

ШПИЛЬОВА Ю. Б.

к. е. н.

ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»
shpuleva_y@ukr.net

ЦАРУК І. М.

к. е. н.

Житомирський державний технологічний університет Кандидат економічних наук
irinatsaruk@rambler.ru**РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ РОЗВИТКУ**

Торгівля посідає важливе місце в структурі господарського комплексу кожного регіону, є джерелом формування бюджетів усіх рівнів, фактором забезпечення соціальної стабільності в суспільстві, інструментом збалансованого розвитку внутрішнього товарного ринку, чинником зайнятості населення, стимулом розвитку інвестиційних процесів. Економічні та суспільні перетворення, які відбуваються в країні, досить суттєво впливають на розвиток та розміщення об'єктів роздрібної торгівлі. В статті для оцінки розвитку роздрібної торгівлі в регіональному розрізі авторами використано індексний метод, за допомогою якого порівняно основні показники зазначеної сфери діяльності в регіонах країни, проведено їх ранжування та групування. Визначено основні тенденції, проблеми та шляхи подальшого розвитку роздрібної торгівлі як України, так і її регіонів.

Ключові слова: роздрібна торгівля, об'єкти торгівлі, торгова площа магазинів, інтегральний індекс.

ШПИЛЕВАЯ Ю. Б.

к. э. н.

ГУ «Институт экономики природоиспользования и стабильного развития НАН Украины»
shpuleva_y@ukr.net

ЦАРУК И. М.

к. э. н.

Житомирский государственный технологический университет
irinatsaruk@rambler.ru**РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ УКРАИНЫ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ**

Торговля занимает важное место в структуре хозяйственного комплекса каждого региона, является источником формирования бюджетов всех уровней, фактором социальной стабильности в обществе, инструментом сбалансированного развития внутреннего товарного рынка, фактором занятости населения, стимулом развития инвестиционных процессов. Экономические и общественные преобразования, происходящие в стране, весьма существенно влияют на развитие и размещение объектов розничной торговли. В статье для оценки развития розничной торговли в региональном разрезе авторами использован индексный метод, с помощью которого сравниваются основные показатели указанной сферы деятельности в регионах страны, осуществлено их ранжирование и группировка. Определены основные тенденции, проблемы и пути дальнейшего развития розничной торговли как Украины, так и ее регионов.

Ключевые слова: розничная торговля, объекты торговли, торговая площадь магазинов, интегральный индекс.

SHPYLYOVA Y. B.

candidate of economic sciences

Public Institution "Institute of Environmental Economics and Sustainable Development
of NAS of Ukraine", Kyiv
shpuleva_y@ukr.net

TSARUK I. M.

candidate of economic sciences

Zhytomyr State Technological University
irinatsaruk@rambler.ru

RETAIL TRADE OF UKRAINE: REGIONAL LEVEL OF DEVELOPMENT

Trade has an important place in the economic structure of each region; it is the source of the budgets of all levels, a factor of social stability, an instrument of balanced development of the domestic commodity market, a factor of employment, incentive of the development of investment processes. Economic and public transformations, happening in our country, have an substantially influence on development and placement of objects of retail trade. Authors proposed to use an index method by which the basic indicators of the indicated sphere of activity are compared in the regions of country. Their ranging and grouping are carried out. There are the basic trends, problems and ways of further retail development, both Ukraine and its regions, are certain in the article.

Keywords: retail trade, trade objects, point-of-sale area of shops, integral index.

Соціальне значення роздрібної торгівлі полягає не тільки в скороченні часу, зусиль і коштів, що затрачають споживачі на пошук і придбання товарів і послуг. Вона займає особливе місце в розвитку нової економічної системи і соціальної сфери, що формуються в Україні. Мережа роздрібної торгівлі забезпечує значну частку зайнятості населення, є джерелом доходу та створення доданої вартості країни. Розвиток роздрібної торгівлі є передумовою для розвитку виробництва в державі, прямо впливає на якість життя населення, і тому питання побудови ефективної торгівельної мережі, зокрема роздрібної, що безпосередньо контактує зі споживачем, є вкрай актуальними та потребують дослідження.

Відповідно з Програмою економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [2] виділено 5 напрямів стратегічних перетворень, серед яких необхідно виділити збереження та розвиток людського й соціального капіталу. У відповідності з цим соціальна орієнтація економіки, диспропорції у регіональному розвитку вимагають посилення ролі роздрібної торгівлі, прискорення її розвитку у всіх регіонах країни. Необхідно наголосити, що саме регіональний аспект розвитку і функціонування роздрібної торгівлі набуває сьогодні особливої актуальності, оскільки в цій сфері спостерігаються негативні явища.

Особливості розвитку торгівлі як сфери національної економіки розглядаються в багатьох наукових публікаціях. Теоретичні та практичні питання розглянуто у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, зокрема В. Апопій, Ю. Баженова, І. Бланка, Л. Брагіна, Б. Бермана, Н. Власова, Т. Данько, Н. Егорової Н. Голошубова, Л. Лігоненко, А. Мазаракі та ін. У роботах цих авторів розкрито суть торгівлі загалом та її структурних елементів, а також обґрунтовано чинники, закономірності, які впливають на ефективність діяльності об'єктів роздрібної торгівлі.

Метою даної статті є дослідження сучасного стану та виявлення основних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в регіональному аспекті.

Проблема забезпеченості населення об'єктами торгівлі залишається досить гострою та нерозв'язаною. Її суть полягає в суттєвій регіональній диференціації щодо забезпеченості населення торговельною мережею та суттєвих кількісних змінах у її розвитку.

Незважаючи на позитивні передумови розвитку торгівлі, роздрібна мережа зберігає стійку тенденцію до скорочення. Протягом останніх 11 років кількість об'єктів торгівлі скоротилась на 39 тис. од. і в 2011 р. становила 62,2% рівня 2000 року. В окремих регіонах цей показник ще нижчий: Сумська – 46%, Чернігівська – 50,1, Хмельницька – 52,4, Миколаївська область – 53,8%, в цілому по Україні зазначений показник нижче 60% в 15 регіонах, його зростання відбулося лише в м. Києві [4, 5]. Така ситуація в регіонах посилюється вибуттям побудованих ще у 60-х роках старих споруд, будинків, де були розташовані магазини, а також перепрофілізацією багатьох з них. Диференціація розвитку роздрібної торгівлі має не тільки регіональний, але й територіальний характер (міська та сільська системи розселення). Вибуття об'єктів торгівлі в сільській місцевості за 2000–2011 рр. становило майже 18 тис. од. (46,4% рівня 2000 р.). Скорочення кількості об'єктів роздрібної торгівлі в сільській місцевості перевищує 50% в 19 регіонах. Критичною є ситуація в Харківській області, де в порівнянні з 2000 р. скорочення склало 77% (в 2000 р. функціонувало 1434 об'єкти, а в 2011 р. лише 330), Сумській та Луганській областях на сьогодні функціонує по 31% об'єкту від зазначеного рівня. Катастрофічне скорочення

об'єктів торгівлі відбувається переважно за рахунок зменшення магазинів (в сільській місцевості на 57,4%) [5], причому це більшою мірою відбувається за рахунок скорочення продовольчих магазинів). Крім того, близько чверті населених пунктів не мають ані стаціонарних, ані пересувних об'єктів торгівлі. Підтвердженням цього є зростання радіусу доступності до об'єктів роздрібної торгівлі. Так, якщо в 2000 р. цей показник становив близько 1,4 км, то в 2011 р. він зріс майже вдвічі. Така ситуація досить негативно впливає на соціальні настрої населення, яке не може задовольнити елементарні потреби в товарах першої необхідності, не говорячи вже про одяг, побутову техніку, меблі тощо.

Поряд з цим мають місце суттєві деформації в розміщенні об'єктів торгівлі в містах. Закриття діючих та відкриття нових торговельних об'єктів відбувається стихійно, без узгодження з генеральним планом розвитку, вимогами щодо «пішохідної» доступності торговельних об'єктів, що реалізують товари першої необхідності. В окремих містах повністю зруйнована мережа хлібних, овочевих, книжкових, галантерейних магазинів, у той же час надмірною є чисельність аптек та «бутіків», магазинів з продажу автотранспортних засобів, ювелірних виробів.

Щодо забезпечення населення України магазинами, то в розрахунку на 10 тис. осіб їх кількість складає 11 од. з найвищими показниками в Чернігівській області (14 од.), хоча таке лідерство є досить сумнівним, оскільки цей регіон не виділяється ані високими показниками щодо кількості об'єктів, ані кількістю населення.

У відповідності з Державними будівельними нормами України «Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень ДБН 360-92» в магазинах торгова площа у розрахунку на 1000 осіб населення у міських поселеннях має бути не менше 230–245,2 кв. м, з них продовольча – 80 кв. м та непродовольча – 150 кв. м. У сільській місцевості відповідно 250, 85 і 165 кв. м [1].

Відповідно до ст. 15 Закону України «Про державні соціальні стандарти та соціальні гарантії» до державних соціальних нормативів у сфері побутового обслуговування, торгівлі та громадського харчування включається норматив забезпечення торговельною площею та місцями у закладах громадського харчування. Порядок застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах затверджено Наказом Міністерства економіки України від 02.09.2008 № 409 (з1017-08). Нормативи забезпеченості населення торговельними площами відображають мінімальний розмір торговельної площі всіх видів і типів магазинів незалежно від форм власності та відомчої належності (у кв. м), який припадає на 1000 чоловік обслуговуваного населення [3].

На сьогодні в Україні на 1 тис. осіб припадає 197,5 кв. м торгової площі, в місті цей показник склав 257,2, у сільській місцевості – лише 66,0 кв. м (табл. 1).

Таблиця 1

Рівень забезпеченості населення України торговими площами у магазинах, кв. м

Роки	Усього			у тому числі					
	норматив	фактичні показники	% до нормативу	місто			село		
				норматив	фактичні показники	% до нормативу	норматив	фактичні показники	% до нормативу
2008	304	175,3	57,6	359	226,0	63,0	250	65,3	26,0
2009	312	174,4	55,9	367	225,1	61,3	256	63,6	25,0
2010	319	184,2	57,7	376	237,9	63,3	262	66,3	25,2
2011	340	197,5	58,1	404	257,2	63,7	281	66,0	23,5
2012	361	212,4*	58,9	432	278,0*	64,4	301	63,5*	21,1

Джерело: [3–5]. *Дані попередні

Як свідчать наведені вище дані, розрив між нормативом та фактичними показниками з

року в рік збільшується. Однією з причин такого стану речей є те, що у більшості регіонів відбувається скорочення торговельних площ. Лише у п'ятих регіонах забезпеченість населення торговельними площами перевищує 200 кв. м на 1 тис. осіб. Тобто, щоб досягти загального нормативу по площах необхідно їх кількість збільшити майже в двічі, що на сьогодні є недосяжним орієнтиром, оскільки кількість об'єктів торгівлі постійно скорочується [4].

За досліджуваний період у структурі споживання населення та, як наслідок, у структурі продажів відбулися суттєві зміни. Якщо в 2000 р. внаслідок інфляційних процесів, зростаючих цін, низького рівня доходів населення у товарній структурі роздрібного товарообороту переважала частка продовольчих товарів, то в 2009–2011 рр. питома вага реалізації непродовольчих товарів значно підвищилася (2011 р. – до 61,1%). У структурі роздрібного товарообороту підприємств за 2011 р. на товари вітчизняного виробництва припадало тільки 61,9%, що на 2,4 в.п. менше попереднього року та на 8,6 в.п. в порівнянні з 2000 р. Якщо в 2005 р. частка продовольчих товарів, які вироблені на території України, складала 90,9%, а непродовольчих 57,6%, то в 2011 р. відповідно 87,2% й 47,2% [4, 5]. Це свідчить про недостатній розвиток національного виробництва споживчих товарів, неефективність зусиль щодо їх пріоритетного просування, наявність недоліків стосовно заходів тарифного і митного регулювання обороту споживчих товарів, внаслідок яких вітчизняні товари стали неконкурентоспроможними, насамперед за цінами, незважаючи на те, що більшість товарів масового споживання за якістю є кращими.

Для оцінки розвитку роздрібної торгівлі в регіональному розрізі використаємо індексний метод, за допомогою якого порівняємо основні показники зазначеної сфери діяльності в регіонах країни, проведемо їх ранжування та групування. Проаналізувавши сильні та слабкі сторони ряду методик використання індексного методу, нами пропонується наступна етапність розрахунку інтегрального індексу розвитку роздрібної торгівлі в регіонах [6].

Перший етап — індексація статистичних показників. Визначаються індивідуальні індекси показників за формулами, що залежать від того, чи є показник стимулятором (позитивом вважається його збільшення) чи дестимулятором (позитивом вважається його зменшення). Для розрахунків ми використали тільки показники-стимулятори. Індивідуальні індекси для показників-стимуляторів розраховуються за формулою:

$$Y_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k}{X_{j\max}^k}, \quad (1)$$

де X — значення показника; i — номер території ($i = \overline{1, m}$; $m = 27$); j — номер показника-індикатора ($j = \overline{1, n}$); k — група показників, що відповідає критерію оцінювання ($k = \overline{1, p}$; $p = 6$): підрядковий індекс тах відносять величину відповідно до максимального значення за сукупністю. Для розрахунків в роботі використовувались максимальні значення за 2000, 2005, 2010, 2011 роки.

На другому етапі на основі індивідуальних індексів розраховуємо інтегральний груповий індекс Y_i^k за формулою:

$$Y_i^k = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n (1 + Y_{ij}^k)} - 1. \quad (2)$$

При розрахунках по другому етапу нами не враховувались значення показників по м. Київ, оскільки цей регіон без сумніву є лідером в розвитку роздрібної торгівлі. Підтвердженням цього є офіційні статистичні показники.

Важливе значення у процесі порівняльного аналізу й оцінки має групування та класифікація територій за рівнем комплексності суспільної безпеки на основі отриманих інтегральних індексів. Групування пропонуємо проводити шляхом поділу сукупності територій на чотири групи з рівними інтервалами. Величина інтервалу групування (h) визначається за формулою [6, с. 61–62]:

$$h = \frac{Y_{\max} - Y_{\min}}{r} \quad (3)$$

Необхідно зазначити, що для більш повного аналізу при групуванні до уваги не приймалися найменший та найбільший індекс. Ці регіони приєднувались відповідно до груп з найвищими або найнижчими показниками.

На основі запропонованої методики обчислено інтегральні групові індекси розвитку роздрібної торгівлі у 2000, 2005, 2010 і 2011 роках (табл. 2).

Для аналізу стану та динаміки забезпечення об'єктами роздрібної торгівлі населення регіонів України як складової суспільної безпеки використано такі показники:

- роздрібний товарооборот на 1 особу, в розрізі місто – село, грн.;
- кількість найманих працівників на підприємствах роздрібної торгівлі у розрахунку на 10 тис. населення (осіб);
- забезпеченість населення об'єктами торгівлі в розрізі місто – село, у розрахунку на 10 тис. нас. (од.);
- забезпеченість населення торговою площею у магазинах в розрізі місто – село на 10 тис. осіб (кв. м).

Таблиця 2

Динаміка інтегрального індексу розвитку роздрібної торгівлі України та її регіонів

Регіони / роки	2000	2005	2010	2011
Україна	0,355	0,316	0,407	0,444
АРК	0,341	0,299	0,358	0,398
Вінницька	0,356	0,342	0,380	0,401
Волинська	0,365	0,349	0,423	0,459
Дніпропетровська	0,343	0,357	0,429	0,474
Донецька	0,352	0,281	0,350	0,355
Житомирська	0,403	0,346	0,372	0,393
Закарпатська	0,394	0,356	0,425	0,457
Запорізька	0,337	0,289	0,355	0,379
Івано-Франківська	0,324	0,247	0,315	0,342
Київська	0,366	0,341	0,635	0,718
Кіровоградська	0,363	0,334	0,384	0,400
Луганська	0,293	0,231	0,265	0,289
Львівська	0,402	0,360	0,397	0,403
Миколаївська	0,359	0,308	0,341	0,362
Одеська	0,346	0,339	0,453	0,497
Полтавська	0,399	0,319	0,386	0,406
Рівненська	0,320	0,299	0,373	0,409
Сумська	0,421	0,278	0,296	0,319
Тернопільська	0,321	0,252	0,307	0,330
Харківська	0,349	0,294	0,363	0,386
Херсонська	0,348	0,306	0,374	0,380
Хмельницька	0,399	0,332	0,359	0,384
Черкаська	0,372	0,288	0,348	0,385
Чернівецька	0,310	0,268	0,340	0,359
Чернігівська	0,484	0,395	0,407	0,464
м. Севастополь	0,382	0,413	0,497	0,536

Інтегральний індекс розвитку роздрібної торгівлі загалом по країні покращився: якщо у 2000 р. він складав 0,355, то у 2011 р. – 0,444. В регіональному розрізі він був досить

строкатим: в останні два роки регіони-лідери не змінилися – Київська (відповідно 0,635 та 0,718), Одеська області (0,453 та 0,497) та м. Севастополь (0,497 та 0,536). В 2011 р. до регіонів-аутсайдерів: Луганської, Сумської, Тернопільської, Івано-Франківської, Чернівецької, Миколаївської, – приєдналась Донецька область. Якщо порівнювати інтегральні показники 2000 та 2011 років, то ситуація в роздрібній торгівлі значно погіршилась: зменшилась кількість регіонів з достатнім рівнем розвитку та збільшилась кількість регіонів з низьким та нижче середнього рівня (рис. 1, 2, 3).

Достатній рівень розвитку роздрібною торгівлі в 2000 р. був властивим для регіонів, які увійшли до четвертої групи, з найвищими показниками (Львівська, Хмельницька, Житомирська Чернігівська Сумська та Полтавська (індекси мали значення більше 0,397), оскільки середні значення обраних ознак мали найвищі позначки.

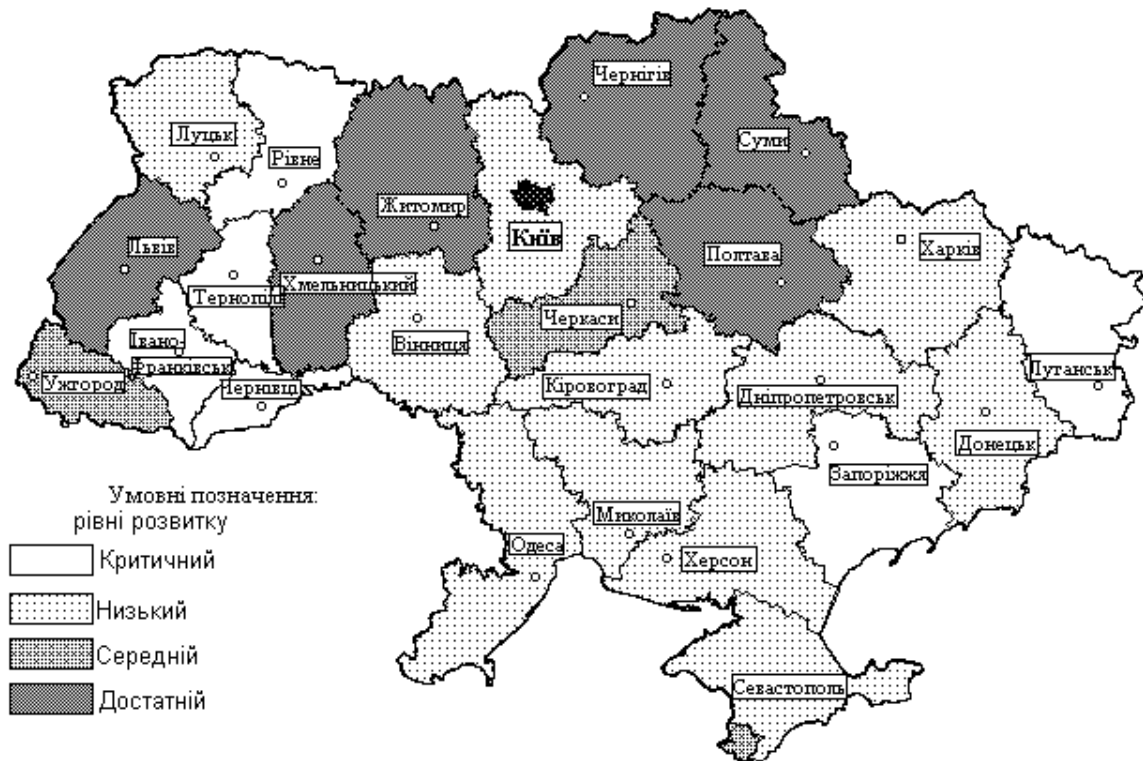


Рис. 1. Регіональні відмінності в розвитку роздрібною торгівлі в 2000 р.

Критичний рівень розвитку мали Запорізька, Рівненська, Тернопільська, Івано-Франківська та Чернівецька область (індекси менше 0,338).

Кардинально змінилась ситуація в 2005 р. (рис. 2). Достатній рівень розвитку, за нашими розрахунками, мали лише Чернігівська область та м. Севастополь. Погіршилась ситуація в Хмельницькій, Львівській та Житомирській областях: ці регіони втратили свої позиції, увійшовши до групи з середнім рівнем розвитку. Найбільше втратила свої позиції Сумська область, потрапивши до групи з критичним рівнем розвитку роздрібною торгівлі.

Першу групу формують регіони, які характеризуються низькими порівняно з іншими значеннями комплексних ознак розвитку роздрібною торгівлі. До цієї групи входять 6 регіонів, зокрема Луганська, Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька Сумська та Донецька області. Два останніх регіони приєдналися до цієї групи в 2005 р. Зазначені регіони як і на початку періоду, так і в 2005 р. мали одні з найнижчих показників щодо забезпеченості населення як об'єктами торгівлі, так і торговими площами, особливо в сільській місцевості.

Порівнюючи особливості розвитку роздрібною торгівлі за 2000–2011 рр., необхідно зазначити, що ситуація кардинально змінилась. Особливістю цього періоду є те, що зменшилась кількість регіонів з середнім рівнем розвитку та змінилися лідери за показниками забезпеченості (рис. 3).

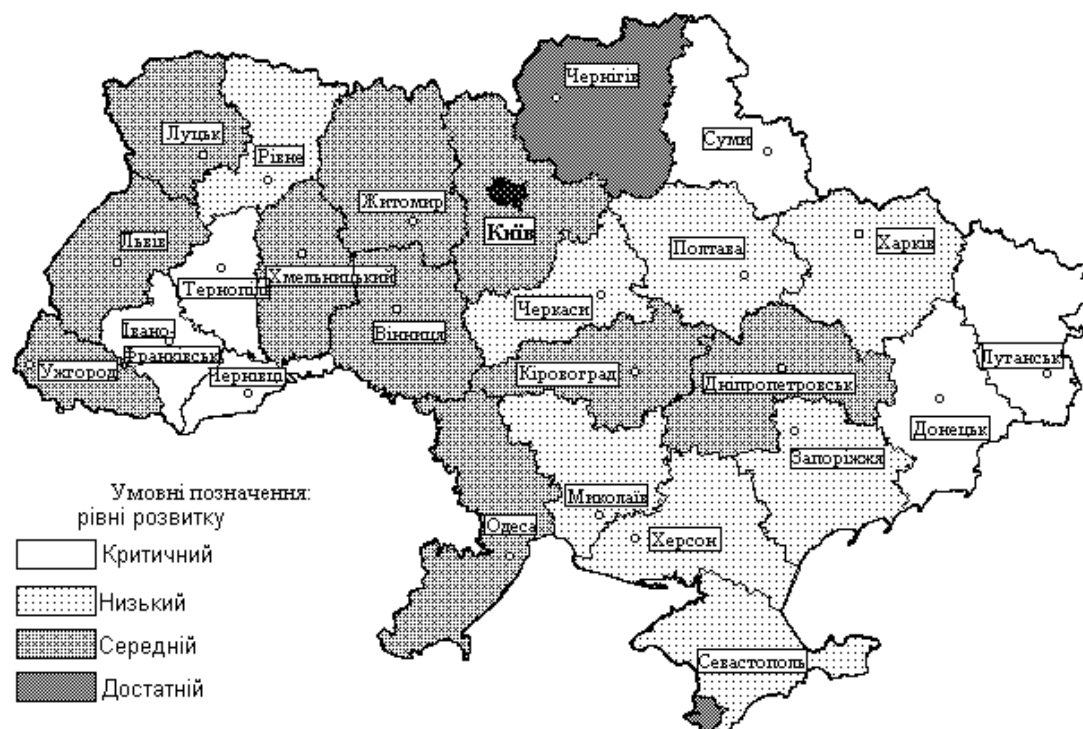


Рис. 2. Регіональні відмінності в розвитку роздрібної торгівлі в 2005 р.

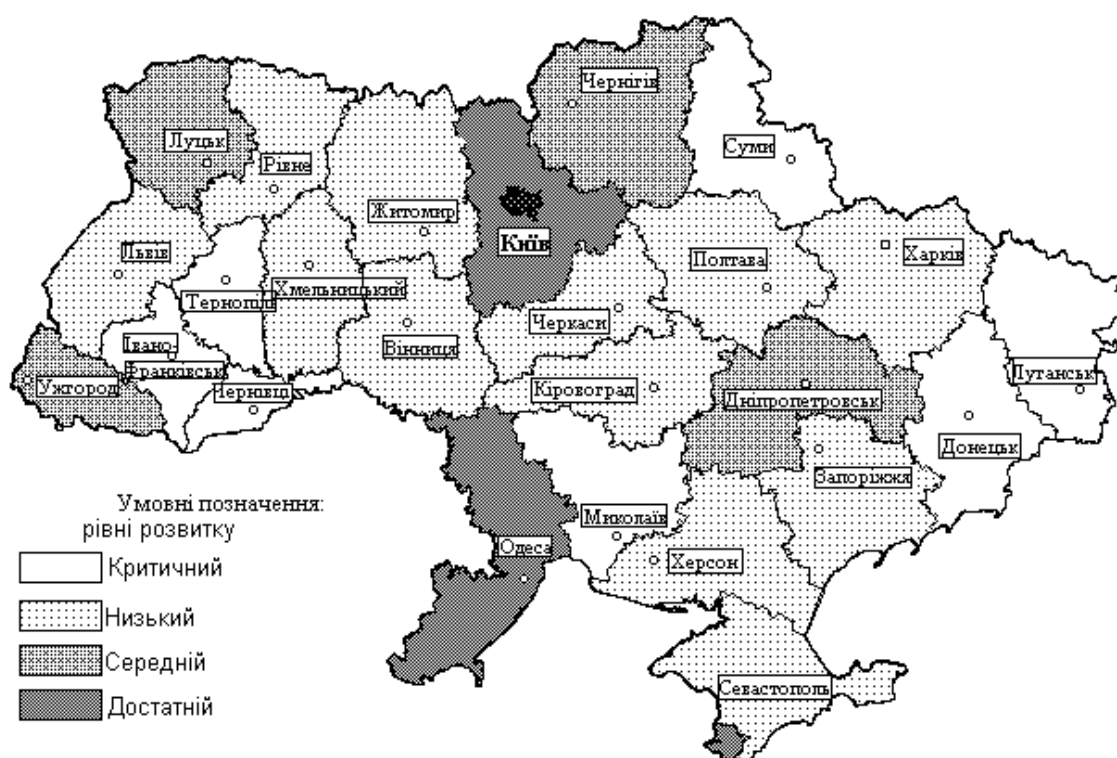


Рис. 3. Регіональні відмінності в розвитку роздрібної торгівлі в 2011 р.

Достатній рівень розвитку роздрібної торгівлі в 2011 р. був характерний для м. Севастополь та Одеської області. Подальші заходи розвитку торговельної сфери для цієї групи мають спрямовуватись на збереження існуючої ресурсної бази та підвищення ефективності її використання.

Наступну групу утворюють регіони з середнім рівнем розвитку, які мають значення ознак вищі за середній рівень, до якої увійшли 4 регіони (Закарпатська, Волинська, Чернігівська та Дніпропетровська області). Одним із основних напрямків розвитку роздрібної торгівлі для зазначених територій є покращення якісних показників, зокрема

розширення асортименту та якості товарів, що пропонуються до продажу, підвищення рівня обслуговування клієнтів тощо.

Наступні дві групи – регіони з низьким і критичним рівнем розвитку – утворюють 19 областей; сім з них, зокрема Луганська, Сумська, Тернопільська, Івано-Франківська, Донецька, Чернівецька та Миколаївська, входять до групи з критичним рівнем розвитку. Першочерговим завданням розвитку роздрібної торгівлі регіонів, що входять до першої групи, на перспективу мають стати розширення мережі об'єктів торговельної інфраструктури та нарощування їхніх потужностей.

Таким чином, основними проблемами розвитку роздрібної торгівлі, що впливають на якість життя як в цілому по країні, так і в окремих регіонах є:

- диспропорції в розміщенні об'єктів роздрібної торгівлі, особливо в розрізі «місто – село»;
- поширена практика здійснення торгівлі нестационарними об'єктами в невстановлених місцях та з порушенням основних гігієнічних норм та правил торгівлі;
- неефективне використання наявних ресурсів та майна, зменшення товарного асортименту, відсутність у роздрібній торгівлі значної частини товарів першої необхідності;
- незадовільні техніко-технологічні характеристики сфери (значна кількість підприємств сфери не пристосована для обслуговування осіб з обмеженими фізичними можливостями, недостатньо розвинена складська та логістична інфраструктура);
- недостатнє поширення прогресивних методів обслуговування покупців, що особливо помітно в невеликих об'єктах торгівлі;
- недотримання санітарно-гігієнічних вимог щодо зберігання та транспортування товарів споживчої групи, порушення об'єктами торгівлі термінів реалізації продуктів харчування;
- недостатній рівень забезпеченості площами сучасного формату в малих містах, відсутність територій для побудови нових торговельних центрів у великих містах;
- відсутність ефективних механізмів захисту прав громадян-покупців; низька поінформованість споживачів щодо своїх прав та обов'язків.

Основними причинами такого стану у сфері торгівлі є неефективний механізм державного регулювання сфери торгівлі; недоліки нормативно-правового регулювання функціонування торговельних об'єктів; відсутність єдиної системи управління якістю товарів і послуг; відсутність комплексного механізму стимулювання інноваційної активності в роздрібній торгівлі (особливо в сільській місцевості).

Для покращення якості функціонування роздрібної торгівлі необхідно забезпечити реалізацію наступних заходів:

- удосконалити податковий контроль за діяльністю підприємств роздрібної торгівлі; впровадити пільговий режим оподаткування для об'єктів торгівлі у сільській місцевості; посилити державне стимулювання малого бізнесу в цій сфері діяльності;
- посилити регулюючу функцію держави в сфері ціноутворення та забезпечення доступності послуг сфери роздрібної торгівлі;
- оновити Державні стандарти щодо якості товарів, їх зберігання, транспортування, пакування;
- забезпечити державну підтримку підприємствам роздрібної торгівлі для впровадження інновацій.

У зв'язку з цим нагальною є розробка й ухвалення закону про внутрішню торгівлю і торговельну діяльність для того, щоб чітко визначити основні напрями переходу до цивілізованої торговельної діяльності, механізми та інструменти стимулювання підприємницької діяльності. Основними шляхами реалізації захисту прав споживачів є розробка та прийняття Державної цільової програми захисту прав споживачів в Україні, що відповідатиме практиці ЄС, де ухвалена та успішно реалізується Стратегія споживчої політики ЄС на 2007–2013 роки. До вітчизняного програмного документу слід включити такі заходи:

- розроблення нових і гармонізацію чинних законодавчо-нормативно-правових актів з документами ЄС у сфері захисту прав споживачів;
- забезпечення представництва та збільшення впливу споживачів на формування політики в сфері захисту прав споживачів та технічного регулювання;
- захист внутрішнього ринку від небезпечних та неналежної якості товарів (робіт, послуг), створення гарантій їх безпечності та якості;
- забезпечення розвитку наукових досліджень у сфері захисту прав споживачів;
- створення системи стимулів для виробників і продавців якісної та безпечної продукції;
- здійснення на державному рівні заходів щодо захисту споживачів від потенційних ризиків, пов'язаних з використанням генетично модифікованих організмів, харчових добавок тощо.

Одним із ключових напрямів подальшого розвитку роздрібної торгівлі є розробка Стратегії розвитку торгівлі в Україні, яка б включала аналіз та оцінку розвитку роздрібної торгівлі, цілі, завдання та пріоритетні напрями її розвитку. Стратегія також має визначати цільові орієнтири, етапи, часові проміжки та соціально-економічні наслідки її реалізації, механізми, інструменти і способи досягнення визначених цілей та завдань.

Список використаних джерел

1. Містобудування. Планування і забудова міських і сільських поселень: ДБН 360-92 : наказ Держкоммістобудування від 17 квіт. 1992 № 44 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://dbn.at.ua/load/normativy/dbn/dbn>.
2. Національний план дій на 2012 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» : указ Президента України від 12 берез. 2012 р. № 187/2012 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/187/2012>.
3. Порядок застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах : наказ Міністерства економіки України від 02 вер. 2008 р. № 409 (z1017-08) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>.
4. Роздрібна торгівля України 2011 році : [стат. зб.]. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 177 с.
5. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках : [стат. зб.]. — К. : Державна служба статистики України, 2011. — 191 с.
6. Шубалий О.М. Методичні та практичні засади інтегрального оцінювання комплексності використання лісоресурсного потенціалу / О.М. Шубалий // Науково-інформаційний журнал Статистика України. — 2011. — № 3. — С. 60–66.