

УДК 339.372.842(477-25)

ГОЛОШУБОВА Ніна, к. е. н., професор кафедри торговельного підприємництва КНТЕУ

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ М. КИЄВА: ТРАНСФОРМАЦІЯ ФОРМАТУ ТА СТРУКТУРИ

Проаналізовано стан і тенденції розвитку підприємств – юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців у роздрібній торгівлі м. Києва, їх співвідношення у товарообороті, структурі роздрібної торговельної мережі за видами і типами торговельних об'єктів. Досліджено структурні зміни, що відбувалися протягом останніх 10–15 років. Визначено основні завдання і напрями структурної перебудови роздрібної торгівлі у м. Києві.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, магазин, дрібнороздрібний торговельний об'єкт, ринок, підприємство – юридична особа, фізична особа – підприємець, структурна перебудова, державне регулювання.

Голошубова Н. Розничная торговая г. Киева: трансформация формата и структуры. Проанализированы состояние и тенденции развития предприятий – юридических лиц и физических лиц – предпринимателей в розничной торговле г. Киева, их соотношение в товарообороте, структуре розничной торговой сети по видам и типам торговых объектов. Исследованы структурные изменения, происшедшие за последние 10–15 лет. Определены основные задания и направления структурной перестройки розничной торговли в г. Киеве.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, магазин, мелкорозничный торговый об'єкт, ринок, підприємство – юридичне лице, фізичне лице – підприємця, структурна перестройка, державне регулювання.

Постановка проблеми. Важливим чинником ефективного функціонування роздрібної торгівлі є її торговельна мережа, де здійснюється продаж і задовольняється попит кінцевих споживачів на товари і послуги. Дослідження показало, що в м. Києві порівняно з іншими регіонами України структурно-територіальна організація роздрібної торговельної мережі знаходиться на більш високому рівні, передусім завдяки підприємствам – юридичним особам, особливо тим, що входять до складу підприємницьких мереж. Однак існує багато недоліків у структурі торговельних об'єктів за товарною спеціалізацією і розмірами, у їх територіальному розміщенні, що негативно позначається на якості обслуговування покупців. Це значною мірою обумовлено відсутністю необхідної нормативно-методичної та інформаційної бази, а також відповідного державного регулювання цих процесів. Самі

суб'єкти господарювання в умовах ринкової економіки без належної координації і централізованого регулювання, зокрема з боку місцевих державних органів влади, не в змозі сформувати оптимальну структуру роздрібно-торговельної мережі, раціонально її розмістити на території міста аби вона забезпечувала високоякісне торговельне обслуговування різних верств населення і була достатньо рентабельною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення зарубіжного досвіду, висвітленого в працях Б. Бермана, Б. Вейтца, Дж. Еванса, М. Леві, К. Шредера, підтверджує невідповідність сучасним вимогам розвитку роздрібно-торговельної мережі і в столиці України [1–3]. Вітчизняні науковці недостатньо опікувалися питаннями розвитку роздрібно-торговельної мережі за умов ринкової економіки. Усе це свідчить про значну актуальність цієї теми і необхідність її наукової розробки.

Мета статті – на основі аналізу оцінити стан і тенденції розвитку роздрібно-торговельної мережі в м. Києві та визначити основні напрями її удосконалення. *Об'єктом дослідження* є структурна організація роздрібно-торгівлі за видами суб'єктів господарювання, складом їх торговельних об'єктів та ефективність їх діяльності в м. Києві.

Матеріали та методи. Застосовано загальнонаукові та спеціальні *методи* пізнання соціально-економічних процесів: аналізу та синтезу, системного підходу, порівняння та узагальнення.

Інформаційна база дослідження – чинні законодавчі та нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених, офіційні дані Державної служби статистики України та Головного управління статистики у м. Києві.

Результати дослідження. Роздрібна торговельна мережа – це важлива складова соціальної інфраструктури будь-якого населеного пункту. Від того, як вона здійснює свої функції, значною мірою залежать економічне відтворення, рівень задоволення потреб населення в товарах і послугах та якість його обслуговування, а в підсумку – конкурентоспроможність країни в глобалізованому світі та якість життя її громадян.

Найкращі показники розвитку роздрібно-торгівлі порівняно з усіма регіонами України має м. Київ. Зокрема, роздрібний товарооборот – один з основних показників результатів її діяльності – постійно збільшувався випереджаючими темпами, передусім по непродовольчих товарах. Частка м. Києва у чисельності населення України на початок 2014 р. становила 6.3 %, а в роздрібному товарообороті за усіма каналами реалізації – 12.9 %, тобто була в 2.1 раза більшою [4, с. 23; 5, с. 8; 6, с. 5]. У наступні роки в умовах погіршення соціально-економічного становища в Україні, політичної ситуації і воєнних дій на Донбасі обсяг роздрібного товарообороту зменшився в усіх регіонах України, в тому числі і м. Києві. У 2014 р. порівняно

з 2013 р. в середньому по Україні він знизився на 8.6 %, а в м. Києві – на 3.7 %; за січень–лютий 2015 р. проти аналогічного періоду 2014 р. ці показники відповідно становили вже 21.2 і 17.3 % [7]. Отже, і у складний час роздрібна торгівля м. Києва менше потерпіла від впливу негативних факторів.

Це є свідченням передусім більш високого рівня доходів населення м. Києва, а також суттєвого обсягу платоспроможного попиту за рахунок приїжджих.

У м. Києві наявна краща структура роздрібних торговельних об'єктів, передусім, магазинів за товарною спеціалізацією і розмірами. Цьому сприяє те, що у столиці, порівняно з іншими регіонами України, найбільша частка підприємств – юридичних осіб, які є більш потужними, особливо ті, що входять до складу підприємницьких мереж, ніж фізичні особи – підприємці. У 2013 р. співвідношення між цими суб'єктами господарювання у загальному обсязі товарообороту роздрібною торгівлю склалося так: у м. Києві – 69.7 і 31.3 %, а в середньому по Україні – 48.7 і 51.3 %. При цьому найменша частка підприємств – юридичних осіб припадає на регіони, де найвищий рівень безробіття. До таких областей належать: Івано-Франківська (33.3 %), Вінницька (35.8 %), Тернопільська (36.1 %), Сумська (36.5 %), Луганська (37.9 %) і Хмельницька (38.6 %) [6, с. 6].

Аналіз стану і тенденцій розвитку роздрібною торговельною мережі в м. Києві показав, що вона ще не відповідає сучасним вимогам організації торговельного обслуговування населення. Як свідчать дані статистичної звітності підприємств – юридичних осіб та суцільного обстеження роздрібних торговельних об'єктів фізичних осіб – підприємців, проведеного Держкомстатом України у вересні 1999 р. і 2005 р., роздрібна торговельна мережа за цей період випереджуючими темпами розвивалась за рахунок фізичних осіб – підприємців (табл. 1). Внаслідок чого частка підприємств у загальній кількості магазинів за 2000–2005 рр. зменшилася у 2.4 раза і становила на кінець 2005 р. лише 40.8 %. Ця тенденція продовжилася і в наступні роки, хоча меншими темпами. За 2000–2005 рр. кількість магазинів у підприємств збільшилася лише у 1.1 раза, а за 2006–2013 рр. – у 1.4 раза.

Надзвичайно високими темпами збільшується кількість напівстаціонарних дрібнороздрібних торговельних об'єктів (ДРТО), передусім тих, що належать фізичним особам – підприємцям: у вересні 2005 р. їх частка у загальній кількості становила майже 95 %. Надалі ця ситуація не змінилася. Кількість напівстаціонарних ДРТО у підприємств за 2005–2013 рр. зросла у 1.1 раза і становила 1186 од., причому здебільшого за рахунок автозаправних станцій.

Зростання рівня безробіття в Україні, в тому числі у м. Києві, особливо в 2014–2015 рр., суттєво збільшує також кількість пересувних ДРТО. У переважній більшості вони належать фізичним особам –

підприємцям. Поряд із зареєстрованими ДРТО, за оперативними даними Київської міської держадміністрації, на початок 2015 р. виявлено близько 12 тис. незареєстрованих ДРТО, які підлягають ліквідації. З метою наведення порядку у цьому питанні у грудні 2014 р. Київська міська рада затвердила єдині правила розміщення напівстаціонарних дрібнороздрібних торговельних об'єктів. У лютому 2015 р. затверджено план їх розміщення, а до кінця року ДРТО планується перемістити на відповідні місця на вулицях, які зазначені в цьому плані. Усі ДРТО, що не відповідають схемі розміщення, за цим планом будуть знесені. Наразі таких ДРТО налічується близько 6 тис. од.

Таблиця 1

Динаміка обсягу роздрібного товарообороту*, кількості магазинів і напівстаціонарних дрібнороздрібних торговельних об'єктів, що належать підприємствам і фізичним особам–підприємцям, у м. Києві

Показники	1999	2005	2013	Індекс показника, раз (+,-)	
				2005 до 1999	2013 до 2005
Загальний обсяг роздрібного товарообороту, млрд грн, у тому числі:	3.2	23.3	114.4	7.3	4.9
- підприємств	3.13	17.7	75.7	5.6	4.3
- фізичних осіб-підприємців**	0.07	5.6	38.6	79.4	6.9
Частка підприємств у загальному обсязі роздрібного товарообороту, %	96.9	75.1	66.2	-1.3	-1.1
Загальна кількість магазинів, од. на кінець року, у тому числі, що належать:	2587	6892	-	2.7	-
- підприємствам	2490	2815	3887	1.1	1.4
- фізичним особам–підприємцям	97	4077	-	42.0	-
Частка підприємств у загальній кількості магазинів, %	96.3	40.8	-	-2.4	-
Загальна кількість напівстаціонарних ДРТО, од. на кінець року, у тому числі, що належать:	1793	20442	-	11.4	-
- підприємствам	1339	1036	1186	-1.3	1.1
- фізичним особам–підприємцям	454	19406	-	42.7	-
Частка підприємств у загальній кількості ДРТО, %	25.3	5.1	-	5.0	-

* Без урахування товарообороту ресторанного господарства.

** З урахуванням обсягу продажу товарів на ринках.

Джерело: складено за [5, с. 8, 15, 58; 8, с. 8, 10, 197].

У 2014 р. ліквідовано близько 1700 незаконно встановлених ДРТО. Частина тих, що залишилися, у січні 2015 р. сплатили у бюджет м. Києва 10 млн грн. Такі заходи столичної держадміністрації будуть

сприяти створенню цивілізованої структури роздрібних торговельних об'єктів, тому їх слід продовжувати.

Не менш актуальною проблемою є товарна спеціалізація діяльності суб'єктів господарювання, а відповідно й їх торговельних об'єктів. Особливо це стосується фізичних осіб – підприємців, які у переважній більшості здійснюють реалізацію товарів через напівстаціонарні та пересувні дрібнороздрібні торговельні об'єкти та дуже дрібні магазини. У середньому на один магазин, за даними обстеження, проведеного Головним управлінням статистики м. Києва, припадало лише 42 м². У структурі торговельної площі, зокрема неспеціалізованих продовольчих магазинів, частка яких у загальній кількості продовольчих магазинів становила 71 %, майже половина торговельної площі відведена під алкогольні напої і тютюнові вироби. В торгівлі непродовольчими товарами 48 % припадало на спеціалізовані магазини з продажу одягу та взуття, причому в основному не вітчизняного виробництва, а завезених з Китаю, Туреччини та інших країн. Серед них чимало контрабандних товарів, фальсифікованих і невисокої якості [8, с. 200–203].

Суттєвого поліпшення за товарною спеціалізацією потребує й структура підприємств – юридичних осіб та їх роздрібних торговельних об'єктів.

За 2001–2013 рр. певною мірою поліпшилося співвідношення між підприємствами, що торгують переважно продовольчими і непродовольчими товарами (табл. 2). Якщо в торгівлі продовольчими товарами їх кількість зменшилася на 292 од., то в торгівлі непродовольчими товарами лише на 90 од. Це є свідченням відповідності структури населення за рівнем доходів, що склалася у столиці, – чим він вищий, тим більша частка в структурі товарообороту непродовольчих товарів, а відповідно й у структурі торговельних об'єктів.

Водночас, якщо буде відбуватися подальше зниження рівня доходів і зростання рівня безробіття, що нині мають місце, то ця тенденція зміниться на протилежну.

Аналіз також показав, що за 2001–2013 рр. у торгівлі продовольчими товарами збільшилася кількість підприємств, яким належать магазини з універсальним асортиментом товарів, і спеціалізовані, але зменшилася кількість тих, які мають неспеціалізовані магазини.

У торгівлі непродовольчими товарами позитивним є також зменшення кількості підприємств, яким належать неспеціалізовані магазини, та збільшення тих, яким належать спеціалізовані. Але невиправданим є скорочення кількості універмагів і будинків торгівлі, що функціонують як підприємства, тобто мають статус юридичної особи. Роздача площ в оренду різним суб'єктам господарювання призвела до негативних змін у структурі товарної пропозиції, підвищення цін на товари і послуги та, як наслідок, до відтоку покупців з таких магазинів та їх перепрофілювання.

Таблиця 2

Кількість і структура роздрібних торговельних підприємств – юридичних осіб за товарною спеціалізацією (на кінець року) у м. Києві

Товарна спеціалізація	Кількість підприємств, од.		Структура підприємств за товарною спеціалізацією, % до підсумку	
	2000	2013	2000	2013
Підприємства, що торгують переважно продовольчими товарами, з них у магазинах:	636	344	100	100
– з універсальним асортиментом товарів і неспеціалізованих	512	265	80.5	77.0
– спеціалізованих	124	79	19.5	23.0
у тому числі				
• хлібобулочними та кондитерськими виробами	20	15	3.1	4.4
• фруктами та овочами	48	10	7.6	2.9
• м'ясом і м'ясними продуктами	–	5	–	1.45
• рибою та рибопродуктами	–	2	–	0.6
• напоями	28	36	4.4	10.5
• тютюновими виробами	–	5	–	1.45
• іншими продуктами харчування	28	6	4.4	1.7
Підприємства, що торгують переважно непродовольчими товарами, з них у магазинах:	732	642	100	100
– з універсальним асортиментом товарів, неспеціалізованих	95	49	13.0	7.6
– спеціалізованих	637	593	87.0	92.4
у тому числі				
• товарами культурного призначення та товарами для відпочинку	–	31	–	4.8
• інформаційним і комунікаційним устаткуванням	23	22	3.1	3.4
• меблями, освітлювальним приладдям та ін.	32	38	4.4	5.9
• залізними виробами, фарбами, склом та ін. будівельними матеріалами	28	18	3.8	2.3
• текстильними товарами	–	8	–	1.3
• одягом	30	50	4.1	7.8
• взуттям та шкіряними виробами	–	13	–	2.0
• косметичними та парфумерними товарами	24	9	3.3	1.4
• книжками, газетами та канцелярськими товарами	56	21	7.7	3.3
• автотранспортними засобами	6	70	0.8	10.9
• деталями та приладдям	45	37	6.1	5.8
• технічне обслуговування та ремонт	–	14	–	2.2
• мотоциклами, їх деталями та приладдям	–	3	–	0.5
• пальним	21	44	2.9	6.9
• фармацевтичними, медичними та ортопедичними товарами	180	162	24.6	25.2
• іншими товарами	192	56	26.2	8.7

Джерело: складено за [9, с. 139–145; 10, с. 8–15].

Аналіз структури спеціалізованих підприємств теж свідчить про суттєві негативні процеси. Так, у торгівлі продовольчими товарами значно скоротилася частка підприємств, яким належать спеціалізовані плодоовочеві магазини, – з 7,6 до 2,9 %. Торгівля плодоовочевою продукцією в основному здійснюється фізичними особами – підприємцями через ДРТО, на ринках, у тому числі стихійних, уздовж автодоріг та інших непридатних для торгівлі такими товарами місцях. Разом з тим процвітає торгівля напоями, передусім алкогольними і тютюновими виробами, яка є найбільш прибутковою для бізнесу, але шкідливою для здоров'я людини.

Серед спеціалізованих підприємств у торгівлі непродовольчими товарами переважають ті, що займаються продажем фармацевтичних, медичних та ортопедичних товарів, автотранспортних засобів, автозапчастин та пального. Для столиці, яка має бути зразком культури і духовності для всіх регіонів України, надзвичайно мало підприємств, що торгують книжковою продукцією. Майже на трьохмільйонне місто на 1 січня 2014 р. підприємствам з торгівлі такою продукцією належав лише 21 магазин та 36 – з продажу тютюнових виробів, якими теж торгують магазини з універсальним асортиментом товарів і неспеціалізовані.

У *табл. 3* відображено структуру магазинів підприємств за товарною спеціалізацією і розмірами торговельної площі та ефективність їх функціонування.

Дані таблиці свідчать, що у м. Києві у підприємств переважає частка непродовольчих магазинів, особливо за їх кількістю, – 71.3 % проти 28.7 %. У торговельній площі на продовольчі магазини, зокрема за рахунок магазинів з універсальним асортиментом товарів, припадає значно більша частка – 44.9 % і дещо більша за обсягом роздрібного товарообороту – 45.4 %, що є позитивним у цілому. В усіх інших регіонах України частка продовольчих магазинів була більшою за: кількістю – 45.7 %, торговельною площею – 49.4 % і обсягом товарообороту – 51.7 % [10, с. 62, 68].

У м. Києві магазини більші за площею – 370 проти 207 м² торговельної площі, що припадає в середньому на один магазин України. Збільшується кількість сучасних типів магазинів. Із 1642 універсамів і супермаркетів, що функціонували в Україні на 1 січня 2014 р., 188 (або 11.4 %) сконцентровано у столиці, а із 277 гіпермаркетів – у столиці 61 (або 22 %).

У столиці вище рівень спеціалізації магазинів, передусім у торгівлі непродовольчими товарами. Більш ефективно використовується торговельна площа магазинів. Так, у 2013 р. товарооборот на 1 м² торговельної площі магазинів підприємств по Україні в середньому становив 31.1 тис. грн, а у м. Києві – 42.1 тис. грн, тобто на 35.4 % більше [10, с. 70, 77].

Таблиця 3

Ефективність магазинів, що належать підприємствам – юридичним особам, у м. Києві (на 1 січня 2014р.)

Спеціалізація магазинів	Усього			Частка магазинів різних форм спеціалізації, %			Торговельна площа у розрахунку на один магазин, м ²	Роздрібний товарооборот у розрахунку на 1 м ² торговельної площі магазину, тис. грн
	кількість од.	їх торговельна площа, тис. м ²	роздрібний товарооборот за 2013р., млн грн	у загальній кількості	у торговельній площі	у роздрібному товарообороті		
Усього магазинів	3887	1438.1	60533.9	100	100	100	370	42.1
Продовольчі,	1117	645.4	27482.4	28.7	44.9	45.4	578	42.6
у т.ч.								
• з універсальним асортиментом товарів	249	534.0	21368.5	6.4	37.1	35.3	2145	40.0
з них:								
універсами, супермаркети	188	219.6	10048.6	4.8	15.3	16.6	1168	45.8
гіпермаркети	61	314.4	11319.9	1.6	21.8	18.7	5154	36.0
• спеціалізовані магазини	143	14.4	786.9	3.7	1.0	1.3	101	54.6
• неспеціалізовані магазини	725	97.0	5327.0	18.6	6.8	8.8	134	54.9
Непродовольчі,	2770	729.7	33051.5	71.3	55.1	54.6	286	41.7
у т.ч.								
• з універсальним асортиментом товарів	7	21.5	181.6	0.2	1.5	0.3	3063	8.4
з них:								
універмаги	1	12.2	60.5	0.05	0.9	0.1	12133	5.0
будинки торгівлі	6	9.3	121.1	0.15	0.6	0.2	1552	13.0
• спеціалізовані непродовольчі магазини з торговельною площею від 2500 м ²	17	243.2	7203.5	0.5	16.9	11.9	14308	29.6
• інші спеціалізовані непродовольчі магазини	2698	516.3	25061.0	69.4	35.9	41.4	191	48.5
• неспеціалізовані непродовольчі магазини	48	11.7	605.4	1.2	0.8	1.0	243	51.7

Джерело: складено за [10, с. 53, 64–84].

Аналіз даних *табл. 3* також показав, що і в м. Києві у підприємств багато дрібних магазинів, що звужує як товарний асортимент, так і можливості надання послуг, раціональної організації торговельно-технологічного процесу. Це знижує якість обслуговування покупців, збільшує для них затрати часу на придбання товарів. А те, що дрібні спеціалізовані та неспеціалізовані магазини мають більший товарооборот на 1 м² торговельної площі порівняно з магазинами, які мають універсальний асортимент товарів, зокрема в торгівлі продовольчими товарами, досягається тим, що значна їх кількість спеціалізується на продажі алкогольних напоїв і тютюнових виробів. У товарообороті неспеціалізованих магазинів вони теж мають значну частку. Аналіз свідчить, що підприємці найбільш зацікавлені саме в тій товарній спеціалізації, що приносить з меншими ресурсами і зусиллями найбільший прибуток. Отже, структура магазинів не тільки фізичних осіб – підприємців, а й підприємств – юридичних осіб, у м. Києві не є оптимальною і потребує суттєвих змін.

Столиця не досягла належного рівня забезпеченості населення торговельною площею у магазинах. На початок 2006 р., з урахуванням магазинів фізичних осіб – підприємців, цей показник становив 335 м² у розрахунку на 1 тис. осіб або 63 % нормативного показника, затвердженого наказом Міністерства економіки України на 2008 р. [11].

Відсутність як статистичного обліку роздрібних торговельних об'єктів, що належать фізичним особам – підприємцям, так і проведення органами статистики хоча б одноразового їх обстеження протягом останніх 10 років унеможливають оцінку загального рівня забезпеченості населення торговельною площею у магазинах на 2015 р.

За нормативом, у м. Києві на цей рік на 1 тис. осіб повинно припадати 736 м². Фактично на 1 січня 2014 р. підприємства – юридичні особи забезпечували торговельною площею у магазинах 68 % від нормативу на 2015 р. (501 м² на 1 тис. осіб) [5, с. 58], а який внесок фізичних осіб – підприємців у цей показник, невідомо.

Не менш важливим є розміщення київських магазинів по районах міста, які суттєво відрізняються один від одного за площею території, кількістю населення, обсягом товарообороту (*табл. 4*). Найвища щільність населення на 1 км² – у Солом'янському, Шевченківському і Печерському районах, а найнижча – у Голосіївському, Дарницькому і Деснянському. Найбільший обсяг товарообороту за усіма каналами реалізації у розрахунку на 1 особу – в Оболонському (54 023 грн), Печерському (47 755 грн), Голосіївському (47 556 грн), Деснянському (42 972 грн), Шевченківському (41 911 грн) і Дарницькому (41 884 грн) районах, а найменший – у Солом'янському (20 240 грн) і Подільському (25 561 грн).

Таблиця 4

Територія, кількість наявного населення, обсяг товарообороту роздрібною торгівлі за усіма каналами реалізації товарів по районах м. Києва (на 1 січня 2014 р.)

Район	Площа території		Кількість населення		Щільність населення, осіб на 1 км ²	Обсяг роздрібного товарообороту			Коефіцієнт співвідношення	
	км ²	% до підсумку	тис. осіб	% до підсумку		млн грн	% до підсумку	у розрахунку на одну особу, грн	щільності населення	обсягу роздрібного товарообороту на одну особу
Голосіївський	156	18.5	242.2	8.5	1553	11518.1	10.1	47556	0.5	1.2
Дарницький	133	15.9	325.0	11.3	2444	13612.4	11.9	41884	0.71	1.05
Деснянський	148	17.6	364.7	12.7	2464	15671.7	13.7	42972	0.72	1.1
Дніпровський	67	8.0	351.2	12.3	5242	13791.1	12.1	39269	1.5	0.99
Оболонський	110	13.1	318.7	11.1	2897	17217.0	15.0	54023	0.9	1.4
Печерський	20	3.2	146.8	5.1	7340	7010.5	6.1	47755	2.1	1.2
Подільський	34	4.0	194.9	6.8	5732	4981.9	4.4	25561	1.7	0.6
Святошинський	101	12.0	338.8	11.8	3354	13699.0	12.0	40434	0.98	1.01
Солом'янський	40	4.7	356.6	12.4	8915	7217.7	6.3	20240	2.6	0.5
Шевченківський	27	3.0	229.8	8.0	8511	9631.2	8.4	41911	2.5	1.05
м. Київ	836	100	2868.7	100	3433	114351.2*	100	39862	1.0	1.0

* З урахуванням нерозподіленого обсягу роздрібного продажу за районами у сумі 0.6 млн грн.

Джерело: складено за [4, с. 23; 5, с. 8].

По-різному склалося в районах міста і співвідношення між підприємствами – юридичними особами і фізичними особами – підприємцями. У загальному обсязі товарообороту суттєво переважають підприємства у Печерському (98%), Голосіївському (85,5%), Шевченківському (77,6%), Подільському (77,2%), Солом'янському (76,6%), Оболонському (75%) і Дарницькому (71 %) районах. Найменша їх частка – у Деснянському (46,4%), Дніпровському (58,9%) і Святошинському (59,6 %) районах, де найменша концентрація магазинів підприємств.

Слід зазначити, що на ці показники впливає не тільки рівень доходів населення району та їх статевіковий склад, а також й те, що належним чином не обліковується обсяг товарообороту фізичних осіб – підприємців. Чим більша їх частка в товарообороті району, тим більша недостовірність цього показника.

У м. Києві, за оцінкою експертів, проживає 1–1.5 млн незареєстрованих осіб, що теж ускладнює отримання достовірної інформації, аби коригувати належним чином нормативні показники, проводити глибокий аналіз структурно-територіальної організації роздрібно-торговельної мережі, регулювати місцевим органам державної влади і спрямовувати її розвиток у необхідному напрямі, виходячи передусім з інтересів покупців.

Потребує вдосконалення й структура ринків. За 2000–2013 рр. у м. Києві кількість ринків зросла з 86 до 93 од., але порівняно з 2005 р. вона зменшилася на 12 од. Це пов'язано не тільки з розвитком мережеских супермаркетів і гіпермаркетів, спеціалізованих непродовольчих магазинів і торговельних центрів, де пропонується кращий асортимент товарів здебільшого гарантованої якості та комфортніші умови їх придбання, а і з погіршенням товарної спеціалізації ринків. На 1 січня 2014 р. у столиці було лише 8 ринків з продажу сільськогосподарської продукції, 2 продовольчих, 32 непродовольчих, з них 14 речових, та 51 змішаних, де основна частина торговельної площі теж відведена під непродовольчі товари, які слід реалізувати в магазинах, а не в малоприспособованих для цього місцях – палатках, розкладках і т.п. З усіх ринків лише 9 – криті [9, с. 9, 18, 19].

Роздрібна торговельна мережа як один із важливих чинників, що забезпечує якість життя людини, повинна бути орієнтована на обслуговування та задоволення потреб різних верств населення – від найбідніших до заможних. Однак аналіз стану і тенденції розвитку, насамперед, магазинів і торговельних центрів, свідчить про значну їх невідповідність наявній соціальній структурі мешканців м. Києва. Більшість з них не мають чітко визначеної орієнтації у своїй товарній, ціновій та комунікаційній політиці, формах обслуговування покупців з різними розмірами доходів, або орієнтуються вони в основному на покупців з високим рівнем доходів, не враховуючи те, що їх частка наразі занадто мала. Тому багато магазинів, так званих "бутиків"

і торговельних центрів використовуються неефективно, адже не можуть залучити достатню кількість покупців.

На сьогодні держава не підтримує на належному рівні розвиток роздрібно-торговельної мережі з обслуговування найбільш вразливих верств населення, тому суб'єктам господарювання не вигідно цим займатися. Існують проблеми з організацією торговельного обслуговування населення в нових житлових районах на околицях міста, які не є інвестиційно привабливими для підприємців.

Розвиток роздрібно-торговельної мережі не здійснюється у взаємозв'язку з Генеральним планом розвитку м. Києва, як попереднім на період до 2020 р., так і новим, затвердженим на період до 2025 р. Ці плани постійно порушуються.

Відсутність повного обліку всіх видів і типів торговельних об'єктів, їх територіального розміщення по районах міста і конкретних місцях дислокації унеможлиблює регулювання розвитку роздрібно-торговельної мережі органами державної влади на всіх рівнях управління. Це також утруднює процес прийняття обґрунтованого рішення суб'єктом господарювання щодо вибору спеціалізації торговельного об'єкта та його територіального розміщення. Тому роздрібно-торговельна мережа розвивається значною мірою методом "проб та помилок", що не дозволяє поряд із соціально-економічними та іншими проблемами створити цивілізовану сферу торговельного обслуговування.

Таким чином, в умовах недостатньо розвиненої ринкової економіки, коли споживач ще не став господарем ринку, а бізнес – соціально відповідальним за те, як він виконує свої функції, значну роль у регулюванні цих процесів повинні відігравати органи державної влади не тільки макrorівня, а й місцеві – міська та районні держадміністрації м. Києва.

Аналіз стану і тенденцій розвитку роздрібно-торговельної мережі у м. Києві показав, що потрібно не тільки кількісно збільшувати, а й суттєво поліпшувати її структурно-територіальну організацію на основі підвищення ефективності управління нею.

Для цього необхідно вирішити кілька важливих завдань.

По-перше, Міністерству економічного розвитку і торгівлі України слід замовити науковцям розробку за регіонами України і для м. Києва на середньо- та довгострокову перспективу нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах, торговельних (торговельно-розважальних) центрах і на ринках та нормативів кількості напівстаціонарних ДРТО, з виокремленням торговельних автоматів як одного з найбільш сучасних їх видів. Залежно від нормативу торговельної площі у магазинах як основного виду торговельних об'єктів доцільно визначити нормативи для усіх інших видів.

Крім того, при розробленні нормативів для традиційних видів торговельних об'єктів необхідно врахувати перспективи розвитку

дистанційної торгівлі, насамперед через мережу Інтернет. Цей канал роздрібного продажу товарів інтенсивно розвивається в багатьох країнах світу, набуває розвитку і в Україні, особливо у столиці, де у 2013 р. обсяг роздрібного продажу через Інтернет підприємствами – юридичними особами України становив 1649.4 млн грн, у тому числі м. Києва – 1254.8 млн грн або 76.1 % [13, с. 6].

Розвиток дистанційної торгівлі зменшує потребу в традиційних торговельних об'єктах і впливає на їх структуру, передусім за товарною спеціалізацією.

По-друге, урядовим і законодавчим органам України відповідно до визначених науковцями і випробуваних на практиці пріоритетів сформуванню податкової, інвестиційної та кредитної політики і за їх допомогою досягти оптимального співвідношення між підприємствами – юридичними особами і фізичними особами – підприємцями, великим, середнім і малим підприємництвом, сприяти розвитку різних видів підприємницьких мереж, які є більш конкурентоспроможними, ніж ті торговці, що не входять до них, та як наслідок забезпечити сучасну структурно-територіальну організацію роздрібною торговельною мережі.

По-третє, Державній службі статистики України і відповідно Головному управлінню статистики м. Києва слід суттєво удосконалити статистичну звітність за усіма видами суб'єктів господарювання, з виокремленням тих, що входять до складу підприємницьких мереж, та їх торговельних об'єктів за кількістю, торговельною площею, обсягом товарообороту, товарною спеціалізацією, методами продажу товарів.

По-четверте, Держадміністрації м. Києва і райдержадміністраціям доцільно забезпечувати розвиток роздрібною торговельною мережі відповідно до затверджених нормативів для міста і з коригуванням по його районах за двома показниками – обсягом товарообороту у розрахунку на одну особу і щільністю населення на 1 км² території, а також відповідно до Генплану розвитку міста і детальних планів забудови його території. У міській і районних держадміністраціях доцільно створити структурний підрозділ, який би налагодив облік торговельних об'єктів та їх територіальне розміщення, мав би комп'ютерні карти-схеми і програмне забезпечення для проведення аналітичної роботи і регулювання цих процесів.

По-п'яте, суб'єктам господарювання слід підвищувати свою соціальну відповідальність. Крім законів і нормативно-правових актів, поведінка підприємців на ринку має регулюватися соціальними нормами і правилами професійної етики.

Висновки. Проаналізувавши стан і тенденції розвитку структури роздрібних торговельних об'єктів та їх територіальне розміщення в м. Києві, оцінено зміни, які відбулися протягом останніх 10–15 років. Водночас з певними позитивними змінами в структурно-територіальній організації роздрібною торговельною мережі існує чимало проблем,

які слід вирішувати. Передусім необхідно удосконалити законодавчу і нормативно-правову бази, створити ефективний механізм з використанням сучасних інструментів регулювання структурно-територіальної організації роздрібної торговельної мережі. Не менш важливим є створення повноцінного за чисельністю і компетенцією структурного підрозділу в місцевих органах державної влади, які б були здатні реалізовувати державну політику з цих питань. Для цього потрібно чітко визначити їх функції, налагодити належний облік роздрібних торговельних об'єктів за видами і типами усіх суб'єктів господарювання, їх територіального розміщення, проводити аналіз і контроль за розвитком роздрібної торговельної мережі відповідно до Генплану розвитку міста і детального плану забудови території, розробити нормативи забезпеченості населення торговельними об'єктами різних видів на середньо- і довгострокову перспективу. Слід також розробити і впровадити в практику торгівлі атласи і комп'ютерні карти, які дозволяли б місцевим органам влади краще виконувати свої функції і допомагали б суб'єктам господарювання приймати обґрунтовані управлінські рішення з цих питань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Берман Б.* Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; пер. с англ. — М. : Вильямс, 2003. — 1184 с.
2. *Леви М.* Основы розничной торговли / М. Леви, Б. А. Вейтц ; пер. с англ. — СПб. : Питер, 1999. — 448 с.
3. *Шредер К.* Специализированный магазин: как построить прибыльный бизнес в розничной торговле / К. Шредер ; пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. — 384 с.
4. *Статистичний щорічник України за 2013 рік.* — К. : Август Трейд, 2014. — 559 с.
5. *Роздрібна торгівля м. Києва у 2013 році :* стат. зб. — К. : Головне управління статистики у м. Києві, 2014. — 91 с.
6. *Роздрібна торгівля України у 2013 році :* стат. зб. — К. : Державна служба статистики України, 2014. — 165 с.
7. *Офіційний сайт Державної служби статистики України.* — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. *Роздрібна торгівля України у 2005 році :* стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2006. — 214 с.
9. *Роздрібна торгівля України у 2002 році :* стат. зб. — К. : Держкомстат України, 2003. — 218 с.
10. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року :* стат. бюл. — К. : Державна служба статистики України, 2014. — 125 с.
11. Про затвердження нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах та Порядку застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах : Наказ Міністерства

- економіки України від 2 вересня 2008 р. № 409. — Режим доступу : <http://www.me.kmu.gov.ua>.
12. *Наявність і використання торгової мережі на ринках на 1 січня 2014 року* : стат. бюл. — К. : Державна служба статистики України, 2014. — 47 с.
 13. *Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства за 2013 рік (I т.)* : стат. бюл. — К. : Державна служба статистики України, 2014. — 48 с.

Стаття надійшла до редакції 23.04.2015.

Goloshubova N. Kyiv retail network: format and structure transformation.

Background. *An important factor for the effective functioning of the retail trade is its sales network, where the sales take place and meet the demand of end users for goods and services. Research has shown that in Kyiv compared with other regions of Ukraine structural and territorial organization of the retail network is at a higher level, primarily due to businesses – corporate customers, especially those who are part of enterprise networks. However, there are many flaws in the structure and commercial properties for commodity specialization and size of their territorial distribution, which affects the quality of customer service. This is largely due to lack of necessary regulatory guidance and information base, and adequate state regulation of these processes. Most entities in a market economy without proper coordination and centralized control, especially by local public authorities, are not able to form an optimal structure of retail network. It is rational to place in the right location so that they will provide high quality services to various commercial segments of the population and will be quite profitable. The generalization of international experience, studied in the works of such authors as B. Barman, B. Veytts, J. Evans, M. Levy, K. Schroeder confirms discrepancy of retail network in the capital of Ukraine and current requirements. Domestic scientists certainly do not care about the development of retail network in a market economy. All this indicates a significant relevance of the topic and the need for its scientific development.*

The aim of the study is to assess the state and trends of the retail network in Kyiv and identify the main challenges and directions for its improvement.

Material and methods. *The object of the study is the structural organization of retail businesses by type, composition of commercial properties and effectiveness of their activities in the city of Kiev.*

The following general scientific and special methods of learning social and economic processes have been applied: analysis and synthesis, systematic approach, comparison and synthesis.

Results. *The state and trends of the legal entities and individuals – entrepreneurs in retail in Kyiv, their ratio in turnover in the retail network structure by types and types of commercial properties. The structural changes that have occurred over the past 10–15 years have been estimated. The main objectives and directions of structural adjustment in retail in Kyiv have been identified.*

Conclusion. *After analyzing the status and trends of the retailer structure and their territorial location in Kyiv we can assess the changes that have occurred over the past 10–15 years. Along with some positive changes in structural and territorial organization of retail network there are a lot of problems that need to be addressed. The first one is the actual improvement of the legal and regulatory framework, an effective mechanism using modern instruments regulating structural and territorial organization of retail network. Equally important is the creation of a full in number and competent subdivision in local government, which would be able to implement the national policy on these issues. It is necessary to clearly define their functions, establish proper accounting of retail shopping facilities for all kinds and types of undertakings and their spatial distribution, analyze and control the development of the retail network in accordance with the Master Plan of the*

city and detailed area development plan to the standards of availability of different types of commercial properties that researchers should develop in the medium and long term. Also trade practices atlases and computer maps should be developed and implemented. They would allow local authorities to better carry out its functions and would help entities make management decisions on these issues.

Keywords: retail network, stores, small retail commercial properties, market, company – legal entity, individual – entrepreneur, restructuring, regulation.

REFERENCES

1. *Berman B.* Roznichnaja trgovlja: strategicheskij podhod / B. Berman, Dzh. Jevans ; per. s angl. — M. : Vil'jams, 2003. — 1184 s.
2. *Levi M.* Osnovy roznichnoj trgovli / M. Levi, B. A. Vejtc ; per. s angl. — SPb. : Piter, 1999. — 448 s.
3. *Shreder K.* Specializirovannyj magazin: kak postroit' pribyl'nyj biznes v roznichnoj trgovle / K. Shreder ; per. s angl. — M. : Al'pina Biznes Buks, 2004. — 384 s.
4. *Statystychnyj shhorichnyk Ukrai'ny za 2013 rik.* — K. : Avgust Trejd, 2014. — 559 s.
5. *Rozdribna trgovlja m. Kyjeva u 2013 roci :* stat. zb. — K. : Golovne upravlinnja statystyky u m. Kyjevi, 2014. — 91 s.
6. *Rozdribna trgovlja Ukrai'ny u 2013 roci :* stat. zb. — K. : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny, 2014. — 165 s.
7. *Oficijnyj sajт Derzhavnoi' sluzhby statystyky Ukrai'ny.* — Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. *Rozdribna trgovlja Ukrai'ny u 2005 roci :* stat. zb. — K. : Derzhkomstat Ukrai'ny, 2006. — 214 s.
9. *Rozdribna trgovlja Ukrai'ny u 2002 roci :* stat. zb. — K. : Derzhkomstat Ukrai'ny, 2003. — 218 s.
10. *Merezha rozdribnoi' trgovli ta restorannogo gospodarstva pidprijemstv na 1 sichnja 2014 roku :* stat. bjul. — K. : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny, 2014. — 125 s.
11. *Pro zatverdzhennja normatyviv zabezpechenosti naselennja torgovel'noju ploshheju u magazynah ta Porjadku zastosuvannja normatyviv zabezpechenosti naselennja torgovel'noju ploshheju u magazynah :* Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrai'ny vid 2 veresnja 2008 r. № 409. — Rezhym dostupu : <http://www.me.kmu.gov.ua>.
12. *Najavnist' i vykorystannja torgovoi' merezhi na rynkah na 1 sichnja 2014 roku :* stat. bjul. — K. : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny, 2014. — 47 s.
13. *Prodazh i zapasy tovariv u torgovij merezhi ta merezhi restorannogo gospodarstva za 2013 rik (I t.) :* stat. bjul. — K. : Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny, 2014. — 48 s.