостроковий позитивний ефект на місцеву економіку, зокрема підвищить конкурентоспроможність підприємств, забезпечить більшу доступність товарів і послуг для населення та сприятиме зростанню зайнятості у цифровій сфері. Це не лише прискорить відновлення регіону, але й створить фундамент для його інноваційного розвитку у майбутньому.

Автоматизація процесів продажу є ключовим напрямком для підвищення ефективності та конкурентоспроможності роздрібної торгівлі в Миколаївському регіоні. Одним із пріоритетних рішень є впровадження електронних касових систем (ЕКС), які дозволяють автоматизувати облік продажів, знижуючи ймовірність помилок і прискорюючи обслуговування клієнтів. Використання таких систем є особливо важливим для малого та середнього бізнесу, який прагне покращити свої операційні процеси та відповідати сучасним вимогам до звітності.

Програми управління товарними залишками також відіграють важливу роль у забезпеченні стабільної роботи торговельних підприємств. Ці системи дозволяють підприємцям отримувати актуальну інформацію про кількість та стан товарів на складах, своєчасно поповнювати запаси і уникати перевантаження чи дефіциту продукції. Особливе значення такі інструменти мають для підприємств, що працюють у районах, де логістика ускладнена наслідками війни.

Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM-системи) є ефективним засобом для покращення обслуговування та побудови довгострокових відносин зі споживачами. У Миколаївському регіоні

впровадження таких систем може допомогти підприємцям аналізувати потреби клієнтів, розробляти індивідуальні пропозиції та проводити ефективні маркетингові кампанії. Це сприятиме формуванню лояльності клієнтів до локальних торговельних мереж.

Додатковою перевагою автоматизації є можливість інтеграції всіх систем у єдину платформу. Це дозволяє підприємцям зменшити витрати часу на управління окремими процесами та отримувати комплексну аналітику для ухвалення стратегічних рішень. Наприклад, інтеграція касових систем з програмами управління запасами та CRM забезпечує повну прозорість діяльності та підвищує ефективність використання ресурсів.

Впровадження систем автоматизації торгівлі у Миколаївському регіоні сприятиме зростанню продуктивності підприємств, зниженню витрат на операційну діяльність та покращенню обслуговування клієнтів. Такі інновації допоможуть місцевим бізнесам адаптуватися до викликів сучасного ринку, зокрема у контексті відновлення після війни, і створити конкурентну перевагу як на локальному, так і на національному рівнях.

Цифровий маркетинг відкриває нові можливості для підприємств роздрібної торгівлі в Миколаївському регіоні, особливо в умовах сучасних викликів, зокрема війни та економічної нестабільності. Одним із ключових інструментів є соціальні мережі, які дозволяють підприємствам взаємодіяти з клієнтами в реальному часі, рекламувати продукцію та будувати довіру до бренду. Використання платформ, таких як Facebook, Instagram і TikTok, дає змогу підприємствам охоплювати широку аудиторію та швидко реагувати на зміни в попиті.

Таргетована реклама є ще одним ефективним засобом цифрового маркетингу. Вона дозволяє підприємцям налаштовувати рекламу таким чином, щоб охоплювати саме тих споживачів, які найбільш зацікавлені в їхніх товарах чи послугах. У Миколаївському регіоні це може бути особливо корисним для місцевих торговельних мереж, які прагнуть залучити клієнтів у конкретних населених пунктах. Завдяки географічному таргетингу можна розробляти

рекламу для мешканців окремих районів, враховуючи їхні потреби та фінансові можливості.

Email-маркетинг залишається важливим інструментом для підтримки лояльності клієнтів та збільшення продажів. Підприємства можуть використовувати розсилки для інформування клієнтів про акції, новинки та спеціальні пропозиції. В умовах Миколаївського регіону, де багато людей шукають вигідні покупки через економічні труднощі, email-маркетинг може стати потужним способом підтримувати постійний зв'язок із клієнтами та стимулювати повторні покупки.

Інструменти аналітики дозволяють підприємцям оцінювати ефективність своїх маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані рішення. Наприклад, використання Google Analytics або інших платформ дає змогу відстежувати, які стратегії працюють найкраще, і коригувати рекламні бюджети відповідно до отриманих даних. У Миколаївському регіоні це може допомогти підприємцям розробляти більш ефективні підходи до просування своїх товарів і оптимізувати витрати на маркетинг.

Застосування цифрових маркетингових стратегій у Миколаївському регіоні сприятиме залученню нових клієнтів, підвищенню лояльності до місцевих брендів і збільшенню обсягів продажів. Завдяки таким інструментам підприємства можуть ефективно адаптуватися до сучасних умов, враховуючи специфіку регіону та поведінкові зміни споживачів. Цифрові технології надають можливість для створення стабільного бізнесу навіть у складних умовах.

Інтеграція сучасних технологій у фізичні магазини Миколаївського регіону є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств роздрібної торгівлі. Використання безконтактних способів оплати, таких як QR-коди, платіжні системи Google Pay та Apple Pay, дозволяє забезпечити зручність і швидкість розрахунків. Це особливо актуально в умовах, коли споживачі все частіше віддають перевагу безготівковим розрахункам, які є безпечними та економлять час.

Інтерактивні вітрини є інноваційним рішенням, що сприяє залученню покупців. Наприклад, такі вітрини можуть демонструвати відеоогляди товарів, акції чи навіть дозволяти клієнтам взаємодіяти з ними за допомогою сенсорних екранів. У Миколаївському регіоні це може допомогти магазинам виділятися серед конкурентів і привертати увагу відвідувачів, особливо в торговельних центрах або на популярних вулицях.

Електронні цінники є ще одним ефективним рішенням, яке дозволяє магазинам швидко змінювати ціни без необхідності друкувати паперові етикетки. Це особливо корисно для супермаркетів і гіпермаркетів, які часто оновлюють ціни через акції чи коливання вартості товарів. У Миколаївському регіоні, де значна частина населення шукає вигідні пропозиції, використання електронних цінників може поліпшити управління цінами та підвищити задоволення клієнтів.

Цифрові інформаційні панелі надають можливість не лише інформувати клієнтів про акції чи нові товари, але й створювати привабливий візуальний контент, який стимулює покупки. Наприклад, у магазинах одягу можна показувати стилізації продукції, а в продуктових магазинах – рецепти з використанням товарів, що продаються. У Миколаївському регіоні такі панелі можуть стати важливим інструментом для залучення споживачів, особливо молодій аудиторії.

Інтеграція сучасних технологій у фізичні магазини сприяє створенню інноваційного досвіду покупок, що відповідає очікуванням сучасних споживачів. У Миколаївському регіоні це може значно підвищити лояльність клієнтів, оптимізувати операційні процеси та допомогти місцевим магазинам конкурувати з національними і міжнародними торговельними мережами. Впровадження таких технологій також є важливим етапом у відновленні та розвитку регіонального роздрібного бізнесу в умовах сучасних викликів.

Підвищення цифрової грамотності підприємців та працівників є ключовим елементом у розвитку сучасного бізнесу в Миколаївському регіоні. Навчання використанню цифрових інструментів, таких як програми для

управління фінансами, CRM-системи та платформи для електронної комерції, дозволить підприємцям покращити управління бізнесом, оптимізувати витрати та забезпечити зростання ефективності. У регіоні, що відновлюється після війни, такі знання допоможуть місцевому бізнесу швидше адаптуватися до нових умов ринку.

Однією з головних переваг підвищення цифрової грамотності є здатність підприємців краще використовувати онлайн-інструменти для просування товарів і послуг. Навчання роботі з платформами для таргетованої реклами, аналітики даних та створення контенту для соціальних мереж відкриє нові можливості для залучення клієнтів. У Миколаївському регіоні, де споживачі все більше використовують цифрові канали для покупок, це стане важливим кроком для покращення конкурентоспроможності місцевих підприємств.

Навчання співробітників використанню сучасних програмних продуктів, таких як POS-системи, електронні бази даних та платформи для комунікації з клієнтами, дозволить автоматизувати значну частину операцій. Це не лише підвищить продуктивність праці, але й допоможе мінімізувати ризики людських помилок. У Миколаївському регіоні, де підприємства стикаються з обмеженими ресурсами, автоматизація стане важливим інструментом для оптимізації роботи.

Організація тренінгів і семінарів для підприємців, зокрема в співпраці з державними органами, бізнес-асоціаціями та освітніми установами, сприятиме створенню умов для постійного вдосконалення цифрових навичок. У Миколаївському регіоні це дозволить об'єднати зусилля місцевих підприємців для спільного вирішення проблем і обміну досвідом. Такі заходи також можуть слугувати майданчиком для залучення нових технологічних рішень та партнерів.

Розвиток цифрової грамотності серед підприємців та працівників створить фундамент для сталого економічного зростання регіону. Підприємства, які використовують сучасні технології, зможуть краще адаптуватися до ринкових змін, ефективніше управляти ресурсами та забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів. У Миколаївському регіоні, який відновлюється після

війни, це стане важливим кроком для подолання економічних викликів і сприятиме формуванню конкурентоспроможної бізнес-екосистеми.

Створення локальних цифрових екосистем у Миколаївському регіоні є перспективним напрямком для розвитку торгівлі та бізнесу. Такі платформи можуть об'єднати виробників, роздрібні мережі та споживачів, забезпечуючи ефективний обмін інформацією та покращуючи координацію між учасниками ринку. В умовах післявоєнного відновлення регіону цифрові екосистеми стануть інструментом для відновлення економічної активності, оптимізації ланцюгів постачання та зменшення витрат.

Однією з головних функцій таких платформ буде створення єдиного інформаційного простору для взаємодії місцевих підприємців. Це дозволить виробникам швидше знаходити партнерів для реалізації продукції, роздрібним мережам – оптимізувати процеси закупівель, а споживачам – отримувати доступ до якісних товарів за доступними цінами. Інтеграція даних про наявність продукції, її ціну та терміни доставки сприятиме підвищенню прозорості бізнесу та зменшенню ризиків.

Локальні цифрові екосистеми також можуть включати елементи електронної комерції, такі як маркетплейси для місцевих товарів. Це не лише збільшить обсяги продажів, але й підтримає мікро – та малий бізнес у регіоні. Наприклад, виробники сільськогосподарської продукції зможуть безпосередньо продавати товари кінцевим споживачам, мінімізуючи кількість посередників. У Миколаївському регіоні, де сільське господарство є важливою складовою економіки, це сприятиме зміцненню місцевих громад.

Важливим аспектом створення таких екосистем стане впровадження інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту для аналізу попиту та оптимізації ланцюгів постачання. Використання блокчейну може забезпечити безпечну та прозору взаємодію між учасниками платформи. Для Миколаївського регіону, який прагне модернізувати економіку, ці технології стануть конкурентною перевагою.

Розвиток локальних цифрових екосистем вимагатиме активної підтримки з боку держави та місцевої влади. Створення сприятливих умов для реалізації таких проєктів, включаючи інвестиційні стимули, технічну підтримку та навчання учасників ринку, стане ключем до успіху. У Миколаївському регіоні це допоможе не лише відновити економіку, але й закласти основу для сталого розвитку, залучаючи нових інвесторів та створюючи додаткові робочі місця.

Висновок до третього розділу

Розвиток регіональної інфраструктури та логістики є важливим чинником для відновлення торгівлі в Миколаївському регіоні, зокрема в умовах сучасних викликів. Пошкодження, завдані війною, значно вплинули на транспортні та логістичні мережі, що ускладнює доставку товарів та підвищує витрати підприємств. Однак ефективне відновлення інфраструктури, включаючи покращення транспортних шляхів, створення сучасних логістичних центрів та впровадження новітніх технологій, може сприяти зниженню витрат і покращенню доступності товарів для споживачів, що є важливим для відновлення економічної стабільності в регіоні.

Для досягнення цих цілей необхідна активна роль державної та місцевої влади, яка повинна не лише сприяти фінансуванню відновлення, але й стимулювати приватні інвестиції через податкові пільги та інші стимули. Державно-приватне партнерство, а також інвестиції в інфраструктурні проєкти, здатні забезпечити швидке відновлення та модернізацію логістичної мережі, що сприятиме розвитку роздрібного підприємництва. Тільки через комплексний підхід до розвитку інфраструктури можна забезпечити стабільне та стійке зростання торгівлі в Миколаївському регіоні.

Інноваційні підходи до розвитку роздрібної торгівлі та цифровізація бізнесу є ключовими напрямками для модернізації економіки Миколаївського регіону. Впровадження електронної комерції, автоматизації торговельних процесів та сучасних цифрових маркетингових стратегій забезпечить підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств. Це дозволить покращити взаємодію між виробниками, роздрібними мережами та

споживачами, оптимізувати бізнес-процеси, а також розширити ринки збуту, що є надзвичайно важливим у післявоєнний період.

Цифровізація бізнесу та створення локальних цифрових екосистем на базі сучасних технологій відкривають нові можливості для розвитку регіону. Використання інновацій, таких як безконтактна оплата, інтерактивні рішення у фізичних магазинах, а також навчання підприємців цифровій грамотності сприятиме формуванню сталого бізнес-середовища. Завдяки цим ініціативам Миколаївський регіон зможе не лише відновити економічну активність, але й закласти основу для подальшого зростання, інтегруючись у глобальні економічні процеси.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретико-методологічне узагальнення процесу розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні. Результати проведеного дослідження дозволили зробити наступні висновки теоретичного і практичного спрямування:

1. При розгляді сутності і змісту внутрішньої торгівлі в системі соціального комплексу України виявлено, що вона є не лише ключовим елементом економічної системи, а й важливою складовою соціальної інфраструктури, що забезпечує доступ населення до необхідних товарів та послуг. Її розвиток залежить від багатьох факторів, таких як економічна стабільність, демографічні зміни, технологічні інновації та ефективна регуляція. Підвищення ефективності внутрішньої торгівлі сприяє не лише економічному зростанню, а й соціальній стабільності, що робить її важливим інструментом у забезпеченні благополуччя населення та розвитку країни в цілому.

2. В результаті дослідження факторів розвитку роздрібної торгівельної мережі виявлено, що вони визначають розвиток роздрібної торговельної мережі, є складним і динамічним комплексом, що взаємодіє на різних рівнях. Економічні умови, демографічні зміни, технологічні інновації, культурні уподобання споживачів і регуляторні вимоги разом формують умови для ефективного функціонування торговельних підприємств. Для забезпечення стабільного розвитку важливою є гнучкість підприємств, здатність швидко адаптуватися до змін, а також активна підтримка з боку держави для створення належної правової та інфраструктурної бази.

3. На основі оцінки проблем розвитку роздрібного торговельного підприємництва в Миколаївському регіоні в умовах сучасних викликів виявлено, що на цей процес впливають численні сучасні виклики, пов'язаних з війною, економічною нестабільністю та змінами споживчих звичок. Для подолання цих проблем необхідно створити сприятливі умови для інвестування, модернізувати інфраструктуру, спростити регуляторну політику та активізувати використання цифрових технологій. Лише за умови системного підходу та тісної співпраці між

державою, місцевою владою та бізнесом можна досягти сталого розвитку роздрібної торгівлі в регіоні та забезпечити повноцінне задоволення потреб населення.

4. Проведений аналіз стану роздрібного торгівельного підприємництва в Миколаївській області показав що, попри поступове розширення мережі фізичних осіб-підприємців, загальна динаміка розвитку торгівлі ускладнюється скороченням мережі підприємств-юридичних осіб, особливо в сільській місцевості. Зменшення кількості магазинів самообслуговування, скорочення торгових площ на 12,7% та зниження кількості місць у закладах ресторанного господарства на 5,2% свідчать про дисбаланс між міськими та сільськими територіями, а також про необхідність підтримки малого та середнього бізнесу для забезпечення сталого розвитку галузі.

5. В результаті проведеної оцінки програми розвитку внутрішньої торгівлі в Миколаївській області в 2025 році виявлено, що владою демонструється поступове відновлення економічної активності, що підтверджується зростанням обороту роздрібної торгівлі на 19,6% у 2024 році. Водночас, ефективність заходів, таких як пільгове кредитування, підтримка регіональних виробників та популяризація місцевих товарів, створює умови для стабільного розвитку сфери торгівлі. Пріоритетом залишається активізація інвестиційної діяльності, розширення торговельної інфраструктури та впровадження сучасних технологій, що забезпечить подальше зростання економічних показників та зміцнення внутрішнього ринку області.

6. Реалізація програми розвитку регіональної інфраструктури та логістики в Миколаївському регіоні значно покращить умови для роздрібних підприємців. Вдосконалення транспортних мереж і створення ефективних логістичних центрів дозволить знизити витрати на транспортування товарів, забезпечити оперативну доставку, що знизить їхню вартість і підвищить доступність для споживачів. Модернізація складів та інтеграція з національними і міжнародними мережами дозволить оптимізувати операції, збільшити асортимент товарів і підвищити рівень обслуговування. Крім того, програма стимулюватиме

економічний розвиток регіону, створення нових робочих місць та залучення інвестицій, що дозволить підприємцям розширити бізнес і підвищити свою конкурентоспроможність.

7. Розвиток інфраструктури та логістики в Миколаївському регіоні є критично важливим для відновлення торгівлі та економічної стабільності після війни. Здійснення комплексних заходів, таких як покращення транспортних мереж, створення сучасних логістичних центрів і впровадження новітніх технологій, дозволить підприємцям знизити витрати, підвищити ефективність роботи та забезпечити доступність товарів для споживачів. Активна підтримка з боку держави та місцевих органів влади через фінансування та податкові пільги створить умови для відновлення і розвитку бізнесу, що стане основою для довгострокового економічного зростання регіону.

8. Таким чином, в результаті магістерського дослідження запропоновано інноваційні підходи до розвитку роздрібної торгівлі та цифровізація бізнесу в Миколаївському регіоні, що є стратегічно важливими для відновлення економіки регіону після війни. Впровадження новітніх технологій у торговельні процеси, розвиток електронної комерції та створення цифрових платформ для місцевих підприємств не лише підвищить ефективність бізнесу, але й сприятиме створенню більш гнучкої та адаптивної економіки, здатної до швидкої реакції на глобальні виклики. Цей підхід дозволить Миколаївському регіону успішно інтегруватися в цифрову економіку та значно покращити рівень життя місцевих мешканців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. – с. 141. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
3. Статистика роздрібного товарообігу в Україні. Міністерства фінансів України, 2022. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/>
4. Офіційний сайт Головного управління статистики у Миколаївській області. URL: <https://www.mk.ukrstat.gov.ua>
5. Програма економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2021 рік. Миколаївська обласна рада. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/1613571516602d25bc4adf1.pdf>
6. Програма економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2021 рік. Миколаївська обласна рада. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decreeProject/17345183146762a62a01af6.pdf>
7. Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2027 року включно. Миколаївська обласна рада. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/1613571502602d25ae7f0ce.pdf>
8. Програма розвитку малого і середнього підприємництва у Миколаївській області на 2021-2023 роки. Миколаївська обласна рада. URL: <https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/161069327360013a99cd05e.pdf>
9. Бондаренко Е. Я. Удосконалення категорійного менеджменту торговельного підприємства (на прикладі ФОП Матвіюк Н. С., м. Хмельник) : кваліфікаційна робота бакалавра : 073 Менеджмент / Е. Я. Бондаренко ; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельницький, 2024. – 55 с.
10. Бугріменко Р. М. Перспективи адаптації маркетингових інноваційних рішень в системі роздрібних торгових підприємств [Електронний ресурс] / Р. М. Бугріменко // Інфраструктура ринку. – 2020. – Вип. 41. – С. 68-73. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ifrcetr_2020_41_13

11. Васюта В.Б. Торговельне підприємництво в умовах воєнного стану в Україні / В.Б. Васюта, О.М. Житник // Сталий розвиток : виклики та загрози в умовах воєнного стану : матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 09 черв. 2022 р. – Полтава : Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2022. – С. 260-262.

12. Галайда Т.О. Формування ефективної моделі управління персоналом торговельного підприємства в умовах воєнного стану / Т.О. Галайда, А.Р. Мозуль // Галицький економічний вісник. – 2024. – Т. 90, № 5. – С. 193-200. – DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.05.193

13. Джерелюк, Ю. О., & Пелюшенко, М. Т. (2023). Особливості оцінювання адаптаційного потенціалу торговельного підприємства. Херсонський національний технічний університет, 2023. С. 288.

14. Економіка та організація торговельних підприємств: практикум : навч. посіб. / [М. В. Семикіна, Л. Д. Запірченко, С. С. Матієнко та ін. ; за ред. М. В. Семикіної] ; М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – 2-ге вид., перероб. та доп. – Кропивницький : ЦНТУ, 2024. – 240 с.

15. Згурська, О. М., Миколенко, Р. О., & Балим, Є. (2024). Формування асортименту товарів підприємств роздрібної торгівлі. Економіка. Менеджмент. Бізнес, (1), 40-44.

16. Іртищева І. О., Тубальцева Н. П., Гришина Н. В., Крамаренко І. С., Сергійчук С. І. Економічний розвиток на засадах активізації малого підприємництва: Історичні процеси та завдання. Економіка та держава, 2020. №5. С. 76-80. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/5_2020/15.pdf

17. Косар, Н. С., & Вінтоняк, А. А. (2023). Вплив факторів маркетингового середовища на розвиток роздрібної торгівлі в Україні. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку, (1), 9.

18. Кульбака А. Р. Маркетингове планування діяльності торговельного підприємства: кваліфікаційна робота магістра: спец. 075 – маркетинг; наук. кер. К. С. Олініченко; Харків: ДБТУ, 2023. 108 с.

19. Лупак, Р. Л., & Наконечна, Н. В. (2024). Проєктування ризикостійкості підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методичний підхід. Академічні візії, (31).
20. Лялюк, А. (2022). Торговельне підприємництво в Україні до і під час війни: порівняльний аспект. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, 4(32), 94-102.
21. Марков Б. М. Кластерний аналіз роздрібних торговельних підприємств [Електронний ресурс] / Б. М. Марков // Причорноморські економічні студії. – 2018. – Вип. 26(2). – С. 29-33. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26\(2\)__7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26(2)__7)
22. Марков Б. М. Методика групування роздрібних торговельних підприємств [Електронний ресурс] / Б. М. Марков // Агросвіт. – 2019. – № 4. – С. 62-66. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2019_4_10
23. Сатир, Л. М., Кепко, В. М., & Стаднік, Л. І. (2023). Економічна безпека торговельного підприємства в системі організації торгівлі та комерційної діяльності. *Цифрова економіка та економічна безпека*, (4 (04)), 75-80.
24. Сергійчук С. І., Ковальова К. І. Стан і напрями регіональної політики розвитку підприємницької діяльності в умовах децентралізації. *Ефективна економіка*, 2018. № 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.58>
25. Сергійчук С. І., Сергійчук Д. І. Механізм державної політики сталого розвитку підприємництва в Україні. *Бізнес Інформ*. 2024. №6. С. 193–201. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-193-201>
26. Сергійчук С. І. Концептуальні засади державного забезпечення сталого розвитку підприємництва в Україні. *Наукові інновації та передові технології*, 2024. № 7(35). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7\(35\)-298-311](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-7(35)-298-311)
27. Сергійчук С. І., Сергійчук Д. І. Сучасні виклики і перспективи для розвитку вітчизняного підприємництва в умовах війни і повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*, 2024. № 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4110>

28. Сергійчук С.І., Іщенко О. А., Дубинська І. І. Розвиток бізнес-планування в сфері фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва. Збірник наукових праць "Економічний аналіз", 2020. том 30, № 1(2). URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/download/1798/6565656875>

29. Сергійчук С.І., Іщенко О. А., Дубинська І. І. Стан і перспективи розвитку малих і середніх підприємств у легкій промисловості України Науково-практичний журнал "Причорноморські економічні студії", 2020. №54. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/54_2020/11.pdf

30. Серeda, С. (2024). Експертне оцінювання параметрів ефективності діяльності роздрібного торговельного підприємства. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences, 332(4), 428-433.

31. Серeda, С. А. (2024). Складові мерчендайзингу у формуванні атмосфери роздрібного торговельного підприємства. Вісник ЛТЕУ. Економічні науки, (79), 172-180.

32. Серeda, С. А. (2024). Торговельне обладнання – важлива ланка атмосфери роздрібного торговельного підприємства. Підприємництво і торгівля, (42), 80-85.

33. Стремоусова, І. І. (2024). Суб'єкти торговельного підприємництва в системі дистрибуції товарів споживчого призначення. Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення, 266.

34. Тімошкін Д. М. Удосконалення управління маркетинговими комунікаціями торговельного підприємства зі споживачами : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 073 "Менеджмент" / наук. керівник Н. М. Гуржій. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 60 с.

35. Трут О. О. Ефективність операційної діяльності роздрібного торговельного підприємства та методологія її вимірювання [Електронний ресурс] / О. О. Трут, І. П. Миколайчук // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2018. – № 3. – С. 26-32. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2018_3_5

36. Фоштер, І. І. (2023). Функціонування торговельного підприємництва в умовах воєнного стану в Україні. Організаційний комітет Голова оргкомітету, 551.
37. Шалева, О. І., & Серeda, І. С. (2023). Можливості диверсифікації діяльності роздрібного торговельного підприємства шляхом створення інтернет-магазину. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», (3 (109)), 59-68.
38. Шевчун, М. Б., & Безус, А. М. (2023). Особливості інноваційного розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Рекомендовано вченою радою навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту, 20.
39. Шиндировський, І. М. (2022). Торговельне підприємництво та особливості його сучасного стану. Вісник ЛТЕУ. Економічні науки, (70), 76-82.
40. Medvedieva K. 2024. Global drivers of retail trade. Foreign trade: economics, finance, law. 136, 5 (Oct. 2024), 50–67. DOI:[https://doi.org/10.31617/3.2024\(136\)04](https://doi.org/10.31617/3.2024(136)04).