

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІОЛОГІЇ, ГЕОГРАФІЇ І ЕКОЛОГІЇ
КАФЕДРА ГЕОГРАФІЇ ТА ЕКОЛОГІЇ

ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ МІСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Кваліфікаційна робота (проект)

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 2 курсу 215-м групи

Спеціальності: 106 Географія

Фіногенова Анастасія Олександрівна

Керівник: к. геогр. н, доцент Саркісов А.Ю.

Рецензент: к. геогр. н, доцент Бесчасний С.П.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 Теоретико-методичні засади суспільно-географічного дослідження роздрібно́ї торгівлі міських територій.....	6
1.1 Сутність та визначення поняття місто. Місто як об'єкт дослідження.....	6
1.2 Поняття про роздрібну торгівлю.....	11
1.3 Фактори розвитку роздрібно́ї торгівлі міських територій.....	13
РОЗДІЛ 2 Аналіз розвитку системи роздрібно́ї торгівлі в м. Херсоні...	21
2.1. Економіко-географічна характеристика м. Херсона.....	21
2.2 Аналіз розвитку роздрібно́ї торгівлі м. Херсона.....	22
РОЗДІЛ 3 ГІС-технології та просторовий розвиток роздрібно́ї торгівлі міста.....	29
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37
ДОДАТКИ.....	43
Додаток А. Просторові моделі роздрібно́ї торгівлі.....	43
Додаток Б SWOT-аналіз розвитку роздрібно́ї торгівлі в м. Херсоні. .	45

ВСТУП

Сфера споживання є індикатором благополуччя населення. Споживчий ринок вирішує комплекс завдань, орієнтованих на найбільш повне задоволення попиту населення на споживчі товари і послуги в широкому асортименті, за доступними цінами і в межах територіальної доступності при гарантованій якості.

Споживчий ринок в місті Херсоні є одним із пріоритетних бюджетоутворюючих сфер економіки. Його розвиток дозволяє поповнювати міський бюджет, створювати нові робочі місця, розвивати соціальну інфраструктуру. Реалізація інвестиційних проєктів, поліпшення культури обслуговування, розширення асортименту товарів сприяють забезпеченню потреб не тільки Херсона, але і жителів довколишніх районів. За розміром обороту і кількості господарюючих суб'єктів провідною галуззю споживчого ринку міста є роздрібна торгівля.

У місті Херсоні створено необхідні умови для задоволення попиту населення на товари і послуги, забезпечення якості та безпеки їх надання, впроваджуються нові технології і устаткування, використовуються сучасні методи управління, створюються нові робочі місця.

Питання розвитку торгівлі на регіональному рівні та, зокрема, на міському рівнях є особливо актуальними, оскільки роздрібна торгівля виступає найважливішим елементом регіональної ринкової інфраструктури, без якої досягнення високої ефективності виробничих процесів неможливо.

Метою нашого дослідження є вивчення розвитку роздрібної торгівлі міських територій. Відповідно до мети роботи нами були сформульовані **завдання дослідження**:

- 1) проаналізувати літературні джерела, присвячені питанням розвитку системи роздрібної торгівлі міських територій;
- 2) проаналізувати особливості розвитку, методи та підходи до вивчення роздрібної торгівлі міських територій;
- 3) дослідити особливості розвитку роздрібної торгівлі м. Херсона;

Об'єкт роботи – система роздрібної торгівлі міських територій.

Предмет роботи – географічний аналіз розвитку роздрібної торгівлі міських територій.

Методи дослідження. Методологічною основою нашої роботи є сукупність методів і прийомів наукового пізнання, зокрема, методи аналізу та синтезу. Їх застосування спрямовується системним підходом, що дає можливість досліджувати проблеми просторово-часового розвитку системи роздрібної торгівлі. Окрім вищеназваного, в роботі було використано наступні методи: літературний (аналіз наукового доробку з проблеми дослідження); SWOT-аналіз розвитку роздрібної торгівлі, економіко-статистичні методи (збір та аналіз первинної статистичної інформації); соціологічний (проведення опитування серед населення м. Херсона).

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані в процесі розробки принципів розвитку системи роздрібної торгівлі в м. Херсоні, положення роботи також можуть бути використані в процесі викладання студентам-географам. В цілому, результати дослідження можуть стати основою для подальших наукових пошуків, що будуть пов'язані з вивченням соціально-економічного розвитку міських територій, просторовими аспектами розподілу закладів роздрібної торгівлі.

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження було опубліковано статтю у «Наукових записках Херсонського відділу Українського географічного товариства».

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (всього 44 найменування). Загальний обсяг роботи — 46 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ МІСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

1.1 Сутність та визначення поняття місто. Місто як об'єкт дослідження

Місто – соціокультурне середовище, що охоплює соціальний світ, матеріальні та духовні умови становлення, існування, розвитку та діяльності людей. Міське середовище – це і ландшафт, і люди, і способи їх взаємодії, і виробничі процеси, екологія, якість життя, рівень інформаційного обміну, особлива соціальна структура. Це середовище обумовлює формування відповідного соціально-психологічного типу особистості, наділеної раціональністю, мобільністю, готовністю до змін, умінням поєднувати власні інтереси з інтересами інших, здатністю долати труднощі середовища.

Місто являє собою просторове середовище, яке формується у процесі розвитку суспільства і є одним з вищих проявів цивілізації. Це – територія муніципального утворення, що виникла в результаті спільного використання населенням ресурсів для виробничої і будь-якої іншої господарської діяльності, спільного користування соціальною інфраструктурою та узгодженого регулювання суспільного життя [23].

Що стосується виділення категорій міст, то як у вітчизняній, так і в зарубіжній науковій літературі немає усталених підходів. Так, у ряді країн (Алжирі, Болгарії, Канаді, Польщі, США тощо) поселенню надається статус міста на законодавчому рівні. У латиноамериканських

країнах місто – це поняття не юридичне, а статистичне і частково – історичне [20].

Більшість науковців донині вважають головним критерієм визначення міста чисельність населення. Але в різних країнах неоднаково класифікують міста за цим критерієм (наприклад, у Колумбії містами вважають усі поселення з 1,5 тис. мешканців, на Мадагаскарі – 5 тис. чол., в Сенегалі – понад 10 тис. чол. У Бразилії, Єгипті, Монголії містом вважаються усі адміністративні одиниці незалежно від кількості мешканців.

Інколи цей показник поєднується з часткою населення, зайнятого несільськогосподарською діяльністю; з видом діяльності і його щільністю (в Індії мінімально має бути 5 тис. мешканців, щільність населення – не менше 1000 чол. На 1 кв. милю та як мінімум 75% дорослого чоловічого населення має бути зайнято поза сільським господарством); з комплексом ознак благоустрою – наявністю електро- і водопостачання відповідної кількості культурно-побутових установ (Індонезія, Чехія, Словаччина) [12, 14].

У більшості країни СНД при визначенні міста беруться до уваги такі критерії, як чисельність населення, переважний характер діяльності населення (частка робітників, службовців та членів їх сімей), адміністративно-культурний статус, перспектива промислового розвитку, благоустрій, мережа соціально-культурних закладів тощо.

Формування міст відбувалось під впливом цілого ряду факторів – історичних, соціально-економічних, містоутворюючих та ін. Міста виникли історично, що певним чином відображається на характері їх містоутворюючих і містообслуговуючих функцій, архітектурно-планувальному вигляді. У залежності від сучасної динаміки економічного розвитку міста можна розподілити на такі, що швидко, помірно, повільно розвиваються, знаходяться у стагнації або є зникаючими (вимираючими). Концентрація міського населення,

органічна єдність місцевості та людей, розподіл праці, наявність механізму колективного та корпоративного втілення громадських і приватних інтересів, розвинута соціальна інфраструктура – все це належить до соціально-економічних факторів. Крім того, не можна ігнорувати той факт, що міста зобов'язані своїм існуванням певній функціональній спеціалізації. Виділяють міста з промисловою, промислово-транспортною функціонально спрямованістю (перший тип) та мономіста з відносно розвиненими промисловими функціями (галузі харчової промисловості, виробництва будматеріалів, іноді машинобудування) і такі, що зорієнтовані на соціально-культурне обслуговування (рекреаційні) (другий тип). Крім того, за ступенем розвиненості функціональної структури всі існуючі міста поділяються на поліфункціональні та монофункціональні. До першої групи відносяться всі великі міста і більшість середніх міських населених пунктів. У них розташовані підприємства різних галузей промисловості та видів діяльності, причому виділити одну сферу, що визначає спеціалізацію міста в територіальному поділі праці, неможливо. Монофункціональні забезпечують реалізацію однієї функції (це переважно малі міста), тому в таких поселеннях спеціалізована функція виявляється чітко [17. 30].

Сьогодні в Україні нараховується 453 міста, в яких проживає 35,; млн. чол. – 75,3% усього населення країни. З них 404, або 89% – міста з чисельністю населення до 100 тис. чол.

Місто – це внутрішньо диференційована підсистема суспільства, формування якої відбулося в процесі суспільного територіального розподілу праці. Для міста характерна поліструктурність, яка представлена особливою єдністю природно-екологічних умов, домінуючим над ними високорозвиненим матеріально-економічним середовищем, концентрованого типу соціально-просторової організації людей. Місто характеризується різноманітністю трудової і

невиробничої діяльності населення, специфікою його соціального складу і способу життя. Місто органічно взаємопов'язане з селом як парний елемент соціально-територіальної цілісності суспільства.

Особливу увагу науковців привертає столичне місто, адже столиця є суспільним феноменом, який охоплює політичні, адміністративні, фінансові, владні, культурні, історичні, мовні, етнічні, соціальні складові; центр у системі адміністративно-владних та політичних зв'язків. Столичне життя за моделями поведінки своїх мешканців випереджає на декілька років інші міста країни. Саме вивчення нових тенденцій, які виявляються у столиці, дає змогу певною мірою прогнозувати розвиток соціально-економічних та політичних процесів у суспільстві загалом.

Місту властиві такі специфічні риси [29, 31]: концентрація великої кількості людей, висока щільність населення на обмеженій території; зосередженість промисловості, науки, мистецтва, інформації; провідна роль у соціальному прогресі; високий ступінь інтеграції багатогранних видів людської діяльності внаслідок концентрації різноманітних галузей суспільного виробництва; зосередженість основних соціальних груп і верств населення.

Специфіка міста визначає його найважливіші соціальні функції:

- господарсько-економічна – організація механізму виробництва на підставі функціонування різних галузей промисловості;
- соціальна – втілена у діяльності соціальної сфери, яка охоплює послуги торгівлі, побутового обслуговування, транспорту, зв'язку, житлового будівництва, соціального забезпечення, медичного обслуговування тощо;
- культурно-освітня – реалізується через надання людині вищої, середньої спеціальної освіти через створення дозвільної та рекреаційної інфраструктури;

– управлінсько-адміністративна – здійснюється шляхом продовження адміністративної влади різними державними та соціальними органами.

На основі містоутворюючих та містообслуговуючих функцій виділяють такі функціональні групи міст: багатофункціональні столичні міста; багатофункціональні міста обласних центрів; міста - індустріальні центри; місцеві організуючі та обслуговуючі центри навколишніх територій; транспортні міста; міста – оздоровчі центри; міста з переважаючим значенням науково-експериментальних функцій.

За кількістю їх мешканців виділяють такі типи міст [29, 31]:

- найбільші (понад 1 млн. жителів);
- дуже великі (від 500 тис. до 1 млн.);
- великі (250-500 тис);
- середні (100-250 тис);
- невеликі (50-100 тис);
- малі (20-50 тис);
- найменші (до 20 тис. жителів);
- міські селища.

Загалом існує чотири основні теорії просторового зростання міст [28, 37]:

1. Теорія централізації. Згідно з нею місто має великий торговий, промисловий і адміністративний центр, який повсякчас зростає.

2. Теорія секторів. Передбачає розширення міських територій вздовж транспортних магістралей та вже збудованих районів.

3. Теорія полінуклеарності. Згідно з нею місто повинно мати декілька великих центрів: промисловий, адміністративний, торговий, науковий тощо.

4. Теорія концентричних зон. Її прихильники вважають, що просторове зростання міста повинно нагадувати концентричні кола: від центрального «ділового» району, немов хвилі, відходять змішана зона,

робітничий район, житлова зона середнього класу, привілейована зона, сільськогосподарські райони поблизу міста.

Для східноєвропейських великих міст характерна архітектурна однорідність їхніх міських районів, в порівнянні з західноєвропейськими містами; темпи зростання їх нижчі, ніж західних; міське планування є більш розвинутим, оскільки на Заході структура міста сформувалася під впливом приватного землеволодіння, бізнесу та ринку приватного житла [41].

Міграція у східноєвропейських містах нижча, ніж у західних; житло перенаселене (у 2-3-кімнатній квартирі мешкає родина, ще існують комунальні квартири). Промислові підприємства, культурні, торговельні центри у східноєвропейських містах розташовані рівномірно по районах, на Заході вони чіткіше розмежовані. Загалом, устрій великого міста залежить і від особливостей суспільства, у якому вони існують.

Отже, під містом слід розуміти населений пункт, значний за розмірами, чисельністю та щільністю населення, зайнятого переважно у неаграрних сферах діяльності. Дане поселення виконує, як правило, промислові, наукові, транспортні, рекреаційні, культурні й адміністративно-господарські функції, відзначається концентрацією виробництва, компактністю переважно багатопверхової забудови і певним рівнем архітектурно-художнього оформлення та інженерно-технічного устаткування [42].

1.2 Поняття про роздрібну торгівлю

Торгівля являє собою економічну діяльність, пов'язану із здійсненням операцій купівлі-продажу між економічними агентами і включає обслуговування, доставку, передпродажну підготовку і зберігання [1].

Торгівля поділяється на дві великі області – оптову і роздрібну. Саме показники обороту оптової та обороту роздрібною торгівлі є ключовими в будь-якому дослідженні сфери торгівлі.

Оборот роздрібною торгівлі виступає як критерій рівня життя населення і збільшення в його структурі частки продовольчих товарів говорить про зниження їх грошових доходів, в результаті чого змінюється споживча модель поведінки населення в бік скорочення витрат на придбання дорогих товарів і економії на продуктах харчування.

В якості важливого показника розвитку роздрібною торгівлі виступає також кількість об'єктів різних форматів, як сучасних, так і в сегменті традиційної (крамничної) торгівлі.

У науковій літературі досить багато уваги приділено проблемам регіональних ринків споживчих товарів і торгівлі. Зокрема, Н.П. Пасешнік [1, 2], М.М. Терещенко [3], Т.Н. Черемисина [4], А.В. Лавренов [5] і багато інших вчених розробили методики оцінки споживчих ринків, що дозволяють виділяти особливості їх розвитку та напрями регулювання з метою більш повного задоволення потреб у товарах. У роботах цих авторів часто відзначається, що «під впливом науково-технічного прогресу, укрупнення агломерацій, інтернаціоналізації торгової і фінансової систем, злиття функцій роздрібною та оптовою торгівлі спостерігається певна реструктуризація ієрархії ринкових зон і ринкових центрів» [5].

Концепція просторової організації регіонального ринку споживчих товарів як економічної системи, включеної в простір регіону, поки не отримала широкого розвитку, що багато в чому пов'язано з невисоким інтересом до неї за часів планової економіки. Безпосередньо на просторової організації роздрібною ринку свої дослідження сконцентрували кількох вчених пострадянського простору

П.О. Кобилін [18]В.В. Перехрест [6], А.Р. Файзлієв [7], Р.Д. Могильов [8].

За кордоном дослідження просторової організації ринку споживчих товарів досить активно проводилися з початку минулого століття. З моменту появи теорій ринкових потенціалів і центральних місць відомі численні дослідження, спрямовані на визначення закономірностей формування торгових потоків і обґрунтування оптимальних схем розміщення торгових підприємств. Серед останніх можна виділити роботу М. Дж. Бургера, Е. Дж. Майєрза і Ф.Г. Орта, в якій досліджується взаємозв'язок між регіональною просторовою структурою міських агломерацій (моноцентричність-скупченість (moncentric centralized), поліцентричності-скупченість (policeentric centralized), моноцентричність-розкид (moncentric dispersied) і поліцентричності-розкид (policeentric dispersied)) і кількістю, якістю торговельних послуг в них [9], і роботу О. Онер, в якій на основі аналізу торгових зон в розрізі трьох груп ринків (муніципальних, регіональних, національних) проводилася спроба знайти зв'язок між їх продуктивністю і розташуванням [10]. Значний поштовх у дослідженні просторової організації ринку споживчих товарів дало розвиток методів просторової економетрики. Роботи П. Морана [11], Р. Джири [12], Л. Анселіна [13] забезпечили необхідними методами дослідження в рамках просторової економіки.

Розвиток роздрібного ринку споживчих товарів характеризується наступними показниками: оборот роздрібної торгівлі, індекс споживчих цін. Так як оборот роздрібної торгівлі являє собою реалізований попит, то для більш повного розуміння формуються тенденцій досліджується дохід населення як основний фактор, що визначає динаміку попиту.

1.3 Фактори розвитку роздрібно́ї торгівлі міських територій

Одним з факторів, що впливають на успішність ритейл-бізнесу є облік просторового розподілу як покупців, так і постачальників. З цієї ідеї випливають два ключових поняття: «гео-попит» і «гео-конкуренція».

Гео-попит можна визначити як територіальний розподіл клієнтів, що купують продукцію та / або послуги на досліджуваному ринку (як правило, об'єктом дослідження є територія міста як цілісного економічного простору).

Під гео-конкуренцією розуміють розміщення підприємств конкуруючих фірм і розмежування їхніх торговельних зон на конкретному ринку. Торгова зона може бути визначена як географічний район, в межах якого магазин приваблює покупців та здійснює продажі протягом певного періоду.

Можливі місця для нового підприємства роздрібно́ї торгівлі необхідно визначити шляхом сполученого аналізу гео-попиту і гео-конкуренції.

Торгова зона будь-якого магазину (супермаркету) може бути визначена як ізохрона, що заснована на площі приміщення цього магазину. Згідно з дослідженнями, проведеними в Іспанії [44], підприємству з площею залу 500 м² відповідає ізохрона 5 хвилин, що в умовах міського ландшафту для пішохода приблизно дорівнює відстані 333 метри. Більш великий магазин має більш велику привабливість, а покупець готовий подолати до нього дорогу, яка є більш довшою.

Первинна торгова зона – це географічна зона, на території якої працює або проживає велика частина споживачів роздрібно́ї точки. Зазвичай частка клієнтів, які проживають в первинній торговельній зоні, становить 60-70% всіх клієнтів роздрібно́ї точки.

Сучасні аналітики часто визначають первинну торгову зону як зону, в якій проживає 80% всіх клієнтів роздрібно́ї точки.

Вторинна торгова зона є зоною, в якій проживає або працює 15-20% клієнтів роздрібної точки.

Третинна торгова зона містить менше 15% всіх клієнтів роздрібної точки і може включати випадкових відвідувачів [28].

Торгову зону також можна визначити як район, в межах якого торгової організації (або групі організацій) економічно вигідно (з точки зору обсягів продажів і витрат) продавати і / або надавати певний товар або послугу [1].

У додатку А (рис. А.1) наведена класифікація моделей і методів визначення торгової зони роздрібної точки. Згідно авторам статті, методи діляться на два основних напрямки:

- описово-детерміністський підхід;
- пояснювально-імовірнісний підхід

Описово-детерміністський підхід включає групу методів, які засновані на спостереженнях і нормативних теоріях. Детерміністські методи рідко застосовуються на практиці, тому що в основному вони засновані на нереалістичних припущеннях про просторовому поведінці споживача.

В рамках описово-детерміністського підходу можна виділити три групи методів:

- методи емпіричних спостережень;
- підходи на основі нормативних теорій;
- підходи на основі закону гравітації роздрібної торгівлі.

Методи першої групи засновані на спостереженні та кількісній оцінці торгової зони. Найбільш відомими методами цієї групи є метод аналогій і метод картографування клієнтів (customer spotting), розроблені Апплебаумом для побудови первинної торгової зони [9].

Метод картографування клієнтів полягає в нанесенні на карту місць проживання / роботи реальних клієнтів роздрібної точки і визначенні на основі цих даних первинної торгової зони.

Метод аналогій став першою системою прогнозування показників роботи роздрібної точки, заснованої на емпіричних даних. Основною передумовою методу аналогій є припущення про те, що роздрібні точки, розташовані на схожих територіях і діючі в схожих умовах, будуть мати схожі характеристики торгової зони і схожі показники роботи.

Вже існуючі об'єкти стають, таким чином, аналогами потенційних об'єктів, і на їх основі можна здійснити прогнозування показників роботи потенційних об'єктів.

Метод аналогій має переваги і недоліки. До основних переваг методу можна віднести:

простоту використання (показники роботи роздрібної точки можуть бути адекватно оцінені за допомогою таких показників, як частка ринку і ринкове проникнення);

- при формуванні оцінки може бути використана велика кількість пояснюють змінних;
- потенційні території для розміщення роздрібних точок можуть бути проаналізовані за аналогією з уже існуючими точками і проранжовано відповідно до очікуваними показниками роботи.

Недоліки методу аналогій:

- нові ринки можуть не мати аналогів серед уже існуючих. Чим сильніше відмінність в досліджуваних ринках, тим нижче цінність висновків, отриманих на основі методу аналогій;
- зі збільшенням числа можливих аналогів зростає навантаження на аналітика по вибору об'єктів, на основі яких проводиться порівняння.

Це може призводити до вибору аналогів суб'єктивним або довільним чином, що негативно позначається на висновках, отриманих за допомогою методу аналогій;

- щодо існуючих роздрібних точок метод аналогій не дає кількісної оцінки можливого взаємозв'язку між розміром торгової зони або часткою ринку і чисельністю населення або конкурентною ситуацією [28].

Друга група – це методи, засновані на нормативних теоріях. Найбільш значуща нормативна теорія про розміщення роздрібно́ї торгівлі – це теорія центрального місця, розроблена Кристаллером.

Теорія центральних місць В. Кристаллера народилася в географічній науці в ході емпіричного вивчення найпопулярнішого об'єкта суспільної географії – міста та його місця в системі розселення. Згідно поглядів Кристаллера, центральне місце – синонім поселення будь-якого розміру, найчастіше міста різної людності, який виступає в якості центру всього населення даного району, забезпечуючи його центральними товарами та центральними послугами. Центральні місця не є однаковими за своїм значенням: центри більш високого рангу мають більш широкий набір товарів та послуг; центри нижчого рангу мають менший набір товарів та послуг, до того ж забезпечуються частково за рахунок центрального місця більш високого рангу (рис. .

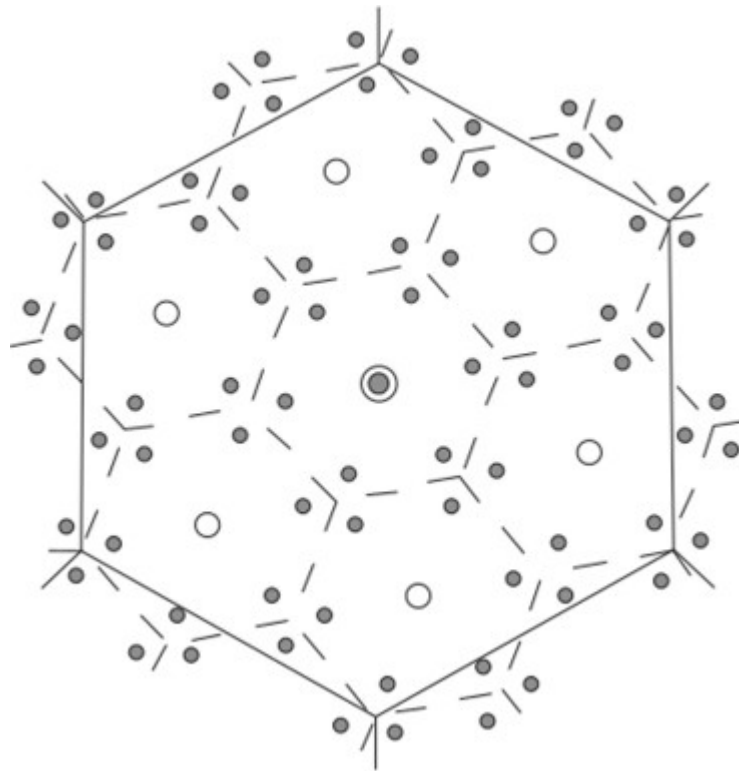


Рис. 1.1 Ієрархічна структура центральних місць В. Кристаллера

Території, які обслуговуються центральними місцями, називаються допоміжними районами. Ті з них, які належать центрам вищого рангу, займають велику територію і включають в себе менші за площею допоміжні райони центрів нижчого рангу.

Вальтер Кристаллер визначав центральність місця за співвідношенням всіх послуг, що цим місцем забезпечуються, надаються його власним жителям та приїжджим з допоміжного району, та послуг, необхідних лише його власним жителям. Кількість послуг, що надаються прямо пов'язано з показником центральності: при високому показнику на кожного жителя припадає багато видів послуг, при низькому – лише декілька видів.

Прийнявши геометричну окружність, центр якої збігається з даним центральним місцем, як оптимальну форму, Кристаллер показав, що група центральних місць одного рангу матиме систему допоміжних районів, що утворюють правильну решітку. Однак в процесі формування цих решіток кругові форми допоміжних районів залишать

при суцільному заповненні території «порожні» ділянки, або зони перекриття двох сусідніх допоміжних районів. Тому оптимізація геометричних властивостей решіток призведе до заміни кругових форм шестикутниками – гексагональними структурами.

Виникнення подібних правильних структур обумовлено п'ятьма основними припущеннями теорії центральних місць:

1. формування структур йде на плоскій необмеженій поверхні з ізотропним властивостями та рівномірним розподілом купівельної спроможності населення;
2. покупка центральних товарів повинна здійснюватися в найближчому центральному місці даного рангу;
3. допоміжні райони займають повністю розглянуту територію, де формується система центральних місць;
4. поїздки за товарами та послугами повинні бути зведені до мінімуму;
5. жодне з центральних місць не повинно отримувати надлишковий прибуток.

Серед неявних припущень основне місце займає «економічна рівновага». В теорії центральних місць її можна трактувати як рівність попиту та пропозиції як для системи в цілому за всією сукупності товарів та послуг, так і для кожного центрального місця по кожному товару та кожній послугі.

Найбільш серйозна модифікація вихідної схеми теорії центральних місць належить А. Льошу. У його книзі представлено більш суворе пояснення формування ринкових зон та ієрархій, розширена сфера застосування теорії на будь-які види виробництва, а не тільки на сферу послуг, запропоновані нові принципи побудови економічного ландшафту з урахуванням агломераційних ефектів [4].

Існують сучасні методи, які в значній мірі наблизили цю теорію до практики і надали їй актуальності, наприклад, метод полігонів Тіссена.

Полігони Тіссена – багатокутники, побудовані навколо мережі точкових об'єктів таким чином, що для будь-якої позиції в межах полігонів відстань до центрального точкового об'єкта завжди менша, ніж до будь-якого іншого об'єкта мережі.

Третя група – безліч методів, заснованих на законі гравітації роздрібної торгівлі, який був запропонований Рейлі в 1931р. Закон Рейлі є однією з найстаріших моделей просторової взаємодії, яка сходиться до роботи Рейлі [27]. Цей закон встановлює межу між двома роздрібними сферами або містами, виходячи з населення цих міст і відстані між містами до цільової зони. Повне формулювання цього закону: «частота, з якою мешканці проміжного поселення торгують з двома містами є прямо пропорційною населенню двох міст та обернено пропорційна квадрату відстані від цих двох міст до даного поселення».

Межа, яку встановлює цей закон, відома як точка розриву (break-point). Ця точка дозволяє встановити межі потенційного охоплення роздрібного розташування [6]. Гравітаційний закон роздрібної торгівлі Рейлі став першим законом, який включив в себе урахування того факту, що споживачі співвідносять витрати часу та привабливість конкретного місця для здійснення покупки. Таким чином цей закон став основою для різних гравітаційних моделей роздрібної торгівлі, які використовуються в даний час [5].

Закон Рейлі заснований на таких засадничих припущеннях:

- обидві торгові зони конкуруючих магазинів в рівній мірі доступні з головної дороги;
- роздрібні торговці в обох торгових зонах працюють однаково ефективно;

- інші фактори (такі як розсіювання населення) вважаються постійними або такими, що ігноруються.

Закон про роздрібне тяжіння має важливе значення для аналізу торгових зон через легкість обчислень та попередні дослідження, які необхідно провести. Закон Рейлі особливо корисний у разі, коли інші дані відсутні або вартість збору інших даних занадто висока.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В М. ХЕРСОНІ

2.1. Економіко-географічна характеристика м. Херсона

Загальна площа міста складає 65,216 кв. км, (6 512,6 га), середня чисельність населення за 2015 рік – 302 600 осіб, щільності населення – 4 640 осіб на 1 кв. км. Чисельність населення з 4 селищами міського типу, 6 селищами та 3 селами, що входять до Херсонської міської ради, становить 340 722 осіб.

Розташований на високому правому березі Дніпра. Територія — 90 кв. км. Місто має три адміністративні райони: Дніпровський, Комсомольський і Суворовський. Суворовський район — адміністративний район Херсона. Найстаріший адміністративний район міста, в його межах розташований історичний центр Херсона. До складу Суворовського району входять також район Млини, мікрорайони Таврійський, Північний та Степанівка. Район утворено 4 січня 1965 року. Корабельний район (до 22 лютого 2016 року — Комсомольський) — адміністративний район Херсона, утворений в 1965 році. Охоплює райони Шуменський, Корабел, Забалку, Сухарне, Житлоселище, Селище-4, Селище-5. Також до складу району входить Комишанська селищна рада, що включає 4 населених пункти: смт Комишани, селища Куйбишеве, Петровського та Приозерне. Дніпровський район — адміністративний район Херсона, утворений в 1965 році. До складу району входять місцевості Херсона ХБК, Текстильний, Склотара, Слобідка, Воєнка та Східне. Дніпровському району підпорядковані також Антонівська, Зеленівська та Наддніпрянська селищні ради.

Є залізнична станція, річковий і морський порти, аеропорт. Херсонській міській Раді підпорядковані селища міського типу Антонівка, Зеленівка і Комишани.

За даними перепису населення 2001 року, у місті проживають представники понад 100 національностей і народностей. Переважна більшість з них – українці, значна кількість росіян, білорусів, татар, вірмен. Херсон знаходиться у південній частині України, у басейні нижньої течії Дніпра, на правому його березі, в 26 км від Дніпровського лиману та в 90 км від Чорного моря. Відстань до столиці, м. Києва, становить близько 600 км.

Херсон є адміністративним центром Херсонської області, яка на сході межує із Запорізькою, на заході – з Миколаївською, на півночі – з Дніпропетровською областями, на півдні – з Автономною Республікою Крим.

2.2 Аналіз розвитку роздрібної торгівлі м. Херсона

Галузь роздрібної торгівлі в Херсоні грає важливу соціальну і економічну роль не тільки на рівні міста, а й на рівні Херсонської області в цілому.

Проаналізуємо динаміку роздрібного товарообігу за останні 5 років з 2014 до 2018 року (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Показники розвитку роздрібної торгівлі м. Херсона (за період 2014 – 2018 рр.) *

Показники	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (млн. грн.)	6000,6	7214,2	8408,4	8782,9	10163,3

продовження таблиці 2.1

Показники	Роки				
	2014	2014	2014	2014	2014
Частка в обороті роздрібної торгівлі області, %	65,5	65,6	66,9	69,2	69
Оборот роздрібної торгівлі в розрахунку на душу населення, тис. грн.	17594,9	21592,9	25296,2	25298,1	30429,2
Торгова площа магазинів (м ²)	145011	144233	144950	132546	134348
Кількість об'єктів роздрібної торгівлі підприємств (од.)	575	618	629	477	389

*складено автором за даними Управління статистики в Херсонській області

За результатами було будовано графік динаміи обороту роздрібної торгівлі в м. Херсоні за період 2014 – 2018 рр. (рис. 2.1)

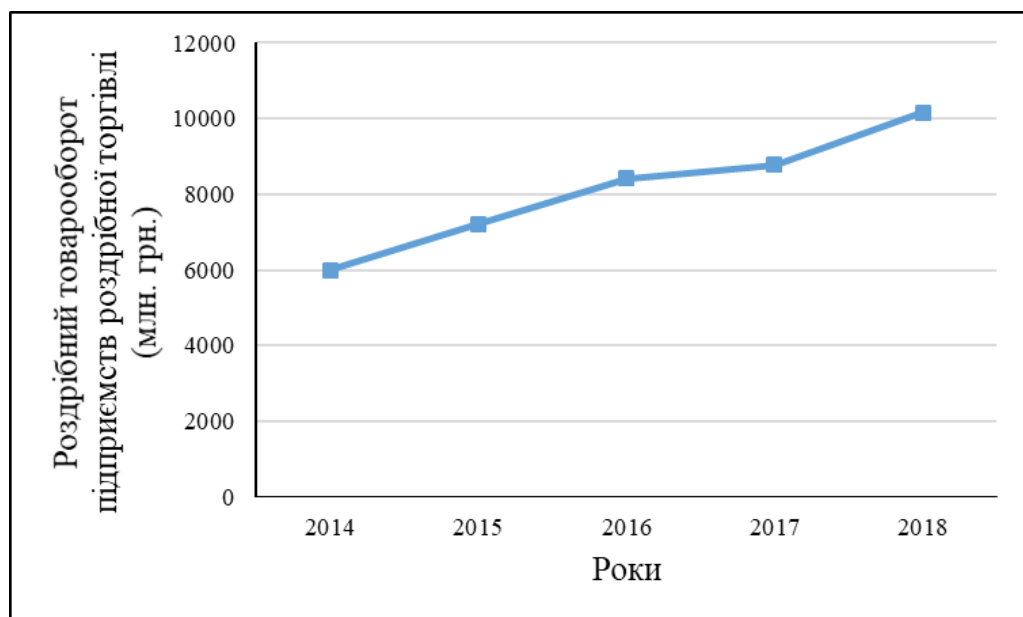


Рис. 2.1 Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі м. Херсон (млн. грн.)

Як видно з рис. 2.1, найбільше зростання обсягів роздрібної торгівлі протягом досліджуваного періоду становив 20,2% в 2015 р.

Дане зростання могло бути обумовлено як зростанням виробництва та підвищенням купівельної спроможності населення, так і збільшенням регіонального імпорту, і інфляцією.

Тому доцільно розглянути зміну частки м. Херсоні в обороті роздрібною торгівлі Херсонської області протягом досліджуваного періоду (рис.2.2.)

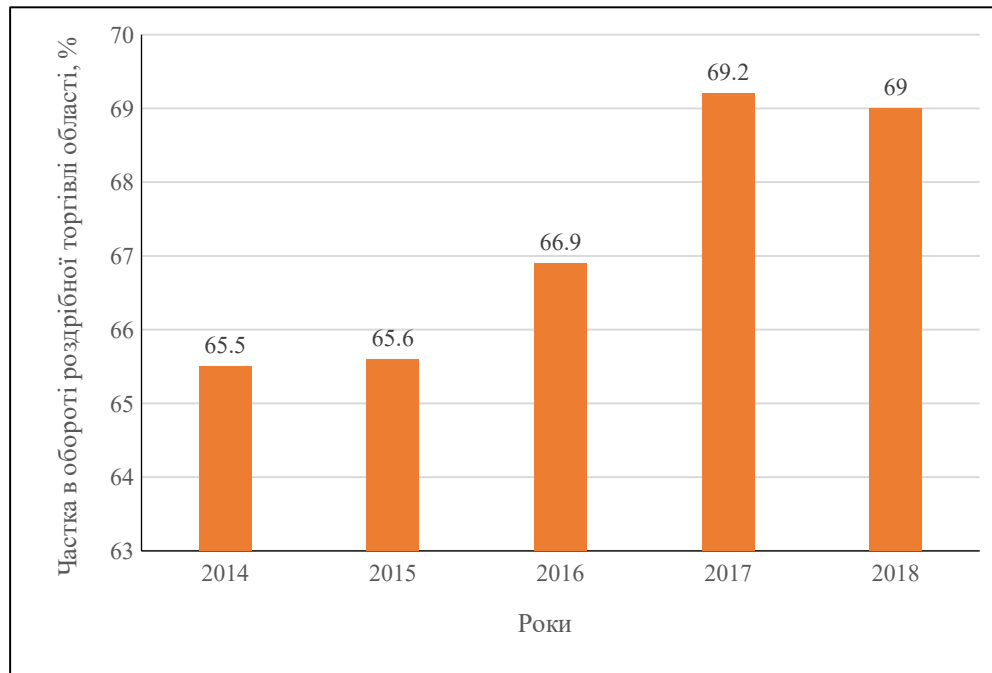


Рис. 2.2 Динаміка частки м. Херсона в обороті роздрібною торгівлі області, %

Як видно з графіка, максимальне значення даного показника зафіксоване в 2017 р. (69,2%), , мінімальне (65,5%) у 2014 р. Місто Херсон залишається лідером серед адміністративно-територіальних одиниць області за рівнем розвитку роздрібною торгівлі. Розрив між наступним після обласного центру місто Новою Каховкою становить 9,3 рази (часта Нової Каховки становить 7,4%).

Далі розглянемо оборот роздрібною торгівлі на душу населення в м. Херсоні за період з 2014 р. по 2018 р.

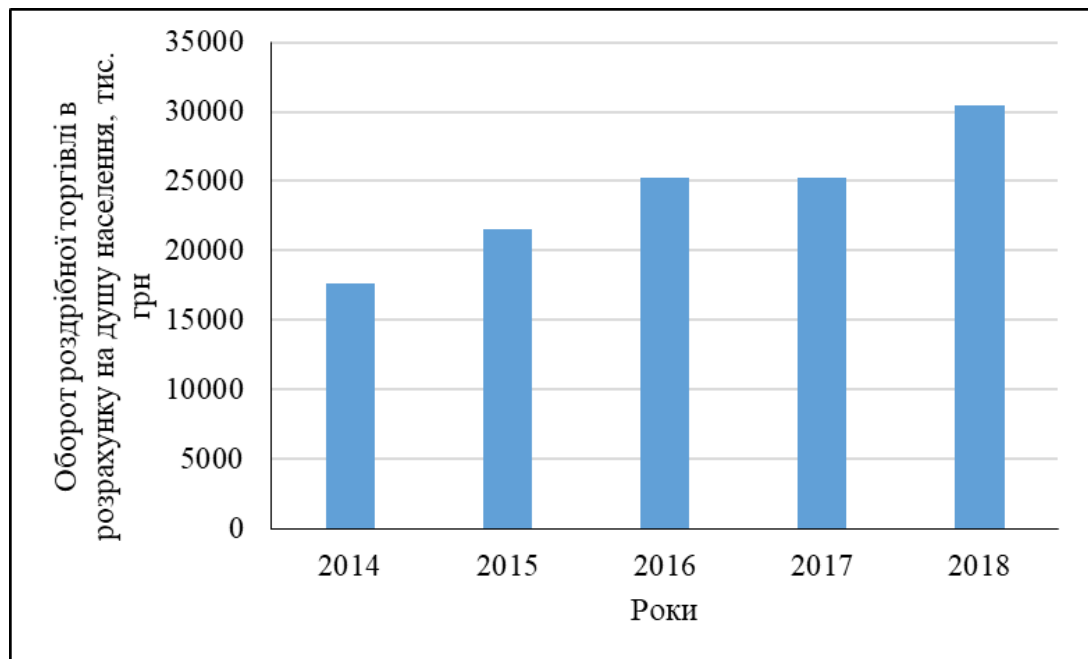


Рис. 2.3 Оборот роздрібної торгівлі в розрахунку на душу населення, тис. грн.

Як видно з рисунку 3, протягом досліджуваного періоду спостерігається збільшення (на 20,30%) значення обороту роздрібної торгівлі в розрахунку на душу населення у 2018 р. після двох «однакових» років (2016-2017 р.). Це може бути обумовлено наявністю «тіньової» торгівлі, яку неможливо врахувати та невисоким рівнем урбанізації в м. Херсоні.

Слід зазначити, що в місті функціонує понад 12 тисяч стаціонарних торгових об'єктів різної спеціалізації, з них 4708 спеціалізованих продовольчих торгових об'єктів, 4979 непродовольчих об'єктів, 2313 універсальних об'єктів, в тому числі 389 магазинів. Загальна торгова площа магазинів становить 134348 кв. м. Як видно з рис. 2.4 з 2016 р. значно скоротилася загальна площ магазинів в місті.

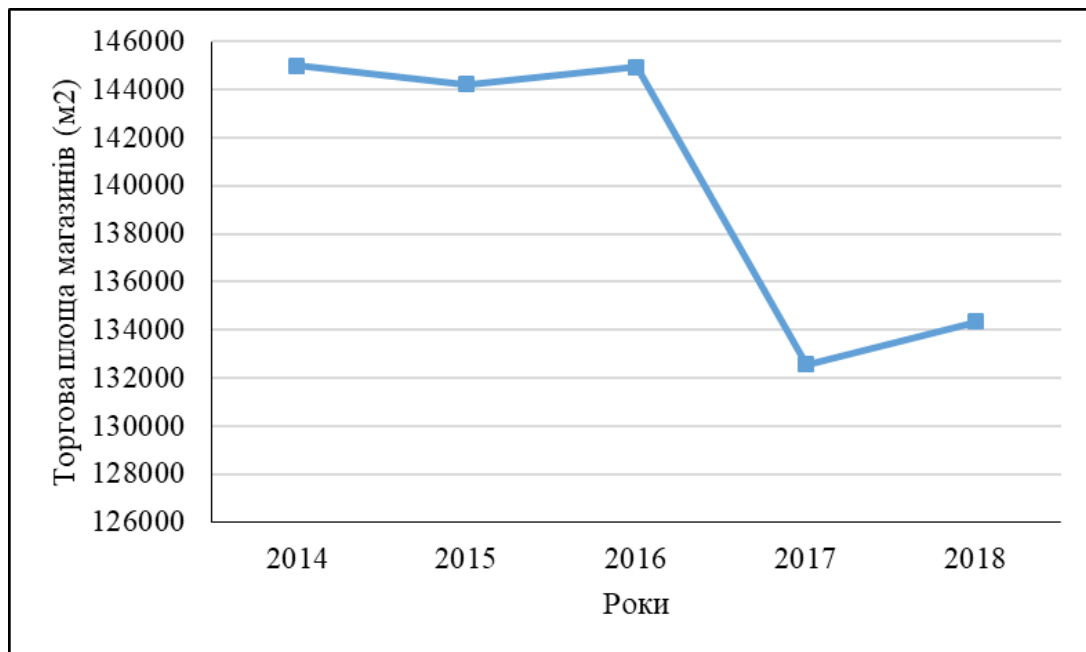


Рис. 2.4 Динаміка торгових площ магазинів м. Херсона (за 2014-2018 рр.)

В місті функціонують магазини всеукраїнських торговельних мереж, серед яких: «Сільпо», «Епіцентр», «Нова лінія», «АТБ», «Копійка», «Велика кишенька». Також представлені локальні торговельні мережі «Везунчик», «Асорті», «М'ясо», «Ферма». Більшість локальних мереж здійснюють торгівлю як в межах міста Херсона, так й на території Херсонської області.

Додатково до стаціонарної торгової мережі в період курортного сезону відкривається близько 1 тисячі нестационарних торгових об'єктів, що дозволяє створити більш 2000 тисяч сезонних робочих місць, а також умови для найбільш повного задоволення споживчого попиту. Завдяки відкриттю подібних нестационарних торгових об'єктів у туристів (транзитних, передусім) з'являється можливість придбати сувеніри, прохолодні напої та інше.

Важливою складовою частиною територіальної торгової структури міста продовжує залишатися дрібно-роздрібна торгівля. До 2013 р кількість кіосків та павільйонів скорочувалася адміністративними заходами, потім намітився процес їх зростання.

Херсон за кількістю нестационарних об'єктів на 10 тис. жителів знаходиться поряд з найбільшими містами України.

Найбільша забезпеченість населення нестационарними торговими об'єктами склалася в Дніпровському районі, найменша – в Корабельному районі. За кількістю нестационарних торгових об'єктів з продажу продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції лідирують Дніпровський та Суворовський райони, з продажу продукції ресторанного господарства та друкованої продукції – Суворівський.

У 1990-і рр. в Херсоні, як і в інших містах України, широкий розвиток отримала торгівля на роздрібних ринках, значення якої останнім часом помітно знизилася, хоча і залишається важливим місцем покупок містян свіжої овочевої та фруктових продукції, особливо в літній та осінній періоди. Найбільша концентрація ринків в місті зосереджена в Суворівському районі. Основні ринки міста: «Таврійський», «Північний», «Овочевий», «Центральний» (Суворівський район), «Шуменський» (Корабельний район), «Дніпровський» (Дніпровський район).

В Херсоні сформувалися торгові вулиці, розраховані на інтенсивні пішохідні потоки:

- вулиця Миру від перехрестя вул. Куліка до перехрестя вул. Університетської,
- вулиця Некрасова від перехрестя 200 років Херсона до перехрестя вулиці Макаренка
- район Каховської площі
- вулиця Патона
- район вулиць Потьомкінської, Белінського, Маяковського, Ярослава Мудрого та Рішельєвської.

Для аналізу переваг місць придбання товарів в закладах роздрібною торгівлі в м Херсоні було проведено опитування жителів на

тему «Яким закладам роздрібної торгівлі ви надаєте перевагу при купівлі продукції?» (рис. 2.5).

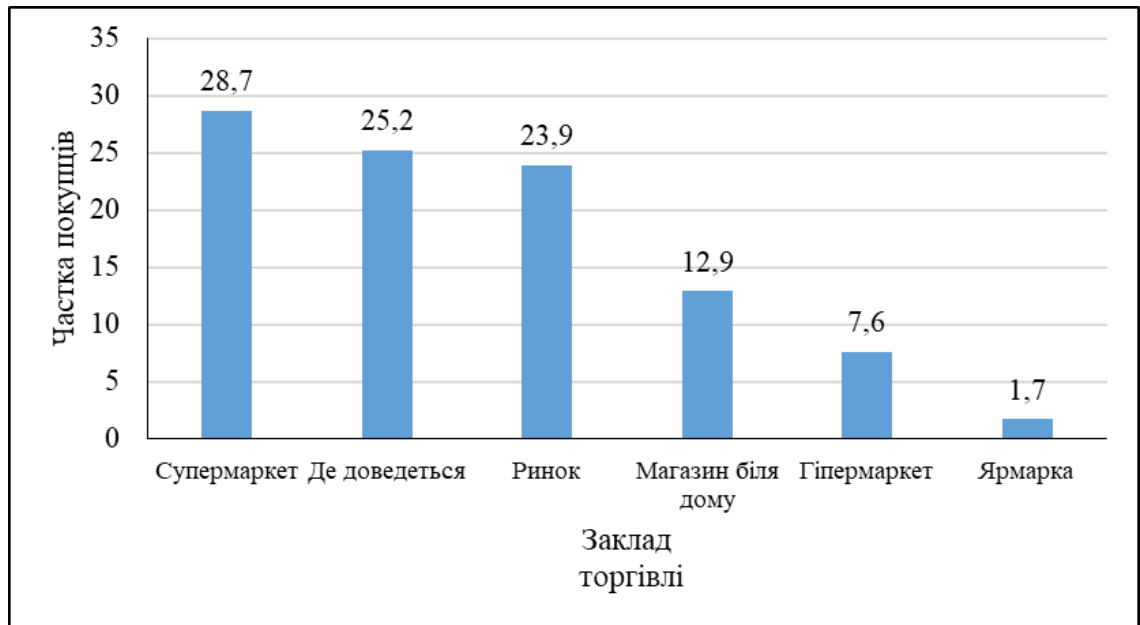


Рис. 2.5 Результати опитування жителів м. Херсона

На рис. 2.5 представлені результати опитування населення м. Херсона (100 респондентів методом face to face протягом вересня-жовтня 2020 р.). За результатами можна зробити висновок, що більша частина покупців надає перевагу здійснювати покупки в супермаркетах. В трійку лідерів місць покупок серед жителів міста також визначені наступні: «Де доведеться» – 25,2%, «Ринок» – 23,9%. Найменша кількість серед опитаних надає перевагу здійснювати покупки на ярмарках (1,7%).

Для аналізу розвитку та визначення перспектив розвитку роздрібної торгівлі м. Херсона було проведено SWOT-аналіз розвитку роздрібної торгівлі (додаток Б).

РОЗДІЛ 3

ГІС-ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРОСТОРОВИЙ РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ МІСТА

Інтенсивний розвиток споживчого ринку товарів і послуг у всіх регіонах України, стрімкі зміни інфраструктури цього ринку призвели до виникнення гострої потреби для всіх верств населення та видів бізнесу у створенні інформаційно-довідкових систем на принципово новій основі, а саме з використанням просторового представлення даних про учасників ринку.

Засобом вирішення цього завдання може бути прив'язка різної інформації до цифрової мапі шляхом створення геоінформаційної системи, яка забезпечує можливість подання широкого спектру різномірної інформації про об'єкти, розташовані на території, і високий ступінь візуалізації. Використання ГІС дозволяє вийти за звичні рамки стандартних методів роботи, переважно з табличними даними, і запровадити інтегрований підхід, заснований на географічному розташуванні, в процес перегляду та аналізу даних, прогнозування і проектування систем.

Торгівля і сфера послуг – одна з традиційних і найбільш значущих областей застосування геоінформаційних технологій, наступна за природно-ресурсним комплексом і державним сектором (кадастри і природні монополії).

Інтенсивний розвиток інформаційних технологій і успіхи у використанні геоінформаційних систем сприяли появі на інформаційному ринку систем з використанням елементів ГІС-технологій.

З'явилося нове покоління довідкових систем – інтерактивний бізнес-довідник, поєднаний з картою міста чи іншого населеного пункту.

Потенційними користувачами ГІС-систем, що відображають стан і розміщення торгових об'єктів, може бути широке коло як фізичних, так і юридичних осіб. Безсумнівна корисність і ефективність таких систем, оскільки вони в значній мірі вплинули на інтенсивність і форми взаємодії між учасниками споживчого ринку. Поява даних програмних продуктів сприяло зростанню роздрібних продажів як за рахунок реклами, так і за рахунок цільового пошуку потрібного торгового об'єкта.

Серед перспектив управління містом, зокрема, з метою моніторингу розвитку закладів роздрібної торгівлі вважаємо доцільним створення муніципальної ГІС м. Херсона. На муніципальному рівні проблема використання сучасних інформаційних технологій в процесі управління і прийняття рішень стоїть найгостріше. Без створення єдиного інформаційного середовища, що містить постійно оновлювані дані про міські землі, нерухомість, інженерні та транспортні комунікації, екологічну обстановку і ін., неможливе застосування сучасних методів управління містом.

Створення і функціонування ГІС пов'язане з рядом специфічних завдань організаційно-правового, науково-технічного, технологічного і фінансово-економічного характеру. Однією з них є проблема несумісності даних в зв'язку з використанням різних форматів зберігання інформації і структур полів БД, відмінностями в класифікаторах і довідниках, різними системами координат, різною точністю і достовірністю наявних матеріалів, що пов'язано з відомчої роз'єднаністю і неузгодженістю технічної політики. Слід зазначити, що основні операційні витрати (до 80%) на розгортання МГІС пов'язані з введенням та оновленням інвентаризаційних даних про об'єкти

нерухомості і міської інфраструктури (в першу чергу, в частині графічної інформації). Створення цифрової моделі території міста, яка лежить в основі будь-якої муніципальної ГІС, забезпечує інтеграцію різноманітних даних і знань про міському середовищі.

Використання ГІС-технології в управлінні міським господарством дозволяє створити універсальну модель, призначену для комплексного уявлення об'єкта планування і управління - міського середовища, її аналітичного вивчення і моніторингу. Завдяки використанню цієї технології вирішується ряд завдань, що визначають ефективність і обґрунтованість проектних і управлінських рішень.

Головні сфери застосування ГІС в галузі містобудування та управління розвитком міста:

- аналіз і оцінка містобудівної ситуації та стану міського середовища, як складного комплексного явища;
- визначення тенденцій і диспропорцій розвитку, пошук і зіставлення проектних рішень з оцінкою їх соціально-економічних наслідків;
- містобудівний і соціально-екологічний моніторинг. Слід зазначити одну чудову здатність ГІС-технології – можливість зробити карту робочим інструментом на всіх рівнях міського планування і управління. Адже не секрет, що в даний час картографічні матеріали, використовувані окремими міськими службами, є "матеріали для службового користування" в прямому і переносному сенсі (такими, наприклад, є містобудівні креслення відділів архітектури, "синьки" водопровідників, зв'язківців, енергетиків, транспортників, комунальників і т. д.). За таким картографічним (швидше за графічним) матеріалами неможливо скласти скільки-небудь цілісне уявлення про рівень і якість окремих видів комунального обслуговування, і, тим більше, про стан міського середовища в інтегральному (комплексному) вираженні.

Наступні пункти вирішення завдань за допомогою геотехнологій:

- створення маркетингової карти території (де проживає і навколо яких об'єктів концентрується цільова аудиторія);
- накладання на карту території додаткових шарів – магазинів-конкурентів, станцій метро, великих парковок, мережі магазинів-партнерів і т.д .;
- визначення незадіяних конкурентами територій та оцінка їх привабливості при відкритті нових магазинів по всьому місту Херсону;
- визначення найбільш вдалих місць проведення заходів, розміщення рекламних конструкцій.

За допомогою пакетів ГІС можливим є зберігання та систематизація інформації в базах даних про клієнтів, постачальників, замовників, про терміни транспортування, що дозволяє:

- видко виявити по карті, де «ховаються» покупці і конкуренти;
- визначити найбільш вигідне для бізнесу розташування нових виробничих потужностей, філій, торгових точок;
- скласти зведені діаграми обсягів продажів за певний період з потрібних торговельним підприємствам і прив'язати діаграми до відповідних місць на карті;
- візуально оцінити і отримати повноцінну статистичну зведення по динаміці попиту і пропозиції в будь-якій області ринку;
- виділити маркетингові території і провести аналіз наявної по ним інформації;
- виявити сфери дії конкурентів для вибору оптимальної стратегії;
- на основі ресурсів ГІС оптимізувати завдання.

Таким чином, ефективність вирішення поставлених завдань за допомогою ГІС значно підвищується, тому що ГІС дозволяє створювати картографічні зображення та карти для презентацій,

відображати і аналізувати бізнес-інформацію новими методами, виявляти приховані раніше взаємозв'язки. За рахунок цього з'являється перевага в конкурентній боротьбі, так як швидше знаходиться оптимальне рішення, виявляються нові ринки збуту своїх товарів і послуг, краще обслуговуються замовники, здійснюється контроль та оптимальний перерозподіл матеріальних і фінансових ресурсів.

Одна з найважливіших задач геомаркетингу – підтримка прийняття рішень про розташування і формат нових відділень або філій. На вибір «ідеального» місця впливає безліч факторів, і правильно врахувати їх все стає часом непосильним завданням. Тут на допомогу приходять ГІС, що надає інструментарій для реалізації комплексу заходів. Це дозволяє оцінити потенціал розвитку системи роздрібної торгівлі міста.

Розглянемо один з таких інструментів. Відобразивши місце розташування передбачуваного суб'єкта роздрібної торгівлі, ГІС формує на карті його індивідуальну зону обслуговування, спираючись на дані про концентрацію існуючих клієнтів, купівельної спроможності і соціально-демографічну структуру населення в даному районі, виробляє відповідні кількісні розрахунки.

Зіставивши розташування передбачуваної торгової точки з точками конкурентів та прилеглими «точками тяжіння» (метро, торгові центри і тощо), можна зрозуміти, як близькість цих об'єктів буде впливати на показники діяльності.

Наклавши сформовану зону обслуговування на аналогічні зони обслуговування вже існуючих відділень, можна запобігти так званій канібалізації точок роздрібної торгівлі (рис. А.2 у додатках).

Геоаналітика дозволяє проводити детальний аналіз показників діяльності закладів роздрібної торгівлі з метою виявлення та уточнення факторів, які позитивно або негативно впливають на ці показники. Наприклад, одна з іноземних торгових мереж, провівши

геопросторовий аналіз власної роздрібною мережі, з'ясувала, що 30 метрів – це та відстань від точок тяжіння (входи в метро, автобусні зупинки, магазини, бари), де ці точки надають реальний вплив на рентабельність; також було виявлено, що філії магазинів-конкурентів, розташовані далі 75 метрів від власної філії магазину, не чинили такого значного впливу на показники його діяльності.

Таким чином, з огляду на просторові чинники при аналізі фінансово-економічної діяльності, можна не тільки побачити приховані тенденції та закономірності, а й, володіючи відповідними навичками ГІС-інструментами, реалізувати предиктивний аналіз, тобто передбачати зміну ситуації з плином часу.

ВИСНОВКИ

Торгівля поділяється на дві великі області – оптову і роздрібну. Саме показники обороту оптової та обороту роздрібною торгівлі є ключовими в будь-якому дослідженні сфери торгівлі. Обороти роздрібною торгівлі виступає як критерій рівня життя населення і збільшення в його структурі частки продовольчих товарів говорить про зниження їх грошових доходів, в результаті чого змінюється споживча модель поведінки населення в бік скорочення витрат на придбання дорогих товарів і економії на продуктах харчування. Площа території та відмінність в соціально-економічному становищі окремих регіонів визначають просторову диференціацію в розвитку роздрібною ринку.

У м. Херсоні роздрібною торгівля вносить істотний внесок в соціально-економічний розвиток міста, характеризується динамічним розвитком. При цьому спостерігається активний розвиток всіх форматів роздрібною торгівлі: від супермаркетів великих всеукраїнських та регіональних ритейлерів до магазинів «крокової доступності», а також ринків, ярмарків та нестационарних торгових об'єктів. Протягом досліджуваного періоду спостерігається збільшення (на 20,30%) значення обороту роздрібною торгівлі в м. Херсоні в розрахунку на душу населення. В місті функціонують магазини всеукраїнських торговельних мереж, серед яких: «Сільпо», «Епіцентр», «Нова лінія», «АТБ», «Копійка», «Велика кишеня». Також представлені локальні торговельні мережі «Везунчик», «Асорті», «М'ясо», «Ферма». Більшість локальних мереж здійснюють торгівлю як в межах міста Херсона, так й на території Херсонської області.

Херсон за кількістю нестационарних об'єктів на 10 тис. жителів знаходиться поряд з найбільшими містами України. Найбільша забезпеченість населення нестационарними торговими об'єктами

склалася в Дніпровському районі, найменша – в Корабельному районі. За кількістю нестационарних торгових об'єктів з продажу продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції лідирують Дніпровський та Суворовський райони, з продажу продукції ресторанного господарства та друкованої продукції – Суворівський. У 1990-і рр. в Херсоні, як і в інших містах України, широкий розвиток отримала торгівля на роздрібних ринках, значення якої останнім часом помітно знизилася, хоча і залишається важливим місцем покупок містян свіжої овочевої та фруктової продукції, особливо в літній та осінній періоди. Найбільша концентрація ринків в місті зосереджена в Суворівському районі. Основні ринки міста: «Таврійський», «Північний», «Овочевий», «Центральний» (Суворівський район), «Шуменський» (Корабельний район), «Дніпровський» (Дніпровський район).

Геоаналітика дозволяє проводити детальний аналіз показників діяльності закладів роздрібної торгівлі з метою виявлення та уточнення факторів, які позитивно або негативно впливають на ці показники. Використання ГІС-технології в управлінні системою роздрібної торгівлі дозволяє створити універсальну модель, призначену для комплексного уявлення об'єкта планування та управління – міського середовища, відомостей про наявне населення, розподіл основних торгових точок на території міста, їх оптимальне співвідношення, аналітичного вивчення і моніторингу, виявлення факторів, що впливають на соціально-економічну диференціацію в межах конкретної території, обумовлюють та дозволяють спрогнозувати подальший просторовий розвиток системи роздрібної торгівлі в місті, уникнути стихійний характер розташування торгових точок. Завдяки використанню цієї технології вирішується ряд завдань, що визначають ефективність і обґрунтованість проектних і управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакалова Л. Структурно-функціональна типологія міст як ефективний інструмент управління розвитком міста / Л. Бакалова // Управління сучасним містом. – 2007. – №1-12 (25-28). – С. 182-192
2. Биченко Л.А. Актуальні питання розвитку міських агломерацій / Л.А. Биченко // Актуальні проблеми державного управління. – 2011. – №2 (40). – С. 1-7
3. Бойко В.М., Кваша С.В. Херсонська область. Природа, населення, господарство: Посібник / В.М. Бойко, С.В. Кваша. – Херсон: Айлант. – 83.: іл.
4. Бойко-Бойчук О. Категорія «місто»: сутність, визначення / О. Бойко-Бойчук // Управління сучасним містом. – 2005. – № 3-4/7-12 (19-20). – С. 47-59
5. Васильєв О.В. Основи сучасного управління розвитком міст України / О.В. Васильєв, О.М. Віноградська // Менеджмент міського розвитку: монографія / за ред. О.В. Васильєва, Н.М. Богдан, К.А. Фісуна; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2013. – С. 35-66
6. Васильєва Н. В. Науково-методичні засади удосконалення механізму соціально-економічного розвитку монофункціональних міст України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» / Н. В. Васильєва; Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. – К., 2008. – 20 с.
7. Волощук В.М. Географічні проблеми сталого розвитку України / В.М. Волощук, М.Д. Гродзинський, П.І.

- Шищенко // Український географічний журнал. – 2000. – № 1. – С. 13 – 18
8. ГИС-технологии в геомаркетинговых и геодемографических исследованиях сетевого ритейла // ИнтерКарто/ИнтерГИС-20: Устойчивое развитие территорий: картографо-геоинформационное обеспечение: материалы международной конференции, Белгород, Харьков (Украина), Кигали (Руанда) и Найроби (Кения), 23 июля - 8 августа 2014 г. Белгород: Константа, 2014. С. 51-58. – Режим доступа: <http://intercarto.msu.ru/jour/articles/article42.pdf>
9. Гопцій Д.О. Оцінка сталого розвитку міст / Д.О. Гопцій, М.Й. Коваленко // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 2 (33). – С. 1-12
10. Григорьева И.А. Городская среда и личность / Междисциплинарный подход к проблемам личности и городского образа жизни. – Вильнюс. 1983. – 420 с.
11. Громов И., Мацкевич А., Семенов В. Западная социология. – СПб., 1997. – 284 с.
12. Гуляк Р. Е. Соціально-економічна сутність та визначення поняття “місто” / Р. Е. Гуляк // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. – 2008. – № 82. – С. 126-131.
13. ДеМерс. М.Н. Географические Информационные Системы. Основы. – М.: «Дата+», 1999
14. Джабраїлов Р.А. Територіальна громада міста та місто у сфері господарювання / Р. А. Джабраїлов // Вісник ДНУ, Сер. В: Економіка і право. – 2008. – Вип. 2. – С. 386-394.
15. Зимин А.Ф., Тимирьянова В.М. Пространственная организация рынка потребительских товаров // Вестник

- УГНТУ (УГУЭС). Наука, образование, экономика. — 2016. — №1 (15). — С. 44–49. — (Экономика).
16. Индикаторы социально-экономического развития муниципальных образований / [Г.Ю. Ветров, Д.В. Визгалов, А.А. Шанин, Н.И. Шевырова]. — М.: Фонд "Институт экономики города", 2002. — 135 с.
17. Карлова О. А. Функціонування міста як складної соціально-економічної системи / О.А. Карлова, Р.Е. Гуляк // Коммунальное хозяйство городов: научно-технический сборник. — 2008. — № 80. — С. 3-11
18. Кобилін П.О. Територіальні особливості системи торговельного обслуговування населення Харківської області [Текст] : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Кобилін Павло Олексійович; Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. — Харків, 2017. — 20 с.: рис.
19. Коновалова Н.В. Введение в ГИС / Н.В. Коновалова, Е.Г. Капралов. — М.: Комитет ГИС-образование, 1997. — изд. 2-е доп. — 112 с.
20. Лаппо Г.М. География городов / Г.М. Лаппо. — М., 1997. — 326 с.
21. Лурье И. К. Геоинформационное картографирование. — 2 изд. — Москва : КДУ, 2010. — 424 с.
22. Парасюк І.М. Львівська інтегрована система обробки інформації та муніципальна ГІС – проблеми становлення й впровадження / І.М. Парасюк, Е.Р. Захарко // Вісник ГІС-Асоціації України. — 1999, — №2. — С.13-14
23. Підгрушний Г. Методологічні проблеми діагностики міст при розробці стратегій їх розвитку [Електронний ресурс] / Г. Підгрушний. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/dprmu/2012_22/B5_Pidgr.pdf

24. Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.]; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
25. Пустовалова Е.А., Чернов В.П. Сравнительный анализ методов размещения точки розничной торговли // Современная экономика: проблемы и решения. 2015. – №2 (62). – С. 29-44
26. Силин М. Геотехнологии и геомаркетинг в финансовом секторе // Бановские технологии. – 2014 – №06 (221). – С. 46-48
27. Скриган А.Ю. Опыт формирования системы индикаторов устойчивого развития города / А.Ю. Скриган // Покровский региональный журнал. – 2010. – №9. – С. 100-109.
28. Статистична інформація Головного управління статистики у Херсонській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ks.ukrstat.gov.ua
29. Топчієв О.Г., Мальчикова Д.С., Яворська В.В. Регіоналістика: географічні основи регіонального розвитку і регіональної політики. Навч. Посіб. / О.Г. Топчієв, Д.С. Мальчикова, В.В. Яворська. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 372 с.
30. Топчієв О.Г., Мальчикова Д.С., Яворська В.В. Регіоналістика: географічні основи регіонального розвитку і регіональної політики. Навч. Посіб. / О.Г. Топчієв, Д.С. Мальчикова, В.В. Яворська. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 372 с.
31. Торкатюк В. І. Організаційно-економічні аспекти сталого розвитку міст / В.І. Торкатюк, О. Л. Сидоренко, М. П. Пан,

- А. Л. Шутенко, Д.В. Бутнік, С.В. Мозговий // Комунальне господарство міст. – 2008. – №85. – С. 3-14.
- 32.Фендюр Л.М. Озеленення міських територій / Л.М. Фендюр, О.В. Дубова. — Запоріжжя : ЗГУ, 2001.— 32с.
- 33.Ходаков В.Є. Основні принципи побудови муніципальної геоінформаційної системи / В.Є. Ходаков, Р.В. Бараненко // Вісник ААЕКС. – 2004. – №2(14).
- 34.Ходаков В.Є. Передумови побудови муніципальної геоінформаційної системи / В.Є. Ходаков, А.В. Шеховцов, Р.В. Бараненко, С.М. Підмогильний // Вісник ХДТУ. – Херсон: ХДТУ. –2004. – №19. – С.291-297
- 35.Цветков В. Я. Геоинформационные системы и технологии. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 288 с.
- 36.Шевченко О. Ю. Формирование системы индикаторов устойчивого развития муниципальных территорий [Електронний ресурс] / О.Ю. Шевченко. – Режим доступу: <http://ivdon.ru/magazine/archive/n4p1y2012/1172>
- 37.Шпильова В. О. Аналіз соціально-економічного розвитку регіону / В.О. Шпильова // Вісник ЖДТУ. – 2010. – №3 (53). – С. 209-213
- 38.Anselin L. Spatial Dependence and Spatial Structural Instability in Applied Regression Analysis // Journal of Regional science. — 1990. — №30. — P. 185–207. — doi: 10.1111/j.1467-9787.1990.tb00092.x.
- 39.Anselin L., Syabri I., Kho Y. GeoDa: An Introduction to Spatial Data Analysis // Geographical Analysis. — 2006. — №38. — P. 5–22. — doi: 10.1111/j.0016-7363.2005.00671.x.
- 40.Burger M.J., Meijers E.J., Oort F.G. Regional Spatial Structure and Retail Amenities in the Netherlands // Regional Studies. —

- 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://dx.doi.org/10.1080/00343404.2013.783693>. — doi: 10.1080/00343404.2013.783693.
41. Geary R. The contiguity ratio and statistical mapping // *The Incorporated Statistician*. — 1954. — №5. — P. 115–145.
42. Moran P. The interpretation of statistical maps // *Journal of the Royal Statistical Society*. — 1948. — №10. — Series B. — P. 243–251.
43. Oner O. Retail productivity: The effects of market size and regional hierarchy // *Papers in Regional Science*. — 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pirs.12268/full>. doi 10.1111/pirs.12268.
44. Roig-Tierno, N. The retail site location decision process using GIS and the analytical hierarchy process. *Applied Geography*. — 2013. — Vol. 40, 191–198. — Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/256972259_The_retail_site_location_decision_process_using_GIS_and_the_analytical_hierarchy_process

ДОДАТКИ

Додаток А. Просторові моделі роздрібної торгівлі

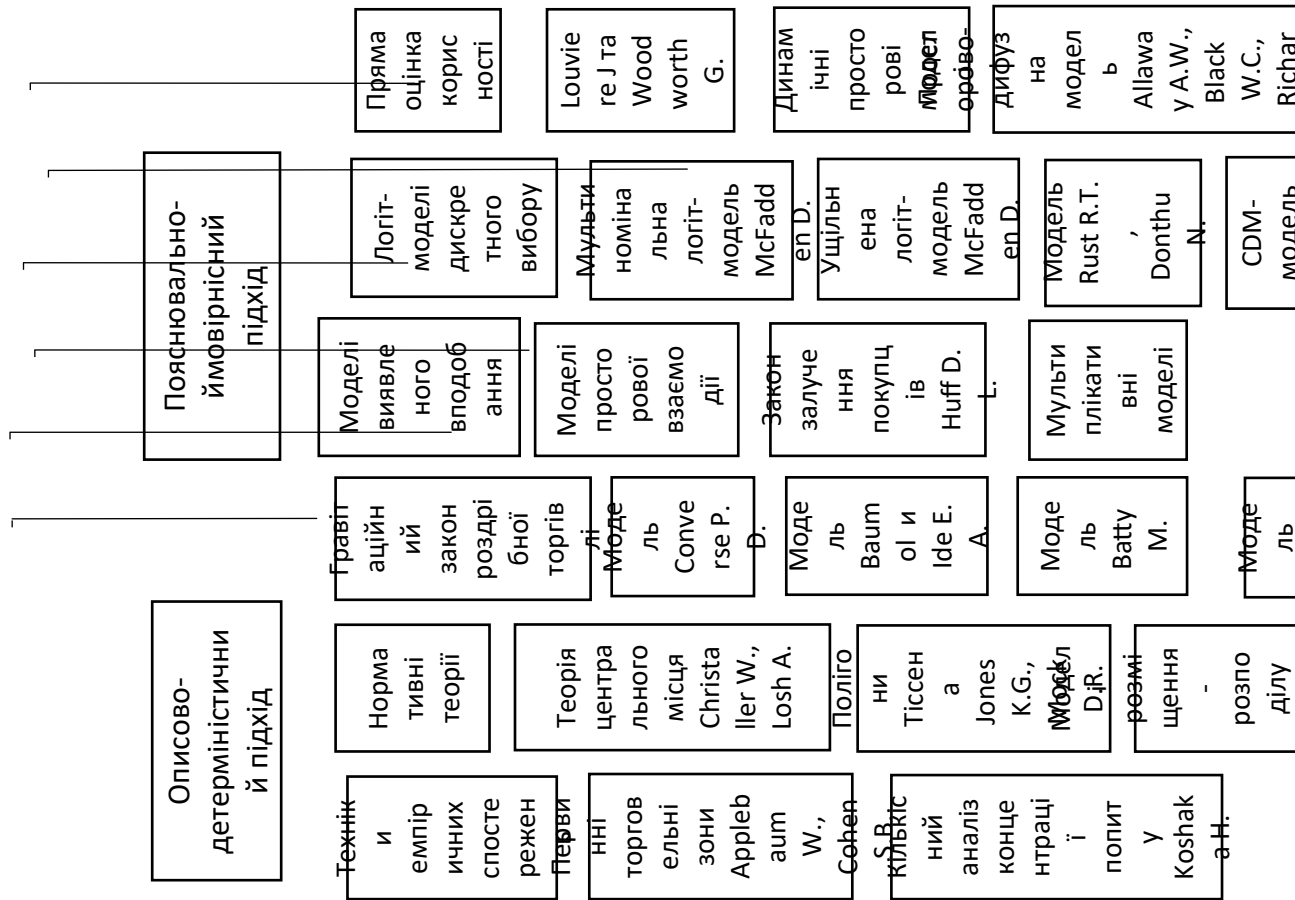


Рис. А.1. Просторові моделі та методи аналізу торговельної зони закладів роздрібної торгівлі



Рис. А.2 Аналіз перетину «зон впливу» торгових точок з метою запобігання каннібалізації

Додаток Б SWOT-аналіз розвитку роздрібної торгівлі в м. Херсоні

Таблиця Б.1

SWOT-аналіз розвитку роздрібної торгівлі в м. Херсоні

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> - значна кількість торгових площ; - соціальна спрямованість політики органів місцевого самоврядування щодо розвитку споживчого ринку (проведення ярмарків соціальні програми); - висока насиченість асортименту реалізованої на ринку продукції; - наявність установ, що здійснюють початкову та професійну підготовку працівників сфери громадського харчування і торгівлі; - наявність роздрібних торгових мереж (всеукраїнські, міські); - великі магазини досить рівномірно розподілені по території міста (територіальна доступність товарів і послуг у всіх районах міста); розвиненість мережі магазинів «біля дому»; - розвиток мережі місцевих виробників товарів; - наявність унікальних брендів магазинів херсонських товарів, ("Таврія", "Білозерські вина", "Каховські ковбаси" «Херсонець» і ін.). 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатньо сформований імідж міста Херсона як зручного ділового та туристичного центру; - недостатньо розвинена складська і логістична інфраструктура в межах міста. - недостатньо розвинена інфраструктура сфери споживчого ринку в частині сучасного дизайну та благоустрою прилеглих територій, відсутність парковок і велопарковок; - невелика кількість підприємств сфери споживчого ринку, пристосованих для маломобільних груп населення (пандуси, колясопарковки і т.д.); - погіршення якісного складу і професійного рівня трудових ресурсів; - диспропорції в розміщенні організацій сфери споживчого ринку на території міста; - велика частка об'єктів нестационарної торгівлі, які здійснюють діяльність у невстановлених місцях; - має місце тіньовий оборот.
Можливості	Загрози
	<ul style="list-style-type: none"> - жителі міста витрачають гроші за його межами; - збільшення вимог споживачів до якості товарів і послуг та до якості сервісного обслуговування; - неконтрольоване зростання цін з боку постачальників за межами Херсонської області;

продовження таблиці Б.1

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - збільшення купівельної спроможності населення міста Херсона; - збільшення кількості туристів в місто; - залучення жителів області за покупками в Херсон; - збільшення вимог споживачів до якості товарів і послуг та до якості сервісного обслуговування; - спостерігається розвиток послуг торгового сервісу: впровадження сучасних технологій, форм і методів товарного обслуговування (розвиток і вдосконалення дистанційної та інтернет-торгівлі); - розвиток і вдосконалення мережевої торгівлі, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності 	<ul style="list-style-type: none"> - недостатній обсяг і високі ціни на вироблену в місті продукцію; - перебої з поставками продукції; - можливе проникнення на ринок міста низькоякісної продукції.