

9. **Призначення та виплата** державної соціальної допомоги інвалідам з дитинства та дітям-інвалідам. Прес-служба Мінпраці // Вісник ПФУ. – 2007/7. – С. 24-25.

10. **Ткаченко Л.** Вплив демографічних процесів на розвиток системи пенсійного забезпечення в Україні // Вісник ПФУ. – 2008/04. – С. 24-27.

11. **Сінчук О.** Правові засади реабілітації інвалідів в Україні // Вісник ПФУ. – 2007/12. – С. 22-23.

12. **Жила О.** Соціальний захист інвалідів – обов'язок держави // Вісник ПФУ. – 2007/4. – С. 6-7.

13. **Жила О.** Виплати інвалідам у поточному році // Вісник ПФУ. – 2007/2. – С. 18-19.

УДК 658.87(477)

*Аспір. Р.В. Криган; доц. Т.В. Футало, канд. екон. наук –
Львівська КА*

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Торгівля – це одна з найважливіших сфер економічної діяльності, від якої значно залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність у глобалізованому світі. Тому вона потребує кардинальних змін відповідно до сучасних вимог за різними напрямками її діяльності, зокрема, в розвитку роздрібної торговельної мережі в регіонах. Розглянуто стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі і роздрібної торговельної мережі у Львівській області.

Ключові слова: роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі, регіональний розвиток.

Post-graduate R.V. Krygan; assoc. prof. T.V. Futalo – L'viv commercial academy

Consisting and progress of retail point-of-sale network trends is of the Lviv region

Trade – it one of major spheres of economic activity, from which to a great extent quality of life of man, development of economy and its competitiveness, depends in the globalizing world. Therefore it needs cardinal changes in accordance with modern requirements after different directions of its activity in particular in development of retail point-of-sale network in regions. In the article, consisting and progress of retail business and retail point-of-sale network trends is examined of the Lviv region.

Keywords: retail business, retail point-of-sale network, progress of retail point-of-sale network trends, regional development.

Вступ. Роздрібна торгівля є однією із найбільш динамічних галузей в українській економіці. Структура роздрібної торговельної мережі, у якій тривалий час велику частку займала неорганізована торгівля, у загальноукраїнському масштабі покращується. Попри це, розвиток торговельної мережі, що розпочався лише останніми роками, залишається нерівномірним: торговельна мережа східних областей України та м. Києва значно розвиненіша, ніж в інших регіонах, концентрація роздрібних торговців у малих населених пунктах є невисокою.

Розвиток роздрібної торгівлі є передумовою для розвитку виробництва в державі, її розвиток прямо впливає на якість життя населення, і тому питання побудови ефективної торгівельної мережі, зокрема роздрібної, що безпосередньо контактує із споживачем, є вкрай актуальні та потребують дослідження.

Тому **метою дослідження** є аналіз стану та розвитку роздрібної торговельної мережі як складової ринкової економіки, а саме її склад, структуру та тенденції розвитку в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові аспекти розвитку роздрібної торгівлі та роздрібної торговельної мережі досліджені в роботах значної кількості українських і закордонних учених. Серед них можна виділити наукові праці В. Апопій, Н. Голошубової, Л. Дідківської, А. Мазаракі, Т. Футало. Вчені фокусують увагу на роздрібній торгівлі, основу якої становить задоволення кінцевих потреб споживачів і забезпечення безперервності процесу суспільного відтворення [1, с. 78].

Сучасний стан трансформації ринку роздрібної торгівлі характеризується становленням нових форматів – торгових мереж, які виступають каталізаторами прогресивних інноваційних процесів у сфері товарного обігу, а також дають змогу швидкого розвитку регіонів і цивілізованої конкуренції.

Виклад основного матеріалу. Дослідження варто розпочати з визначення понять "роздрібна торгівля" і "роздрібна торговельна мережа".

1. Роздрібна торгівля – торгівля, у якій покупцем є кінцевий споживач, а не комерційне підприємство чи організація [15, с. 34].
2. Роздрібна торгівля – це діяльність із продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їхнього власного некомерційного використання незалежно від форми розрахунків [1, с. 23].

До цих визначень доцільно додати, що роздрібна торгівля є кінцевим етапом доведення продукту до споживача і тому є важливим елементом ланцюжка руху вартості. Саме на показники роздрібної торгівлі орієнтуються інші елементи ланцюжка – оптова торгівля та виробництво, оскільки перспективи їхньої діяльності здебільшого залежать від того, чи купують їхні товари споживачі. Роздрібна торговельна мережа – це загальна сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою [1, с. 300]. Поняття "суб'єкти роздрібної торгівлі" містить поняття "організації", "підприємства", "одиниці".

Організація в роздрібній торгівлі – це роздрібний торговець, що об'єднує два або більше підпорядкованих (рідше – незалежних) торговельних підприємств і може доповнюватися будь-якою кількістю торговельних одиниць [1, с. 300]. Підпорядковані крамниці працюють в умовах внутрішнього госпрозрахунку, тоді як незалежні об'єднуються в організації на асоційованих засадах. Організації можуть бути складовими концернів, корпорацій, груп тощо.

Окремим підприємством у галузі роздрібної торгівлі є роздрібний торговець, що має самостійність [1, с. 301]: юридичну; організаційну; економічну; технологічну. Одиницею або пунктом продажу в роздрібній торгівлі вважають тих роздрібних торговців, у яких бракує принаймні однієї з названих вище ознак самостійності. Тобто одиниці завжди входять до складу підприємства чи організації [1, с. 301]. Поняття "роздрібний торговець" може стосуватися і підприємства і організації та одиниці.

Складові елементи роздрібної торговельної мережі представлені найрізноманітнішими видами та типами роздрібних торговців: торговельни-

ми комплексами, центрами, магазинами, дрібнороздрібними одиницями, торговими автоматами, пунктами продажу, поштою і віртуальними електронними мережами, ресторанами, кафе, їдальнями, барами, комбінатами обслуговування, салонами мод, ательє, перукарнями, пунктами побутового обслуговування, ринковими комплексами, ринками, їхніми філіями, майданчиками для ведення дрібнороздрібної торгівлі, аптеками, аптечними ятками, готельними комплексами, готелями, мотелями, кемпінгами, прокатними ательє та пунктами тощо.

Роздрібна торговельна мережа має важливе значення у будь-якій економічній моделі. Економічне значення полягає в раціональній організації завершального етапу кожного окремого циклу суспільного виробництва, забезпеченні швидкого і стабільного доведення товарів до споживачів, здійсненні мобільного кругообігу грошових коштів.

Соціальне значення не обмежується скороченням часу, зусиль і коштів, що витрачають споживачі на пошук і придбання товарів і послуг. Мережа роздрібної торгівлі забезпечує роботою велику частку зайнятості населення, джерелом доходу та створення доданої вартості країни. Це її завдання особливо актуальне в умовах економічної кризи, при зруйнованій промисловості.

На рівень зростання товарообігу у Львівській області вказує той факт, що темпи зростання роздрібного товарообігу на одну особу певний час перевищували темпи по Україні. За цим показником Львівська область у 2007 р. поступалась лише м. Києву, Харківській, Дніпропетровській і Закарпатській областям [11]. Варто зауважити, що на значення такого показника також впливають темпи скорочення населення як у цьому регіоні, так і в інших.

Активний розвиток торгівлі в Україні спричиняють такі чинники [11]:

- перевищення темпів росту роздрібного товарообігу над темпами росту реального ВВП України;
- стабільне зростання доходів і витрат населення, темпи якого оцінюють на рівні 7-12 % для міського населення України;
- підвищення купівельної спроможності;
- переорієнтація споживачів із цінового на якісні параметри під час купівлі товарів;
- покращення культури споживання внаслідок зростання потреб як до якості та асортименту товарів, так і до якості обслуговування;
- порівняно низький рівень конкуренції загалом та особливо низький – у деяких регіонах;
- низький рівень забезпеченості населення торговими площами;
- розвиток ринкової інфраструктури (транспортні мережі та засоби, енерго- та водопостачання тощо);
- високий рівень прибутків галузі та зацікавленість у внутрішніх інвестиціях та/або диверсифікації українських підприємств, де роздрібна торгівля стає одним із пріоритетних напрямків диверсифікації;
- набування досвіду та навиків роботи торгівлі й розвиток торгових форматів і мереж тощо. В Україні набувають підвищеного розвитку формати західного зразка, зокрема: гіпермаркети; супермаркети; дисконти; Cash & Carry.

Поряд із тим, присутні традиційні формати, які були успадковані з минулих часів: гастрономи, універсами та павільйони. Останні поступово витіс-

няються, але в найближчому майбутньому не будуть витіснені повністю, оскільки мають перевагу в наявності звичних для українського споживача активних комунікаційних процесів "продавець-покупець".

Одним із основних напрямків розвитку галузі стає пропозиція комфорту, тобто обслуговування, зручності, зрозумілості та чіткості, а також, передусім, задоволення під час придбання товару. Тому прогнозують активний розвиток формату самообслуговування – насамперед супермаркетів і гіпермаркетів, а також дисконтних магазинів, які працюють у форматі самообслуговування і зорієнтовано на споживачів із низькою купівельною спроможністю, що становлять основну частку населення країни. Дисконти також привабляють покупців із вищим рівнем доходів, яким подобається формат самообслуговування (за умови відсутності супермаркетів у районі їхнього проживання) та вигідного співвідношення ціни та якості.

Однією з найвагоміших тенденцій розвитку галузі є перерозподіл товарообігу на користь цивілізованих форм торгівлі. Згідно з інформацією консалтингової компанії Gfk-USM, у 2007 р. 42 % покупок в Україні було зроблено в місцях регулярної торгівлі проти 29 % у 2005 р. [11, с. 34]. Пріоритетними регіонами розвитку роздрібної торгівлі визначають регіони Донецька, Дніпропетровська, Харкова, Одеси, Львова та Києва [11, с. 56].

За деякими підрахунками, упродовж найближчих 5 років частка сучасних форматів досягне 20-40 %. Максимальний показник, з огляду на існуючі тенденції, прогнозують для Києва, Дніпропетровська, Одеси та Львова. Очікують вихід нових гравців і зміцнення існуючих позицій, як вітчизняних, так і зарубіжних. З-поміж них такі іноземні оператори: "Real" (Metro, Німеччина), "Рамсторг" (Росія), "Carrefour та Auchan" (Франція), "Tesco" (Великобританія), "Migros" (Туреччина).

Посилення конкуренції створюватиме цінність для споживача, який матиме вибір ціни, якості, місця придбання та іміджу, що максимально відповідатиме його потребам. На нашу думку, ринок роздрібної торгівлі України за таких швидких темпів розвитку скоро ввійде в стадію гострої конкуренції, яка визначить близько п'яти лідерів національного масштабу та великих регіональних гравців.

Географічно ринок роздрібної торгівлі України характеризується:

- нерівномірністю розвитку – зокрема, східний регіон акумулює в собі більшу кількість торгових об'єктів мереж роздрібної торгівлі, ніж західний, що свідчить також про його більшу насиченість і менший потенціал розширення;
- наявністю досить великої кількості регіональних ритейлерів зі своїми лідерами;
- тенденціями до виокремлення загальнонаціональних гравців, наприклад, корпорація "Fozzy Group".

Так, найбільшою регіональною мережею у східних областях України є "АТБ-маркет". Конкурують з нею ЗАТ "КС Трейдинг" (мережа "Пік") і ТВГ Rainford.

Лідером за темпами розвитку торговельних мереж в Україні виступає Київ, що обумовлено вищим, порівняно з рештою України, рівнем доходів мешканців столиці. Більша частина мереж міста належить національним опе-

раторам (корпорація "Fozzy Group", ДП "Квіза-Трейд", "Фуршет"). Найбільш відвідуваними є супермаркети "Сільпо", "Фуршет", "Велика кишеня". Мережа торгових об'єктів корпорації "Fozzy Group" у Києві складається з 28 супермаркетів "Сільпо", 22 дискаунтерів "Фора", 2-х гіпермаркетів "Фоззі". "Велика кишеня" налічує більше 10 об'єктів у столиці. Крім вітчизняних ритейлерів, активно розвивають свої мережі й великі міжнародні компанії. Іноземні торговельні компанії представлені "Metro", "Рамсторг", "Перехресток" та ін.

У західному регіоні продуктовий ритейл найкраще розвинений у Львові та Луцьку. Головними гравцями на ринку роздрібної торгівлі в Західному регіоні України є:

- ТзОВ "Торгова компанія "Інтермаркет" – представлена мережею супермаркетів "Арсен" (у Львові), мережею дисконтних магазинів "Барвінок" (у складі 13 магазинів у Львівській та Волинській областях), мережею магазинів-складів типу Cash & Carry (у м. Львові), магазинами "Інтермаркет" (у м. Львові);
- ЗАТ "Агроконтракт" – представлена у Волинській та Рівненській областях мережею супермаркетів "Колібри" та гуртівнями типу Cash & Carry "Агроконтракт";
- компанія "Корпорація "Пакко" – представлена дрібногуртовими магазинами "Пакко" (9 об'єктів), мережею супермаркетів "Вопак" (15 об'єктів);
- мережа супермаркетів "Наш край" – представлена 12-ма магазинами у Волинській та Рівненській областях.

Частка нових роздрібних форматів у загальному роздрібному товарообігу м. Львова становила у 2007 р. близько 15 %. Формуванню сприятливого клімату для розвитку торговельних мереж сприяють також і чинники зовнішнього середовища, зокрема низька забезпеченість населення Західного регіону України об'єктами роздрібної торгівлі – 2 об'єкти роздрібної торгівлі на 1000 осіб (тоді як у Польщі цей показник становить 10 об'єктів на 1000 осіб, а в Угорщині – 16).

Обсяг ринку роздрібної торгівлі в Україні постійно зростає протягом останніх років. Зокрема, за підсумками 2007 та 2006 рр. щорічне зростання по країні загалом становило 20 %, а по Києву – 25-30 %. Темп зростання цивілізованого роздрібного товарообігу в Україні становить 15-20 % на рік, у Києві темпи є вищими. Станом на 01.01.2007 р., обсяг роздрібного товарообігу в Україні досяг 17,8 млрд грн, зростання, порівняно з аналогічним періодом попереднього року, становило 37,7 %. Обсяг роздрібного товарообороту у Києві на вказану дату становив 5,5 млрд грн (17,5 % від загальноукраїнського), зростання становило 28 %. За підсумком 2007 р., на супермаркети в Україні припадало 8 % загального товарообігу (у вартісному вираженні), 3 % на магазини Cash & Carry, 24 % на невеликі продуктові магазини. Переважна частина товарообороту супермаркетів припадає на ринок Києва та кількох обласних центрів. На частку "Великої Кишені" й інших марок, що належать ТзОВ "Квіза-Трейд", припадало, за підсумками першого півріччя поточного року, до 10,5 % роздрібного організованого товарообігу м. Києва.

Основними тенденціями ринку є:

- витіснення невеликих магазинів (гастрономів) супермаркетами; невизначеність форматів торгівлі. Більшість торговельних мереж не мають чіткого по-

зиціювання. Крім цього, залежно від рівня розвитку ринку простежують певні відмінності у форматах мереж у Києві та регіонах. Наприклад, якщо в Києві найпопулярнішим форматом магазину є супермаркет, то в регіонах найбільш популярними є дискаунтери;

- посилення конкуренції та активний процес поділу ринку між операторами: як свідчить міжнародний досвід, конкуренція між форматами роздрібної торгівлі починається, коли їхня частка становить 30 %. На сьогодні до конкурентної межі наближається лише ринок Києва. Зокрема, за даними Головного управління споживчого ринку та торгівлі Києва, місто наприкінці 2007 р. було забезпечене торговельними майданчиками на 118,5 % від нормативу, а в окремих районах (Оболонь, Печерськ та ін.) – 130 %. За оцінками експертів, лише за 2007 р у Києві було відкрито 150 підприємств торгівлі, тому конкуренція на ринках ритейлу великих міст з'явиться у найближчі три роки;
- значне посилення конкуренції між національними мережами супермаркетів та активна експансія київських мереж у регіони України. Очікуване розширення столичних торговельних мереж на регіональні ринки у найближчі 1,5-2,0 роки.

Висновки. Роздрібна торгівля – це одна з найважливіших сфер економічної діяльності, від якої значно залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність у глобалізованому світі. Тому в майбутніх наших дослідженнях ми будемо відстежувати основні тенденції та шляхи розвитку роздрібної торгівлі, їхній регіональний аспект, функціонування роздрібної торговельної мережі, які в ринкових умовах потребують кардинальних змін відповідно до сучасних вимог за різними напрямками діяльності.

Література

1. **Апопій В.В, Міщук І.П., Ребицький В.М.** та ін. Організація торгівлі : підручник. – 2-ге вид. [переробл. та доп.] / за ред. В.В. Апопія. – К. : Центр навч. літ-ри, 2005. – 616 с.
2. **Ахметов іде в роздрібну торгівлю.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: http://www.rpl.net.ua/2007/07/13/akhmetov_de_v_rozdrbnu_torgvlju.html.
3. **В Україні активно розвивається рознична торгівля.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.ukrwine.pp.net.ua/news/2008-01-28-721>.
4. **Закон України "Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки".** [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=537-16>.
5. **Затишшя перед бурею.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: http://www.dialoh.com.ua/arhiv/2007/34-35/34-35_01.htm.
6. **Комерційна діяльність на ринку товарів і послуг** / за ред. проф. В.В. Апопія, проф. Я.А. Гончарука. – К. : НМЦ "Укоопосвіта", 2002. – 458 с.
7. **Концепція розвитку торгівлі у м. Львові (до 2010 р.).** [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.gromada.lviv.ua/articles/2007/04/10/333.html>
8. **Мазурик В.В.** Сьогодення і майбутнє електронної торгівлі в Україні.). [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.intkonf.org/mazurik-vv-sogodennya-ta-maybutne-elektron-noyi-torgivli-v-ukrayini/>.
9. **Обсяг роздрібного товарообороту підприємств за 2007 р.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2008/0108/9.doc>
10. **Обсяг роздрібного товарообороту підприємств за січень-березень 2008 р.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2008/0408/87.doc>.
11. **Огляд галузі роздрібної торгівлі.** [Електронний ресурс]. – Доступний з: http://www.credit-rating.com.ua/ru/file_viewer.html?id=567f6c8412c08169ae58869dde2483ad.