

**10. Васильців Т. Г.** Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення: монографія. Львів: Вид-во «Арал», 2008. 386 с.

## REFERENCES

Arefieva, O. V. "Naukovi osnovy formuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv" [The scientific basis of formation of economic security of enterprises]. *Nederzhavna systema bezpeky pidpriemstva yak subiekt natsionalnoi bezpeky Ukrainy*. Kyiv: Vyd-vo Yevropeiskoho un-tu finansiv, informatsiinykh system, menedzhmentu i biznesu, 2003.49-53.

Fomina, M. V. *Problemy ekonomichnoho bezpechnoho rozvytku pidpriemstv: teoriia i praktyka* [Economic problems of safe development of enterprises: theory and practice]. Donetsk: DonDUET, 2005.

Heiets, V. M. et al. *Modeliuvannia ekonomichnoi bezpeky: derzhava, rehion, pidpriemstvo* [Simulation of economic security: state, region, enterprise]. Kharkiv: INZhEK, 2006.

Klebanova, T. S., and Sergiyenko, E. A. "Modeli otsenki, analiza i prognozovaniya ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya" [Model evaluation, analysis and forecasting of economic security]. *Biznes Inform*, no. 8 (2006): 65-72.

Lopatovskiy, V. H. "Analiz zovnishnyoho seredovyscha pidpriemstva: kharakterni rysy ta perspektyvy provedennia" [The analysis of the external environment of the enterprise: the characteristics and prospects for the]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 2 (2015): 179-184.

Orlovska, Yu. V., Fisunenکو, P. A., and Levchenko, V. F. "Analiz stanu budivelnnykh pidpriemstv u konteksti doslidzhennia yikh ekonomichnoi bezpeky" [Analysis of the construction enterprises in the context of studies of their economic security]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky*, no. 1 (2013): 251-255.

Polovinkin, P. "Povysheniye konkurentosposobnosti APK" [Improving the competitiveness of agribusiness]. *Ekonomist*, no. 10 (2005): 73-80.

Radionov, O. V., and Cherkasov, A. V. *Formuvannia ta rozvytok ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva* [The formation and development of economic security of enterprise]. Luhansk: Yantar, 2011.

Utkin, E. A. *Finansovoye upravleniye* [Financial management of the]. Moscow, 2001.

Vasylytsiv, T. H. *Ekonomichna bezpeka pidpriemnytstva Ukrainy: stratehiia ta mekhanizm zmitsnennia* [Economic security of enterprise: strategy and mechanism for strengthening]. Lviv: Aral, 2008.

УДК 339.176(477.41)

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

© 2016 БЕГЛАРАШВІЛІ О. П., КУЛІК А. В.

УДК 339.176(477.41)

### Бегларашвілі О. П., Кулік А. В. Тенденції розвитку оптової торгівлі в Київській області

У статті досліджено регіональні аспекти і тенденції у сфері оптової торгівлі підприємств Київської області. Наведено динаміку оптових торгових показників в Україні та Київській області за товарними групами, наявністю складських приміщень, середнім розміром складського простору. Перспективою подальших досліджень у цій сфері є розробка стратегії раціональної організації оптової торгівлі, яка повинна допомогти зменшити регіональну асиметрію в рівнях територіальної організації оптової торгівлі.

**Ключові слова:** оптова торгівля, зберігання, обіг оптової торгівлі.

**Табл.:** 5. **Бібл.:** 13.

**Бегларашвілі Оксана Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри торговельного підприємництва, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Кулік Анна Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри торговельного підприємництва, Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** kylik\_anna@ukr.net

УДК 339.176(477.41)

### Бегларашвили О. П., Кулик А. В. Тенденции развития оптовой торговли в Киевской области

В статье исследованы региональные аспекты и тенденции в сфере оптовой торговли предприятий Киевской области. Приведена динамика оптовых торговых показателей в Украине и Киевской области по товарным группам, наличием складских помещений, среднему размеру складского пространства. Перспективой дальнейших исследований в этой сфере является разработка стратегии рациональной организации оптовой торговли, которая должна помочь уменьшить региональную асимметрию в уровнях территориальной организации оптовой торговли.

**Ключевые слова:** оптовая торговля, хранение, оборот оптовой торговли.

**Табл.:** 5. **Библ.:** 13.

**Бегларашвили Оксана Петровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового предпринимательства, Киевский национальный торгово-экономический университет (ул. Киото, 19, Киев, 02156, Украина)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Кулик Анна Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры торгового предпринимательства, Киевский национальный торгово-экономический университет (ул. Киото, 19, Киев, 02156, Украина)

**E-mail:** kylik\_anna@ukr.net

UDC 339.176(477.41)

### Beglarashvili O. P., Kulik A. V. The Development Trends of Wholesale Trade in the Kyiv Region

The article examines the regional aspects and trends in the sphere of wholesale trade as to the enterprises of Kyiv region. The article provides the dynamics of indicators of wholesale trade both in Ukraine and in Kyiv region by groups of commodities, warehouses, the average size of warehouse space. Prospect for further research in this area will be development of a strategy for the rational organization of wholesale trade, which should help to reduce regional asymmetries in the levels of territorial organization of wholesale trade.

**Keywords:** wholesale trade, storage, turnover of wholesale trade.

**Tabl.:** 5. **Bibl.:** 13.

**Beglarashvili Oksana P.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Trade Business, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** puente@meta.ua

**Kulik Anna V.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Trade Business, Kyiv National University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** kylik\_anna@ukr.net

Сьогодні економічна система України все ще, на жаль, знаходиться на стадії формування. Особливе місце у прискоренні цього процесу займає оптова торгівля, яка забезпечує необхідний міжгалузевий обмін і є запорукою збалансованості внутрішнього ринку.

Однак матеріально-технічний стан, структура та кадровий склад оптової торгівлі не задовольняють вимог роздрібною торгівлі та виробництва повною мірою, оскільки були зруйновані як організаційна структура і система управління, так і економічний механізм її функціонування.

Сучасна система формування товаропостачання вимагає від оптової торгівлі прийняття на себе функцій організатора товарообороту із використанням маркетингових і логістичних підходів з метою забезпечення безперебійного функціонування ринку споживання.

Значимість проблеми обумовила глибину та різноманітність наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів. У різний час окремі групи організаційно-економічних відносин у сфері оптового посередництва були предметом досліджень українських і російських дослідників: О. Азарян, В. Алопія, А. Альбекова, Г. Антонова, М. Балабан, Л. Балабанової, Г. Богославець, Н. Голошубової, Н. Ільченко, В. Ландика, А. Мазаракі, Л. Омелянович, О. Пустовойт, Н. Тршкіної, В. Торопкова, О. Трубей, М. Туган-Барановського та ін.

Дослідженням проблем розвитку підприємств оптової торгівлі займаються вітчизняні науковці, а саме: Н. Ільченко досліджує шляхи оптимізації на підприємствах оптової торгівлі [4], Г. Богославець [1] вивчає проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України, Н. Тршкіна [13] та О. Трубей [12] працюють над вивченням інноваційних підходів розвитку оптової торгівлі України. Однак залишається низка проблем розвитку підприємств оптової ланки на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

Метою статті є дослідження регіональних аспектів і тенденцій розвитку підприємств оптової торгівлі Київської області.

Функціонування оптової ланки на тлі зростаючого в масштабі зменшення чисельності населення України у 2010–2013 рр. (має природний характер) та у 2014 р. (окупація територій України та відсутність доступу до інформації) характеризується тим, що показник прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу в Україні дещо підвищився – на 9,3%. Однак змін у кількості

населення Київської області за цей період не відбулося, тому можна спостерігати незначне зростання обсягу прямих іноземних інвестицій у розрахунку на одну особу з 940 дол. США у 2010 р. до 960 дол. США у 2014 р., що становить 2,2% товарно-грошового обміну між сферами виробництва та споживання, між окремими галузями економіки, між регіонами України та з іншими країнами, забезпечуючи необхідні темпи і пропорції відтворювального процесу та збалансування [5, с. 132]. Проте розвиток підприємств будь-якої галузі, зокрема оптової торгівлі, вимагає значних обсягів капіталовкладень вітчизняних або іноземних інвесторів.

Обсяги прямих іноземних інвестицій в регіонах України, зокрема в Київській області, протягом 2010–2014 рр. демонструє *табл. 1*.

Дані *табл. 1* свідчать про незначне зростання прямих іноземних інвестицій в Україні. Так, якщо у 2010 р. вони становили 44806 млн дол. США, то у 2014 р. – 45916 млн дол. США, тобто зростання відбулося лише на 2,5%.

Аналогічна ситуація склалася і в Київській області. Прямі іноземні інвестиції у 2010 р. склали 1611,1 млн дол. США і зросли за аналізований період на 2,7%, що відповідає 1653,8 млн дол. США у 2014 р.

Одним із найважливіших показників, що характеризує розвиток оптових підприємств, є показник оптового товарообороту та його структури.

У *табл. 2* наведено дані про оптовий товарооборот в Україні та Київській області за товарними групами у 2010–2014 рр.

Аналізуючи показники *табл. 2*, можна стверджувати про складну та досить непрогнозовану ситуацію в оптовій торгівлі України. Так, у цілому по Україні можна спостерігати зниження обсягу оптового товарообороту з 993659,8 млн грн у 2010 р. до 97957 млн грн у 2014 р., що становить 0,6%. Разом із тим, до окупації територій України зростання оптового товарообороту протягом 2010–2013 рр. становило лише 6,4%. Питома вага продажу товарів в Україні, що вироблені в на території України, протягом аналізованого періоду знизилася на 18%.

У Київській області обсяг оптового товарообороту зріс із 43988,9 млн грн у 2010 р. до 65785,1 млн грн у 2014 р., що становить 49,5%. Проте варто брати до уваги значне зростання індексу цін на споживчі товари та товари виробничого призначення протягом 2013–2014 рр. Протягом аналізованого періоду збільшилися обсяги продажу продовольчих товарів на 32,8% і непродоволь-

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в регіонах України у 2010–2014 рр. [11, с. 240]

Прямі іноземні інвестиції, млн дол. США	Рік					
	2010	2011	2012	2013	2014	2014 р. до 2010 р., %
Україна	44806,0	50333,9	55296,8	57056,4	45916,0	102,5
Київська область	1611,1	1751,7	1835,2	1988,5	1653,8	102,7
<b>Прямі іноземні інвестиції у розрахунку на одну особу, дол. США</b>						
Україна	980,6	1105,6	1217,6	1327,8	1072,0	109,3
Київська область	940,0	1022,7	1070,1	1157,4	960,6	102,2

Оптовий товарооборот в Україні та Київській області за товарними групами у 2010–2014 рр.  
[2; 7, с. 18–23, 33, 35, 43, 44; 10, с. 13–14]

Оптовий товарооборот, млн грн	Рік					
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р., %
Україна, у т. ч.	993695,8	1107289,4	1093290,8	1057767,9	987957	99,4
продовольчі товари	193848,5	194516,0	215169	199674,1	194669,3	100,4
непродовольчі товари	799847,3	912773,4	878121,8	875079,1	793287,7	99,2
Питома вага продажу товарів в Україні, що вироблені на території України, %	66,5	63,9	58,9	54,3	48,5	-18
продовольчі товари	75,1	75,5	73,7	71,7	71,4	-3,7
непродовольчі товари	64,4	61,4	55,3	50,3	42,9	-21,5
Київська область, у т. ч.	43988,9	50540,8	61127	61511,4	65785,1	149,5
продовольчі товари	12363,3	13920,6	16284,6	13082,4	16423,2	132,8
непродовольчі товари	31627,1	36620,2	44842,4	48429	49361,9	156,1
Питома вага продажу товарів у Київській обл., що вироблені на території України, %	51,7	44,3	40,5	32,1	29,9	-21,8
продовольчі товари	82,4	79,9	76,2	58,3	57,8	-24,6
непродовольчі товари	39,7	30,7	27,5	25,1	20,6	-19,1

чих товарів – на 56,1%. Це зрозумілий факт – через міграційні процеси із зони АТО та біженців із-за кордону.

При тому питома вага продажу товарів у Київській області, що вироблені на території України, знизилася з 51,7% у 2010 р. до 29,9% у 2014 р., тобто, на 21,8%. Так, питома вага продажу продовольчих товарів у Київській області, що вироблені на території України, протягом 2010–2014 рр. впала майже на чверть, непродовольчих товарів – на 19,1%.

Однією з важливіших характеристик розвитку суб'єктів оптової торгівлі є наявність та оцінка їх матеріально-технічного потенціалу. Базою такого дослідження є показники, що характеризують наявність та забезпеченість цих суб'єктів господарювання складською площею [12, с. 207].

Забезпеченість складською площею в Україні та Київській області у 2010–2014 рр. характеризують показники *табл. 3*.

Наявна складська площа в Україні протягом 2010–2014 рр. зменшилася майже на 60%, а забезпеченість складською площею на 10 000 осіб знизилася з 2729 м<sup>2</sup> у 2010 р. до 1157,5 м<sup>2</sup> у 2014 р., тобто, на 57,6%.

Аналогічні показники мають тенденцію зменшення і в Київській області.

Так, наявна складська площа у 2010 р. становила 323 тис. м<sup>2</sup>, а у 2014 р. знизилася до 274 тис. м<sup>2</sup>, тобто, на 15,2%. Забезпеченість складською площею на 10 000 осіб у Київській області протягом періоду дослідження знизилася на 15,7%.

Важливим елементом у сфері діяльності оптових підприємств є склад, що припиняє бути простою «металевою конструкцією» для збереження товару, а стає основою логістичного процесу і найважливішим елементом логістичної системи. За оцінками фахівців, український ринок сьогодні має гостру потребу в складських приміщеннях: у той час, як щорічно обсяг їхніх площ стабільно збільшується на 20–22%, попит зростає куди швидше –

Таблиця 3

Забезпеченість складською площею в Україні та Київській області у 2010–2014 рр.  
[3, с. 11, 14; 7, с. 79; 8, с. 26; 9, с. 26; 10, с. 26]

Показник	Рік					
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р., %
Складська площа в Україні, тис. м <sup>2</sup>	12493	11588	10837	9278	4969	39,8
Забезпеченість складською площею, м <sup>2</sup> на 10 000 осіб	2729,0	2539,4	2379,0	2042,4	1157,5	42,4
Складська площа в Київській обл., тис. м <sup>2</sup>	323	393	387	341	274	84,8
Забезпеченість складською площею, м <sup>2</sup> на 10 000 осіб	1880,5	2285,5	2247,3	1976,3	1584,5	84,3

на 30–35%. Зараз, за даними ряду операторів ринку, цей попит залишається незадоволеним на 40% [13, с. 115].

Показники середнього розміру складської площі та щільності розміщення складів в Україні та Київській області у 2012–2014 рр. містяться в *табл. 4*.

В Україні протягом 2012–2014 рр. кількість складів та щільність їх розміщення зменшилась удвічі, середній розмір складської площі зменшився на 11,9%.

У Київській області протягом 2012–2014 рр. кількість складів та щільність їх розміщення зменшилася на 30,1%, а середній розмір складської площі зріс на 1,4%.

У всьому світі в сегменті продуктів споживання збільшується частка заморожених продуктів та напівфабрикатів. Виробництво, транспортування та зберігання такої продукції має особливі вимоги до температури, вологості, санітарних вимог. В умовах підприємства-виробника обов'язковим є використання низькотемпературних складів, де здійснюється зберігання як готової продукції, так і сировини [6].

В Україні можна спостерігати зворотну ситуацію, адже кількість складів-холодильників значно скоротилася, про що свідчать показники *табл. 5*.

Проаналізувавши показники *табл. 5*, можна стверджувати про критичний стан щодо наявності складів-холодильників в Україні – скорочення їх кількості протягом 2010–2014 рр. становить 45,5%. У Київській області за цей період кількість складів-холодильників знизилася до 13 одиниць, що відповідає 85,6%.

Н. Ільченко вважає, що державну політику у сфері оптової торгівлі необхідно спрямувати на обмеження доступу на ринок оптово-посередницьких послуг суб'єктів підприємницької діяльності, які не мають достатніх фінансових і матеріальних ресурсів для обслуговування товароруку споживчих товарів у межах регіону чи країни в цілому, тобто відібрати фінансово спроможних суб'єктів підприємницької діяльності. Підприємства, які мають намір надавати оптово-посередницькі послуги відповідно до спеціалізації, повинні мати належним чином обладнане складське господарство, транспортні засоби, обігові кошти, кадровий потенціал та інше [4, с. 172].

На думку вітчизняних науковців Г. Богословець та О. Трубей, розвиток функціонування оптових торговельних підприємств стримується:

- ✦ відсутністю чіткої стратегії функціонування на ринку;
- ✦ недостатністю фінансових ресурсів;
- ✦ неприйнятною системою кредитування продажу;
- ✦ обмеженістю складських приміщень та складської обробки товарів;
- ✦ низькою спеціалізацією (за товарним асортиментом, функціональним спрямуванням, за набором послуг);
- ✦ недостатнім рівнем відповідності послуг оптових торговельних посередників вимогам основних клієнтів;
- ✦ недостатнім рівнем інформаційного забезпечення клієнтів ринку;
- ✦ слабкою участю у формуванні іміджу вітчизняних товаровиробників на ринку [1, с. 31].

## ВИСНОВКИ

Таким чином, можна зробити висновок, що обсяги прямих іноземних інвестицій в Україні протягом 2010–

Таблиця 4

Середній розмір складської площі та щільність розміщення складів в Україні та Київській області у 2012–2014 рр. [7, с. 79; 8, с. 26; 9, с. 26; 10, с. 26; 3, с. 11, 14]

Показник	Рік			
	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2012 р., %
Кількість складів в Україні, од.	4326	3408	2252	52,1
Середній розмір складської площі на 1 склад, м <sup>2</sup>	2505	2722	2206	88,1
Щільність розміщення складів, од. на 100 км <sup>2</sup>	0,7	0,6	0,4	52,1
Кількість складів в Київській обл., од.	219,0	172,0	153,0	69,9
Середній розмір складської площі на 1 склад, м <sup>2</sup>	1767,0	1983,0	1791,0	101,4
Щільність розміщення складів, од. на 100 км <sup>2</sup>	0,8	0,6	0,5	69,9

Таблиця 5

Кількість складів-холодильників на підприємствах оптової торгівлі (7, с. 80; 8, с. 27; 9, с. 27; 10, с. 27)

Показник	Рік					
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2014 р. до 2010 р., %
Україна, од.	1310	1301	1176	999	714	54,5
% до підсумку	100	100	100	100	100	100
Київська область, од.	90	75	51	33	13	14,4
% до підсумку	6,9	5,8	4,3	3,3	1,8	–



2014 рр. виявили тенденцію до дуже незначного зростання 2,5%, зокрема в Київській області вони зросли за аналізований період на 2,7%.

У цілому по Україні протягом аналізованого періоду можна спостерігати зниження обсягу оптового товарообороту на 0,6%, також знизилась питома вага продажу товарів, що вироблені на території України, – на 18%.

У Київській області обсяг оптового товарообороту зріс на 49,5%. Проте варто брати до уваги значне зростання індексу цін на споживчі товари та міграційні процеси із зони АТО та біженців із-за кордону.

Мережа оптових підприємств Київської області у 2010–2014 рр. мала певні структурні зрушення, як і по Україні в цілому. Так, можна стверджувати про зменшення наявної складської площі в Україні майже на 60%, а забезпеченість складською площею на 10 000 осіб знизилась на 57,6%. Аналогічні показники мають тенденцію зменшення і в Київській області.

Якщо в Україні кількість складів та щільність їх розміщення зменшилась удвічі, то у Київській області хоча кількість складів та щільність їх розміщення зменшилась на 30,1%, однак середній розмір складської площі зріс на 1,4%. Отже, спостерігається тенденція до незначного укрупнення складів.

Як і в усьому світі, в Україні в сегменті продуктів споживання збільшується частка заморожених продуктів та напівфабрикатів. Життєвий цикл таких товарів вимагає особливі умови товароруку та зберігання. В Україні можна спостерігати зворотну ситуацію, адже кількість складів-холодильників значно скоротилась протягом 2010–2014 рр. і становить 45,5%. У Київській області кількість складів-холодильників знизилась до 13 одиниць, що відповідає скороченню на 85,6%. Отже, можна стверджувати про критичний стан щодо наявності складів-холодильників в Україні.

Таким чином, проведений аналіз регіональних аспектів і тенденцій розвитку підприємств оптової торгівлі Київської області протягом 2010–2014 рр. показав незначне зростання прямих іноземних інвестицій на фоні зростання обсягів товарообороту, зменшення кількості складів і складів-холодильників та незначного укрупнення працюючих складів оптових підприємств. ■

## ЛІТЕРАТУРА

**1. Богославец Г. М., Трубей О. М.** Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Економічні науки. 2014. Вип. 5, ч. 2. С. 28–32.

**2.** Структура оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі Київської області/Головне управління статистики в Київській області. URL: <http://kievobl.ukrstat.gov.ua/content/p.php3?c=706&lang=1>

**3.** Демографічний щорічник «Населення України за 2014 рік». Київ: Державна служба статистики України, 2015. 118 с.

**4. Ільченко Н. Б.** Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві оптової торгівлі. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Економічні науки. 2014. Вип. 6, ч. 2. С. 170–174.

**5. Ільченко Н. Б.** Тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні. *Вісник ОНУ ім. Мечнікова*. 2014. Т. 19. Вип. 2/3. С. 132–135.

**6. Русак А. Л.** Дослідження технологічних параметрів та критеріїв ефективності роботи низькотемпературних складів. *Науковий вісник Дніпровського університету*. 2014. № 11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdu\\_2014\\_11\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdu_2014_11_19)

**7.** Статистичний збірник «Оптова і біржова торгівля України». Київ: Державна служба статистики України, 2012. 97 с.

**8.** Статистичний бюлетень «Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2012 рік». Київ: Державна служба статистики України, 2013. 30 с.

**9.** Статистичний бюлетень «Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2013 рік». Київ: Державна служба статистики України, 2014. 30 с.

**10.** Статистичний бюлетень «Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2014 рік». Київ: Державна служба статистики України, 2015. 30 с.

**11.** Статистичний щорічник України за 2014 рік. Київ: Державна служба статистики України, 2015. 586 с.

**12. Трубей О. М.** Інноваційний розвиток підприємств оптової торгівлі. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2014. Вип. 1 (10), ч. 2. С. 200–210.

**13. Трішкіна Н. І.** Інноваційні підходи розвитку оптової торгівлі України. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету*. 2014. Вип. 27. С. 411–416.

## REFERENCES

Bohoslavets, H. M., and Trubei, O. M. "Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv optovoi torhivli Ukrainy" [Problems and prospects of development of the enterprises of wholesale trade of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. Vol. 2, no. 5 (2014): 28-32.

Ichenko, N. B. "Optimizatsiia biznes-protsesiv na pidpriemstvi optovoi torhivli" [Optimization of business processes at the enterprise of wholesale trade]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky* vol. 2, no. 6 (2014): 170-174.

Ichenko, N. B. "Tendentsii rozvytku pidpriemstv optovoi torhivli v Ukraini" [Tendencies of development of the enterprises of wholesale trade in Ukraine]. *Visnyk ONU im. Mechnikova*. Vol. 19, no. 2/3 (2014): 132-135.

*Naseleniia Ukrainy za 2014 rik* [The population of Ukraine for 2014]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2015.

*Optova i birzhova torhivlia Ukrainy* [Wholesale and exchange trade of Ukraine]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012.

*Prodazh i zapasy tovariv (produksii) v optovii torhivli za 2012 rik* [Sale and stocks of goods (products) in wholesale trade for the year 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

*Prodazh i zapasy tovariv (produksii) v optovii torhivli za 2013 rik* [Sale and stocks of goods (products) in wholesale trade in 2013]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2014.

*Prodazh i zapasy tovariv (produksii) v optovii torhivli za 2014 rik* [Sale and stocks of goods (products) in wholesale trade for the year 2014]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2015.

Rusak, A. L. "Doslidzhennia tekhnolohichnykh parametriv ta kryteriiv efektyvnosti roboty nyzkotemperaturnykh skladiv" [Research of technological parameters and criteria for the effectiveness of low-temperature warehouses]. *Naukovyi visnyk Dalivskoho universytetu*. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdu\\_2014\\_11\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdu_2014_11_19)

"Struktura optovoho tovarooborotu pidpriemstv optovoi torhivli Kyivskoi oblasti" [The structure of the wholesale turnover of enterprises of wholesale trade in Kyiv region]. *Holovne upravlinnia statystyky v Kyivskii oblasti*. <http://kievobl.ukrstat.gov.ua/content/p.php3?c=706&lang=1>

Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2014 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2014]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2015.

Trubei, O. M. "Innovatsiinyi rozvytok pidpriemstv optovoi torhivli" [Innovative development of the enterprises of wholesale

trade]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti*. Vol. 2, no. 1 (10) (2014): 200-210.

Trishkina, N. I. "Innovatsiinyi pidkhody rozvytku optovoi torhivli Ukrainy" [Innovative approaches for the development of wholesale trade of Ukraine]. *Naukovyi visnyk Bukovynskoho derzhavnogo finansovo-ekonomichnoho universytetu*, no. 27 (2014): 411-416.

УДК 640.43(477.54)

## СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА м. ХАРКОВА ТА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

© 2016 МИХАЙЛОВА М. В.

УДК 640.43(477.54)

### Михайлова М. В. Сегментація ринку послуг ресторанного господарства м. Харкова та Харківської області

Ураховуючи необхідність дотримання принципу спрямованості на споживачів, у статті аргументовано доцільність дослідження їх поведінки та визначення цільових сегментів у процесі маркетингового планування. За результатами проведеного опитування населення Харківської області здійснено сегментування споживачів ресторанних послуг на основі поведінкових, демографічних та соціально-економічних ознак. З використанням двофакторного підходу до сегментації виділено такі сегменти клієнтів ресторанних послуг: «Товариські», «Службовці», «Шанувальники традицій», «Романтики», «Сімейні», «Ділові». Доведено необхідність планування маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства на основі орієнтації на обраний сегмент ринку з використанням оптимальних інструментів впливу на клієнтів цільового сегмента.

**Ключові слова:** маркетинг, ресторанне господарство, послуга ресторанного господарства, сегментування.

**Табл.:** 5. **Бібл.:** 8.

**Михайлова Марія Володимирівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)

**E-mail:** Marija3103@rambler.ru

УДК 640.43(477.54)

### Михайлова М. В. Сегментация рынка услуг ресторанного хозяйства г. Харькова и Харьковской области

Учитывая необходимость соблюдения принципа направленности на потребителей, в статье аргументирована целесообразность изучения их поведения и определения целевых сегментов в процессе маркетингового планирования. По результатам проведенного опроса населения Харьковской области проведено сегментирование потребителей рынка ресторанных услуг на основе поведенческих, демографических и социально-экономических признаков. С помощью двухфакторного подхода к сегментации выделены следующие сегменты клиентов рынка ресторанной услуги: «Товарищеские», «Служащие», «Сторонники традиций», «Романтики», «Семейные», «Деловые». Обоснована необходимость планирования маркетинговой деятельности предприятий ресторанного хозяйства на основе ориентации на выбранный сегмент рынка с использованием оптимальных инструментов влияния на клиентов целевого сегмента.

**Ключевые слова:** маркетинг, общественное питание, услуга ресторанного хозяйства, сегментирование.

**Табл.:** 5. **Библ.:** 8.

**Михайлова Мария Владимировна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и коммерческой деятельности, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

**E-mail:** Marija3103@rambler.ru

UDC 640.43(477.54)

### Mykhailova M. V. Segmentation of the Market of Services of Restaurant Industry of Kharkiv and Kharkiv Region

Bearing in mind the need to observe the principle of consumer-orientedness, the article provides arguments as to feasibility of studying their behavior and determining target segments in the process of marketing planning. According to results of the conducted survey of the population of Kharkiv region, a segmentation of consumers of the market of restaurant services has been carried out on the basis of behavioral, demographic and socio-economic characteristics. Using the two-factor approach to segmentation, the following segments of the customers of the market of restaurant services have been allocated: «Friends», «Employees», «Followers of traditions», «Sentimentalists», «Family», «Business». The necessity of planning marketing activities of enterprises of public catering based on targeting towards the selected market segment, making use of the optimal tools of influence on customer of the target segment, has been substantiated.

**Keywords:** marketing, public catering, service of restaurant management, segmentation.

**Tabl.:** 5. **Bibl.:** 8.

**Mykhailova Mariia V.** – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of marketing and business, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (333 Klochkivska Str., Kharkiv, 61051, Ukraine)

**E-mail:** Marija3103@rambler.ru

Діяльність закладів ресторанного господарства все більше ускладнюється внаслідок негативних тенденцій у маркетинговому середовищі. У країні відбувається поглиблення фінансово-економічної кризи, посилюється нестабільність політичної ситуації, знижується купівельна спроможність населення, а також загострюється конкурентна боротьба у сфері ресторанного бізнесу, унаслідок чого для стабільного розвитку закладів ресторанного господарства потрібні дієві та ефективні маркетингові інструменти. Саме тепер виникає гостра необхідність активізації марке-

тингової діяльності й використання його інструментів впливу на споживачів [7].

Важливі теоретичні та практичні здобутки в області розвитку концепції маркетингу належать провідним зарубіжним та вітчизняним ученим, серед яких В. А. Полтораки, Н. В. Карпенко, Л. В. Балабанова, Ф. Котлер, А. Ф. Павленко, В. Руделіус, А. В. Войчак, О. Ф. Оснач, Н. Ф. Воронов, О. П. Косенко, І. В. Лилик.

Метою статті є визначення сегментів ринку ресторанних послуг населення Харківської області та, за його результатами, здійснення сегментації споживачів