

УДК 339.3:338 (477)

Ільченко Н. Б.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Проведено оцінку пріоритетних напрямів розвитку оптової торгівлі. Проаналізовано статистичні показники діяльності підприємств оптової торгівлі. Запропоновано шляхи подальшого реформування оптової торгівлі в Україні як форми регулювання оптової торгівлі в межах концептуальних основ її розвитку.

Ключові слова: оптова торгівля, функції оптової торгівлі, функції оптової ланки, потреби споживачів, оптові ринки сільськогосподарської продукції.

Постановка проблеми. Перехід України до ринкової економіки вимагав роздержавлення оптової торгівлі, здійснення демонополізації і лібералізації торгово-посередницької діяльності, диверсифікації її форм. Внаслідок цих процесів на оптовому ринку України за останнє десятиріччя з'явилася значна кількість малих оптових посередників. Більшість з них здійснюють посередницьку діяльність без надбання статусу юридичної особи. Мета функціонування оптової ланки полягає в опосередкуванні зростаючого у масштабі товарно-грошового обміну між сферами виробництва та споживання, між окремими галузями економіки, між регіонами України та з іншими країнами, забезпечуючи необхідні темпи і пропорції відтворювального процесу та збалансування сукупного споживчого попиту і товарної пропозиції.

Таким чином, особливості та ефективність функціонування оптової торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі і завдання цієї важливої підсистеми сфери товарного обігу в концептуальному плані не визначені, що і обумовлює актуальність досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні аспекти досліджуваної проблеми знайшли відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.В. Апоптія, Л.В. Балабанової, І.О. Бланка, Л.О. Брагіна, Н.А. Голошубової, В. Даненбурга, А.А. Мазаракі, Ф. Котлера, Р. Монкріфа, В.П. Онищенко, М.В. Опельбаума, В.К. Памбукчиянца, Ф.Г. Панкратова, В.М. Торопков, В.О. Точиліна, К.П. Пашаєва, Ч. Фатреллата інших.

Аналіз наукових праць і практики господарської діяльності в умовах перехідного періоду виявив негативні тенденції, що склалися на підприємствах оптової торгівлі.

Мета дослідження – дослідити розвиток оптової торгівлі, визначити місце оптової торгівлі в соціально-економічному розвитку країни та можливі проблеми, запропонувати напрямки щодо покращення діяльності підприємств оптової торгівлі як елементу сфери товарного обігу в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Основними оптовими посередниками є підприємства – юридичні особи. За даними Державного Комітету статистики України на 1 січня 2013 року в Україні діяло 57,5 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. У су-

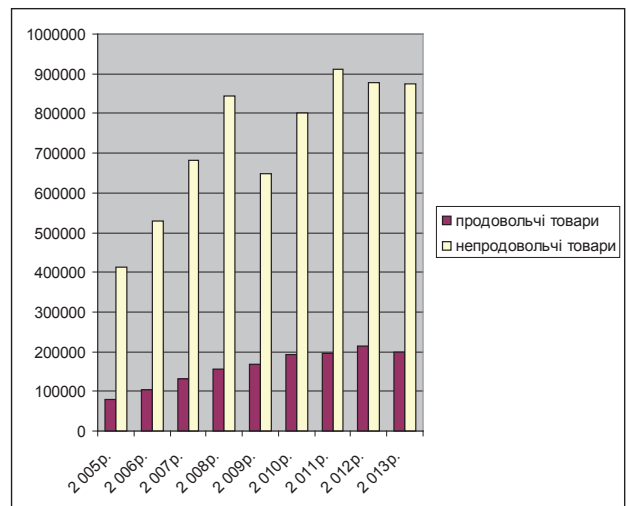


Рис. 1. Динаміка оптового товарообігу за 2005-2013 рр., млн. грн.

часних умовах найбільшого поширення набули партнерські оптові підприємства, засновані на колективній власності.

Так, на рис. 1. представлено динаміку оптового товарообігу за 2005-2013 рр.[1].

Товарообіг підприємств оптової торгівлі за 2012 року становив 1093290,8 млн грн., що на 18537,6 млн грн. більше, ніж у 2013 р. Тільки у м. Києві оптовий товарообіг у 2013 р. склав 416007,1 млн грн., у тому числі продовольчих товарів 62,4%, непродовольчих товарів – 37,6%. Проте питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва склала 37%.

У табл. 1. наведемо структуру оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр. [1]

Так, згідно з наведеними даними у 2013 р. у структурі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі найбільшу частку складав продаж непродовольчих товарів – 81,4%, що на 1,1% більше, ніж у 2012 р. і менше на 1%, ніж у 2011 р.

Найбільша частка оптового товарообігу у складі загального обороту підприємства, основним видом діяльності яких є оптова торгівля, спостерігалась на підприємствах м. Києва, Київської, Харківської, Львівської і Житомирської областей (97-91%), а найменша – на підприємствах Волин-

Таблиця 1
Динаміка структури оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр., %

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
продовольчі товари	16,1	16,4	16,2	15,5	20,6	19,5	17,6	19,7	18,6
непродовольчі товари	83,9	83,6	83,8	84,5	79,4	80,5	82,4	80,3	81,4

ської, Закарпатської, Хмельницької і Вінницької областей (64-78%)).

Більше 70% обсягу оптового товарообігу країни припадало на підприємства чотирьох регіонів: м. Києва (39,8%), Донецької (15,1%) і Дніпропетровської (11%) та Харківської (5,2%) областей.

Частка оптової торгівлі товарами виробництва України порівняно з відповідним періодом попереднього року зменшилась і становила 63,3% від загального обсягу продажу, у тому числі частка вітчизняних непродовольчих товарів – 61,5%, продовольчих товарів – 74,1% [3, с. 11-12].

У табл. 2 наведено дані щодо структури продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України.

У структурі продажу товарів вітчизняного виробництва найбільший обсяг складали продовольчі товари. Так, у 2013 р. продаж продовольчих товарів вітчизняного виробництва складав 71,7%, що на 2 % менше, ніж у 2012 р. та на 3,4 менше, ніж у 2010 р. Продаж непродовольчих товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України складали у 2013 р. 50,3%, що на 5,5 менше, ніж у 2012 р.

Комерціалізація і зміна форм власності не дала очікуваного ефекту, призвела лише до простого подрібнення крупних оптових структур на самостійні і малоєфективні суб'єкти ринку.

Заслужує уваги зарубіжний досвід щодо тенденцій розвитку оптових підприємств за формами власності та організаційно-правовими формами господарювання. Основним видом оптових підприємств за цими ознаками є корпоративні підприємства, тобто найбільш великі. На них у загальному обсязі оптового товарообігу припадає 95,8%. Частка партнерських підприємств дорівнювала 2,6%, а індивідуальних – лише 1,6% [2, с. 20]. Наступне місце посідають індивідуальні підприємства, створені на власності фізичної особи або сім'ї, і найменша питома вага припадає на корпоративні оптові підприємства, що функціонують у формі акціонерних товариств відкритого та закритого типів.

Так, прийнято Закон України від 25.06.09 р. № 1561-VI «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції». Депутати ВРУ прийняли Закон України від 25.06.09 р. № 1561-VI «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», який визначає правові основи організації діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні, регулює відносини в цій сфері та спрямований на захист прав і законних інтересів сільськогосподарських товаровиробників, які здійснюють оптовий продаж сільськогосподарської продукції власного виробництва.

До інфраструктури аграрного ринку, що забезпечує збереження, реалізацію та транспортування

сільськогосподарської продукції, належать оптові ринки сільськогосподарської продукції. Оптовий ринок сільськогосподарської продукції – юридична особа, що забезпечує здійснення оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією та якій надано даний статус. Землі під інфраструктурою оптових ринків сільськогосподарської продукції відносяться до несільськогосподарських угідь земель сільськогосподарського призначення.

Землі сільськогосподарського призначення передаються у власність та надаються у користування оптовим ринкам сільськогосподарської продукції – для розміщення власної інфраструктури. Отримання статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції здійснюється на конкурсній основі. Для цього юридична особа подає до Міністерства аграрної політики та продовольства України, такі документи:

- заяву про набуття статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- проект (бізнес-план) організації діяльності юридичної особи у статусі оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- нотаріально посвідчену копію установчих документів;
- проект Правил роботи оптового ринку сільськогосподарської продукції;
- документально підтверджені відомості про засновників (учасників) юридичної особи.

Не підлягають продажу на конкурентних засадах (земельних торгах) земельні ділянки державної чи комунальної власності для розміщення інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції. Основними напрямками діяльності оптового ринку сільськогосподарської продукції є:

- створення умов для купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;
- сприяння прискореному просуванню сільськогосподарської продукції до кінцевого споживача;
- надання можливості для виходу на ринок всім постачальникам і споживачам такої продукції;
- визначення необхідного переліку сільськогосподарської продукції, що має включати переважну більшість загальної номенклатури виробленої продукції, скорочення втрат сільськогосподарської продукції;
- забезпечення постачання населенню якісної сільськогосподарської продукції;
- облаштування єдиного місця купівлі-продажу сільськогосподарської продукції;
- забезпечення концентрації сільськогосподарської продукції у визначеному місці;
- сприяння вітчизняним виробникам в одержанні прибутку від реалізації;
- забезпечення достовірною інформацією про кон'юнктуру ринку сільськогосподарської продукції та споживчу якість такої продукції;

Таблиця 2

Структура продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі України за 2005-2013 рр.

Групи товарів	Роки								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва в загальному обсязі оптового товарообігу, %	71,8	67,7	65,6	65,6	66,8	66,5	63,9	58,9	54,3
у тому числі:									
продовольчі товари	78,6	75,6	75,1	74,8	74,4	75,1	75,5	73,7	71,7
непродовольчі товари	70,5	66,2	63,8	63,9	64,8	64,4	61,4	55,3	50,3

- сприяння у підготовці до купівлі та продажу;
- забезпечення здійснення ветеринарно-санітарного контролю та нагляду.

Разом з тим для прискорення розбудови оптових ринків сільськогосподарської продукції розроблено типові установчі документи (статуту) оптових ринків різних організаційно-правових форм, типові договори учасників таких ринків. Тобто сформовано необхідну методичну базу для створення та функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Окрім цього, у рамках реалізації Проекту з надання технічної допомоги Європейського Союзу «Виконання Україною зобов'язань щодо членства в СОТ та реалізації політики добросусідства в сільському секторі» розроблено типові проекти оптових ринків сільськогосподарської продукції. Згідно з даними типового проекту вартість будівництва оптового ринку з благоустроєм території становить від 1,6 до 2,0 млн дол. США на 1 га залежно від території, яку займає ринок. Розвиток інфраструктури аграрного ринку є однією з передумов якісних змін у сільському господарстві країни. Адже саме сучасні багатофункціональні об'єкти, якими є оптові ринки сільськогосподарської продукції, стають основними логістичними вузлами, що забезпечують необхідні умови зберігання та збуту виробленої продукції.

Оптові ринки сільгосппродукції стають все популярнішими серед покупців і виробників. Так, ринки «Столичний» у Києві, «Шувар» у Львові та «Господар» у Донецьку за три роки їх роботи відвідало понад 5,5 мільйона українців. А на відкритому цього року новому ринку «Азовський» у Маріуполі встигли скупитися майже 40 тисяч городян. Такі показники ще раз підтверджують ефективність подібних об'єктів і говорять про необхідність розвивати їх мережу по всій Україні.

У місті Жашкові Черкаської області працює ринок «Чародій», який є першим і поки єдиним в Україні місцем оптової торгівлі худобою, виробленою переважно в особистих селянських та дрібнотоварних господарствах. Найбільшим і найсучаснішим оптовим ринком сільськогосподарської продукції є регіональний агро-маркетинговий центр «Шувар», розміщений у Львові, який сприяє розвитку гуртової торгівлі сільськогосподарською продукцією не тільки на Львівщині, але й далеко поза її межами. На цьому ринку реалізують свою продукцію сільськогосподарські товаровиробники з 18 областей України. Останніми роками в сезон тут продається 1000-1200 тонн свіжої плодоовочевої та іншої сільськогосподарської продукції за добу, тут формуються прозорі умови ціноутворення, за потреби постійно проводять заходи щодо стабілізації цін на сільськогосподарську продукцію. Національною сільськогосподарською палатою України спільно з «Беарз Логістик Центр» реалізується проект Укразорини, який передбачає створення мережі з шести оптових ринків сільськогосподарської продукції в різних областях України. Крім цього, за підтримки Мінагрополітики в Одеській області реалізовується проект із створення «Південноукраїнського регіонального оптового продовольчого ринку».

У 2012 р. отримав статус оптового ринку сільськогосподарської продукції «Шелен» у м. Рівне, у 2013 р. завершено роботи із затвердження та отримання проектно-дозвільної документації та почалися роботи із землевідведення. Відкриття заплановано на травень 2014 р. з поетапним введенням в експлуатацію об'єкта у IV кварталі

2013 р. Також планується введення у 2014 р. першого в Україні виробничо-оптового ринку «Янтар» в селищі Молодіжне в Херсонській області. Він матиме електронну біржу, логістичні центри і єдиний в країні річковий термінал. Крім продажу продукції, тут займатимуться збиранням врожаю, його зберіганням, продажем і експортом. Загальна торговельна площа ринку, разом з інтертерміналом, складе близько 260 га.

Це сприятиме тому, що українці зможуть купувати сільгосппродукцію за доступними цінами, виробники – оперативно її реалізовувати. Посередники ж, які необґрунтовано завищують вартість продукції, не допускаються до таких точок продажів. Оптові ринки сільськогосподарської продукції стають важливим елементом логістичної діяльності, адже для задоволення потреб сільгоспвиробників і споживачів в інфраструктуру кожного оптового ринку сільськогосподарської продукції входить щонайменше один логістичний термінал, де проводиться прийом, зберігання, мийка, калібрування, фасування, формування товарних партій і підготовка продукції до подальшої транспортування. Саме на оптовому ринку сільськогосподарської продукції будуть формувати партії продукції, що надходить на експорт, як повідомив глава відомства.

Для успішного функціонування ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в Україні потребує проведення ряду макроекономічних заходів, зокрема: – стимулювання безпосередніх виробників продукції АПК з метою нарощування виробництва і товарообігу; – економічне регулювання раціональної структури ринку і ринкових відносин шляхом розроблення перспективних цільових продовольчих програм, інвестиційної політики, фінансово-економічних заходів; – введення системи контролю за цінами і забезпечення відповідного співвідношення попиту і пропозицій на ринку, захисту прав споживачів; – запровадження відповідної фінансово-кредитної і податкової політики; – регулювання експортних потоків сировини і продукції переробки, зменшення залежності від імпортованих поставок. [1, с. 7].

Проте існує ряд проблемних питань, визначених Законом «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції». Однією із форм такого «сприяння вітчизняним виробникам сільськогосподарської продукції» з боку держави могла б стати підтримка організацій товаровиробників, зокрема сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. На жаль, Податковий кодекс України практично «перекрив кисень» таким формам примноження доданої вартості, насамперед для фермерів та оптовим сільськогосподарським ринкам. Є ще одна проблема в частині створення кооперативів, їх співпраці з оптовим ринком сільськогосподарської продукції: відсутність системних каналів інформації про організацію діяльності кооперативів, можливості їхньої співпраці з ринками.

Зі збільшенням доходів населення змінюватимуться і уподобання споживачів – вони захочуть і зможуть купувати продукти гарно упаковані, відсортовані чи вже напівфабрикати. Кооперативи можуть стати настільки сильними, що зможуть працювати прямо з корпоративними роздрібними торговельними мережами чи створюватимуть власні мережі. Тоді оптові ринки сільськогосподарської продукції перетворяться на логістичні центри.

Аналізуючи ситуацію з виробництвом і збутом

української сільгосппродукції, експерти стверджують, що без розвитку оптової торгівлі в Україні найближчим часом є ймовірність виходу на наш ринок потужних міжнародних оптових компаній, які монополізують сільгоспторгівлю, що негативно позначиться на прибутках вітчизняних господарств. Відкриття митних кордонів, особливо з тими країнами, де аграрне виробництво активно дотується, є низькі кредитні ставки, фермерам допомагають інструментами опосередкованої підтримки (наприклад, через системи консультування, поширення знань й інформації), несе неабиякі загрози для українського, особливо невеликого виробника.

Українським фахівцям необхідно детально вивчати іноземний досвід діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції і запозичити звідти все найкраще. Тому завданням нинішньої влади є підтримка у ініціативах агробізнесу, зміна стереотипів мислення – адже на оптових ринках сільськогосподарської продукції як структурі повинне вбачатися не тільки і не стільки джерело безпосереднього миттєвого наповнення бюджету, але й важливий механізм скорочення та оптимізації логістичних ланцюгів, механізм прозорого ціноутворення, забезпечення продовольчої безпеки громадянина, регіону, України в цілому. Органи влади всіх рівнів мають усвідомити, що оптові ринки сільськогосподарської продукції – це ще й важливий соціальний механізм, оскільки він сприяє підвищенню доходів селян-товаровиробників і зменшенню видатків громадян-споживачів, для більшості з яких видатки на харчування є найбільшою статтею у сімейному бюджеті.

Для підвищення ефективності функціонування підприємств оптової торгівлі необхідно також впроваджувати більш дієве державне регулювання, яке передбачає не пряме керівництво, а створення умов для цивілізованих взаємовідносин з незалежними суб'єктами господарювання. Об'єктами такого регулювання повинні бути не оптові підприємства, а процеси, які протікають на споживчому ринку. Його зміст вбачається в тому, щоб через систему господарського законодавства й економічних важелів не допустити подальшого

стихійного розвитку оптової торгівлі. Державне регулювання оптово-посередницької сфери повинно базуватися не тільки на інформації про ринок товарів, але й на вивченні і прогнозуванні заново утвореного ринку послуг оптових підприємств. Оптовий ринок потребує державного регулювання та визначення напрямків розвитку та розміщення об'єктів складської мережі, їх спеціалізації тощо.

Висновки. Для подальшого реформування оптової торгівлі в Україні необхідно:

- розвивати різні види оптових підприємств за функціональним призначенням, спеціалізацією, розмірами, організаційно-правовими формами господарювання;

- створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання нині діючих оптових підприємств, до складу яких слід включити фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути;

- удосконалювати та оновлювати торгову інфраструктуру, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників, роздрібною торгівлю з оптовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту товарів; результативним заходом на цьому шляху може стати формування логістичних систем, де можна буде впроваджувати сучасні методи управління товарними потоками;

- удосконалювати механізм управління комерційною діяльністю оптових підприємств; він повинен ґрунтуватися на застосуванні сучасних наукових методів маркетингу та менеджменту і забезпечувати розробку та прийняття ефективних рішень щодо стійкості поточного функціонування та вироблення стратегії підприємства на перспективу;

- впроваджувати на оптових підприємствах сучасні інформаційні системи;

- сприяти розвитку оптового продажу через мережу Інтернет;

- підвищувати рівень обслуговування та зниження цін на товари і послуги.

Таким чином, в умовах функціонування цивілізованого ринку саме оптова торгівля повинна стати важелем для стимулювання зростання ефективності виробництва та повнішого задоволення потреб покупців.

Список літератури:

1. Публікація документів Державної Служби Статистики України / [Електронний ресурс] Режі доступу: http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot/sot_u/sot2006_u.htm.
2. Вірт М.Я. Передумови та закономірності розвитку оптової торгівлі в Україні / М.Я. Вірт. – К. : Науковий вісник, 2005. – № 15.4., 362 – 366 с.
3. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави / П.Т. Саблук // економіка АПК: Міжнар. наук. – вироб. журнал. – К., 2005. – № 11. – С. 4–12.

Ильченко Н. Б.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Резюме

Проведена оценка приоритетных направлений развития оптовой торговли в Украине. Проанализированы статистические показатели деятельности предприятий оптовой торговли. Предложены пути дальнейшего реформирования оптовой торговли в Украине как формы регулирования оптовой торговли в рамках концептуальных основ ее развития.

Ключевые слова: оптовая торговля, функции оптовой торговли, функции оптового звена, потребности потребителей, оптовые рынки сельскохозяйственной продукции.

Pchenko N. B.

Kyiv National University of Trade and Economics

TENDENCIES OF DEVELOPMENT THE WHOLESALE TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE

Summary

The estimation of priority directions of development of wholesale is conducted in Ukraine. Statistical performance of enterprises of wholesale indicators are analysed. The ways of further reformation of wholesale are offered in Ukraine as forms of adjusting of wholesale within the framework of conceptual bases of her development.

Key words: wholesale, functions of wholesale, function of wholesale link, necessity of consumers, wholesale markets of agricultural produce.

УДК 339.372

Кавун О. О.

Київський національний торговельно-економічний університет

ТОРГОВЕЛЬНІ ЦЕНТРИ: СУТНІСТЬ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ

Подано визначення поняття «торговельний центр», представлені як у зарубіжних, так і вітчизняних джерелах, а також авторське бачення його сутності. Проведено історичний екскурс до еволюції розвитку торговельних центрів. Визначено ключові конкурентні переваги даних структур на ринку роздрібно торгівлі. Розглянуто основні етапи розробки проекту торговельного центру. Визначено сутність та складові вдалої концепції торговельного центру.

Ключові слова: торговельний центр, концепція торговельного центру, синергійний ефект, проект, реконцепція, реконструкція.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку роздрібно торгівлі в Україні, починаючи з 2000-х рр., характеризується якісними структурними змінами. Вони пов'язані з появою відносно нових для роздрібно торговельної мережі структур та об'єктів – торговельних мереж (мереж магазинів) та торговельних центрів, а також поступовим зростанням сили їх впливу на формування конкурентного середовища. При цьому слід зазначити, що керівництво більшості торговельних мереж дотримується політики активізації присутності на ринку та розширення його географічних меж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню структурно-територіальних особливостей розвитку роздрібно торговельної мережі у сучасних умовах, визначенню сутнісних характеристик, видів, конкурентних переваг торговельних мереж, дослідженню зарубіжного досвіду розвитку, тенденцій та особливостей їх формування в країнах СНД, приділяється достатньо уваги як українськими, так і російськими науковцями, серед яких можна відзначити В.В. Апопія, Н.О. Голошубову, З.В. Котельникову, Л.О. Лігоненко, О.В. Літвінову, Е.М. Локтева, В.В. Радаєва, Р.М. Романову, Е.Ю. Салікову, В.О. Соболева, М.Б. Щепакіна.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим торговельні центри поки ще не знайшли наукової підтримки свого розвитку серед вітчизняних авторів. Кількість публікацій, присвячених питанням функціонування торговельних центрів іноземними вченими, також є недостатньою. Серед науковців, які обрали даний об'єкт дослідження, можна відзначити наступних: І.Н. Абрудан, Д.К. Дабіжа, Дж. Ламберт, Ст. М. Сазерленд. Свого розгляду потребує розуміння сутності торговельних центрів та порівняння поглядів різних вчених, визначення ключових факторів успіху даних структур на ринку.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є визначення сутності торговельного центру, прове-

дення порівняльного аналізу трактування поняття вітчизняними та зарубіжними науковцями, а також викладення концептуальних засад та особливостей управління даним торговельним об'єктом.

Виклад основного матеріалу. Торговельні центри є невід'ємною складовою частиною роздрібно торговельної мережі США, Західної та Східної Європи і знаходять все більше поширення протягом останніх десяти років у країнах СНД та Україні, зокрема в результаті активізації процесу розвитку ринку комерційної нерухомості.

Історія розвитку торговельних центрів уходить у далеке минуле. Перші торговельні центри виникли у США у 20-х рр. ХХ ст.

Концепцію будівництва торговельних об'єктів, що відрізняються уніфікованим характером архітектурних рішень, розташовані далеко за межами центру міста і керівництво якими здійснюється як єдиним цілим, розробив та впровадив Дж.С. Ніколс у Канзас-Сіті (штат Міссурі), побудувавши у 1922 р. Country Club Plaza.

У другій половині 1920-х рр. невеликі за розміром торговельні центри були побудовані на околицях крупних міст. Типова конструкція являла собою лінію магазинів, поруч була передбачені місця для парковки. Так, у 1928 р. у м. Колумбус (штат Огайо) було відкрито торговельний центр Grandview Avenue, до складу якого входило 30 магазинів і парковка, розрахована на розташування 400 автомобілів [1].

Революційним рішенням, яке змінило вигляд торговельного центру і наблизило його до сучасного розуміння, вважається розробка Хью Пратера у 1931 р. Торговельний об'єкт у Далласі (штат Техас) мав форму будівлі під вивіскою Highland Park Shopping Village, до складу якої входило кілька магазинів.

На сьогодні у зарубіжних країнах накопичено великий досвід проектування та будівництва торговельних центрів. Вони розрізняються за призначенням, розміром, місцем розташування, складом