

матеріалів, особливістю ціноутворення є залежність підприємств харчової промисловості від постачальника сировини, яким найчастіше виступають підприємства агропромислового комплексу. Загалом на підприємствах харчової промисловості вартість сировини становить 80-90% ціни виробу. У зв'язку з цим, кінцева ціна на виріб залежить від ціни сировини і матеріалів, які виробляє агропромисловий комплекс.

Слід звернути увагу на залежність цін підприємств харчової промисловості від витрат на паливо та енергоносії, витрат на упаковку, сезонності виробництва продуктів харчування, світових котировань цін. Так, зростання вартості енергоносіїв в значному ступені впливає на формування цін під час виробництва хліба, кондитерських та ковбасних виробів, твердого сиру, соків та пива. Підвищення цін на паливо спричиняє зростання цін на макаронні вироби, крупи, рибні продукти, цукор, горілку, плодоовочеві консерви, кондитерські вироби, приправи, харчові добавки. Зростання вартості упаковки істотно збільшує ціну на соки, соуси, консерви, пиво, алкоголь, безалкогольні напої, соняшникову олію. Сезонність виробництва і споживання спричиняє коливання цін на молочні вироби, морозиво, цукор, соняшникову олію, плодоовочеві консерви, пиво, безалкогольні напої, алкоголь.

**Висновки.** Підводячи підсумки проведеного дослідження, відзначимо, що динаміка споживчих цін на продовольчому ринку сформувалася під сукупним впливом факторів, які сприяли підвищенню цін з боку пропозиції, а саме: зовнішніх чинників (зростання світових цін на продовольство, нафту та нафтопродукти тощо) та внутрішніх (відсутність продовольчої політики уряду; зменшення виробництва сільськогосподарської продукції та,

відповідно, зростання цін виробників; підвищення цін на паливо та енергоносії). Дія цих чинників була підсилена підвищенням соціальних гарантій, яке, з одного боку, мало вплив на інфляцію попиту, з іншого – підсилювало інфляцію пропозиції, оскільки підвищення мінімальної заробітної плати зумовило зростання собівартості виробництва і, як наслідок, і споживчих цін.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіко-організаційні особливості розвитку роздрібної торгівлі хлібом та хлібопродуктами : монографія / [Н. О. Власова, В. А. Гросул, О. М. Филипенко, В. М. Калашніков.] – Харків : ХДУХТ, 2009. – 274 с.
2. Эрроу К. Возможности и пределы рынка как механизма распределения ресурсов / К. Эрроу // THESIS – 1993. – № 2. – С. 55–58.
3. Звіт про стан продовольчої безпеки України у 2011 році / Електронний ресурс. – Режим доступу : [www.me.gov.ua/file/link/.../zvvit2011.doc](http://www.me.gov.ua/file/link/.../zvvit2011.doc).
4. Львов Ю. А. Основы экономики и организации бизнеса / Ю. А. Львов – СПб., 1992. – 383 с.
5. Нуреев Р. М. Основы экономической теории / Р. М. Нуреев. – М., 1996. – С. 80.
6. Немчинов В. С. Избранные произведения / В. С. Немчинов. – М., 1968. – С.15.
7. Поланья К. Экономика как институционально оформленный процесс / К. Поланья // Экономическая социология. – 2002. – № 2. – С. 62-73.
8. Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления / В. В. Радаев. – М., 2003. – 109 с.
9. Сільське господарство України: стат. Щоріч. за 2011 р. / [за заг. кер. Ю.М. Остапчука; Держкомстат України]. – К., 2011. – 369 с.

УДК 658.87

Власова Н. О., Ковінько О. С.

### ТЕНДЕНЦІЇ КОНЦЕНТРАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГОВЕЛЬНІЙ МЕРЕЖІ УКРАЇНИ

*Досліджено сучасний стан та тенденції розвитку торговельної мережі роздрібної торгівлі. Визначено основні процеси у динаміці та складі торговельної мережі, що свідчать про позитивний розвиток та деякі особливості процесів концентрації у роздрібній торгівлі України.*

**Ключові слова:** концентрація, роздрібна торгівля, темпи зростання, товарооборот, торговельна мережа, тенденції розвитку.

Vlasova N., Kovinko O.

### CONCENTRATION TRENDS IN RETAIL NETWORK OF UKRAINE

*Modern condition and trends of the development of retail network are studied. Main processes in the dynamics and composition of retail network are determined, which tell about the positive development and some peculiarities of concentration processes in retail trade in Ukraine.*

**Keywords:** concentration, retail trade, rate of growth, commodity turnover, commercial network, development trends.

**Вступ.** Торговельна сфера сьогодні – одна з тих, що найбільш динамічно розвиваються в економіці України. За перші 11 років поточного століття темпи росту роздрібного товарообороту суттєво випереджали (майже у 2 раз) темпи зростання валового внутрішнього продукту. За 2000-2011 роки ВВП зріс у 7,74 рази, роздрібний товарооборот в цілому у 14,4 рази. При цьому обсяг роздрібних продажів збільшується швидше, ніж доходи населення, які підвищилися у 9,94 рази. Торговельна галузь України стала однією з основних бюджетоутворюючих систем, її частка у внутрішньому валовому продукті країни становила у 2011 році 15,4%. У роздрібній торгівлі діють понад 60 тис. господарських одиниць, а в цілому у галузі працюють близько 3 млн. осіб, що складає 14,8% від загального числа зайнятих в економіці країни. При цьому основна частка зайнятих у торгівлі працівників

2) об'єднання об'єктів торгівлі у торговельні мережі різних типів та на різних умовах (концентрації та централізації капіталів, добровільної кооперації). Має обмеження за рівнем керованості та контролю.

**Постановка завдання, мета статті.** Стаття присвячена дослідженню сучасного стану та тенденцій розвитку роздрібної торгівлі України і відповідних їм змін у концентрації торговельної мережі.

**Виклад основного матеріалу.** Загалом роздрібний товарооборот за останні 11 років підвищився більш ніж у 14,4 рази (табл. 1), що свідчить про зростання масштабів торговельної галузі. Хоча в останні роки він зростав дещо повільніше, що пояснюється: по-перше, кризовими явищами в економіці (2009 рік); по-друге, збільшенням базових показників щодо розрахунку темпів зростання.

Таблиця 1

Динаміка обороту роздрібної торгівлі за 2000-2011 роки

Показники	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2000 р., %	2011 р. до 2005 р.
Оборот роздрібної торгівлі, млрд грн	47,5	174,4	456,0	444,3	541,5	685,7	1443,6	393,2
Ланцюгові темпи росту, %	100,0	367,2	261,5	97,4	121,9	126,6	-	-
у тому числі:								
- товарооборот поза межами торговельної мережі, млрд грн	18,7	80,1	209,1	213,3	260,5	335,7	1795,2	419,1
- роздрібний товарооборот торговельної мережі без рест. госп., млрд грн	26,7	90,0	238,5	222,8	271,4	338,7	1268,5	376,3
Ланцюгові темпи росту, %	100,0	337,1	265,0	93,4	121,8	124,8	-	-
Частка роздрібного товарообороту торговельної мережі без рест. госп. у загальному товарообороті, %	56,2	51,6	52,3	50,1	50,1	49,4	87,9	95,7

використовується саме у роздрібній торгівлі, більш ніж 70,0% [1–3].

Роздрібна торгівля це достатньо складна галузь, яка представлена різноманітними суб'єктами господарювання: юридичними та фізичними особами; об'єктами, для яких торговельна діяльність є основною, та об'єктами інших видів діяльності, які реалізують свою продукцію населенню. Вона здійснюється як у магазинах, так і поза магазинами, може бути стаціонарною та пересувною, організованою та неорганізованою. Займаючи проміжне місце між виробництвом та споживанням роздрібна торгівля є дуже чутливою до змін у зовнішньому середовищі. Значна залежність від мінливих потреб населення, необхідність максимального наближення до покупців та інші галузеві особливості впливають на можливості та розвиток процесів концентрації, які протікають у торгівлі за двома основним напрямками:

1) зростання розміру окремих об'єктів торгівлі (магазинів) за рахунок вкладення додаткових ресурсів у нарощування обсягів діяльності, залучення більшої кількості покупців (саме концентрація виробництва). Цей напрям має обмеження за рівнем поточних та капітальних витрат й розміром попиту населення;

Найбільш високими темпами зростає товарооборот, що здійснюється поза межами торговельної мережі, до якого включено розрахункові обсяги продажу споживчих товарів, що реалізуються фізичними особами-підприємцям та на ринках. Він розраховується статистичними органами на основі даних суцільного одноразового обстеження та адміністративних даних щодо мережі роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям. Відставання у розвитку роздрібного товарообороту торговельної мережі відбивається на зменшенні його питомої ваги у загальному обсязі обороту роздрібної торгівлі з 56,2% у 2000 році до 49,4% у 2011 році. Це явище можна пояснити наступними обставинами: змінами у системі оподаткування суб'єктів господарювання (введенням єдиного податку); більшою гнучкістю невеликих торговельних об'єктів у мінливому зовнішньому середовищі; значною часткою обороту (по розрахунках Мінекономрозвитку до 40,0%), що знаходиться у тіні.

Роздрібний товарооборот торговельної мережі включає оборот підприємств (юридичних осіб) й не є неоднорідним. У його складі виокремлюють оборот з торгівлі автомобілями, паливом та ін.; роздрібний товарооборот, який здійснюється підпри-

**Основні складові роздрібногo товарообороту торговельної мережі  
за 2000-2011 роки**

Показники	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2000 р., %	2011 р. до 2005 р., %
У складі роздрібногo товарообороту торговельної мережі:								
1) торгівля автомобілями, паливом та ін., млрд грн	2,2	10,5	36,8	35,8	48,6	65,9	2995,5	627,6
Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, %	8,2	11,7	15,4	16,1	17,9	19,5	-	-
2) роздрібний товарооборот інших видів діяльності, млрд грн	11,6	40,7	98,9	60,5	69,0	79,4	684,5	195,1
Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, %	43,4	45,2	41,5	27,2	25,4	23,4	-	-
3) роздрібний товарооборот підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., млрд грн	13,8	40,7	106,2	129,2	156,7	196,8	1426,1	483,5
Частка у роздрібному товарообороті торговельної мережі, %	48,3	43,1	43,1	56,8	56,7	57,1	-	-
У тому числі: товарооборот продовольчих товарів, млрд грн	7,7	3,2	58,4	72,6	90,2	110,4	1433,8	475,9
Частка у роздрібному товарообороті підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., %	55,8	57,0	55,0	56,2	57,6	56,1	-	-
Товарооборот непродовольчих товарів, млрд грн	6,1	17,5	47,8	55,9	65,9	85,6	1403,3	489,1
Частка у роздрібному товарообороті підприємств торгівлі без торгівлі автомобілями та ін., %	44,2	43,0	45,0	43,8	42,4	43,9	-	-

сметствами інших видів діяльності; роздрібний товарооборот власно підприємств торгівлі споживчими товарами (табл. 2).

Як свідчать показники таблиці, незважаючи на кризу, високими темпами зростає торгівля автомобілями, оборот якої зріс майже у 30 разів, а його частка у 2011 році у роздрібному товарообороті торговельної мережі досягла 19,5%. Активний розвиток сучасних форм роздрібногo торговельної мережі як автомобілями, так й іншими товарами, поступово витісняє із споживчого ринку торгівлю, яку здійснюють підприємства інших видів економічної діяльності (промисловості, сільського господарства, транспорту й ін.). Питома вага цієї складової роздрібногo товарообороту за 11 років зменшилась з 43,4% до 23,4%. Торгівля продовольчими та непродовольчими товарами зростає високими темпами, які практично співпадають з загальними показниками динаміки обороту роздрібногo торгівлі. Вона займає основне місце у товарообороті торговельної мережі (у 2011 році – 57,1%). А у складі її обороту превалюють продовольчі товари, питома вага яких декілька зростає у посткризовому періоді.

В цілому динаміка роздрібногo товарообороту свідчить про інтенсивний розвиток роздрібногo торгівлі, яка представлена відповідною мережею різноманітних підприємств. Але показники розвитку останньої дещо не співпадають з напрямками розвитку обороту (табл. 3).

Аналіз показників розвитку мережі роздрібногo торгівлі дозволяє визначити наступні тенденції:

- поступове зниження як кількості підприємств (юридичних осіб), так і кількості об'єктів роздрібногo торгівлі за 11 років відповідно на 34,9% й 37,8%;

- у складі підприємств найбільша втрата характерна для роздрібногo торгівлі, у яку не входить торгівля автомобілями (48,2%), у меншому ступені зменшилась кількість підприємств інших видів діяльності (на 26,6%). Що стосується торгівлі автомобілями, то їх кількість зросла на 12,1%;

- при негативній динаміці кількості об'єктів роздрібногo торгівлі у останньому періоді (2005-2011 рр.) більш інтенсивно зменшується кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі (відповідно темпи змін складають 86,7% та 45,3%), що свідчить про зміни у структурі мережі на користь стаціонарних об'єктів;

- у складі магазинів значно скорочується частка магазинів, що реалізують продовольчі товари. На кінець періоду, що досліджується кількість продовольчих магазинів стала меншою ніж кількість непродовольчих магазинів, коли у 2000 році перші перевищували другі більш ніж у 2 рази;

- співставлення темпів зміни кількості магазинів та їх торговельної площі свідчить про зростання середніх розмірів торговельних об'єктів як у продовольчій, так і непродовольчій торгівлі.

Остання тенденція та співвідношення показників динаміки торговельної мережі з показниками динаміки роздрібногo товарообороту дають можливість дійти до висновку щодо нарощування процесів концентрації у роздрібногo торгівлі. Підтверджує цей висновок також інформація про зміни у складі торговельної мережі магазинів за останні 6 років (2005-2011 роки) (табл. 4).

По-перше, найбільш інтенсивно зростає розмір магазинів за обсягом обороту у торгівлі продовольчими товарами, що підтверджується значним зниженням їх частки у загальній кількості магазинів під час відносно стійкої та високої частки у роздрібному товарообороті.

Середні розміри різних груп магазинів за торговельною площею дозволяють з високою достовірністю судити про стан та тенденції процесів концентрації у роздрібній торгівлі. Це обумовлено тим, що, з одного боку, торгова площа визначає в значній мірі розмір інших факторів виробництва

Таблиця 3

**Показники розвитку мережі роздрібної торгівлі за 2000-2011 роки**

Показники	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2000 р., %	2011 р. до 2005 р., %
Кількість підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб), на кінець року тис. од.	45,0	37,4	32,6	30,7	30,0	29,3	65,1	78,3
в т.ч. підприємства з:								
- торгівлі автомобілями, паливом та ін.	1,40	1,28	1,64	1,51	1,54	1,57	112,1	122,7
- інших видів діяльності	15,8	16,4	13,1	12,4	12,1	11,6	73,4	70,7
- роздрібної торгівлі без торгівлі автомобілями та ін.:	22,0	15,0	12,8	12,0	11,7	11,4	51,8	76,0
з них: з продажу продовольчих товарів	12,2	8,53	7,31	6,91	6,73	6,50	53,3	76,2
з продажу непродовольчих товарів	9,35	6,22	5,40	4,93	4,82	4,78	51,1	76,8
Кількість об'єктів роздрібної торгівлі, тис. од.	103,2	75,2	69,2	65,3	64,8	64,2	62,2	85,4
у тому числі:								
1) мережа магазинів роздрібної торгівлі, тис. од.	77,9	55,8	50,5	47,7	48,0	48,4	62,1	86,7
- продовольчі	52,1	31,9	26,0	24,6	24,2	23,7	45,5	74,3
- непродовольчі	25,8	23,9	24,5	23,0	23,8	24,7	95,7	103,3
в них торгова площа, тис.м <sup>2</sup>	7029	6359	8089	8015	8431	9013	128,2	141,7
- продовольчі	4545	3677	4145	4206	4261	4512	99,3	122,7
- непродовольчі	2484	2682	3944	3809	4170	4501	181,2	167,8
2) напівстаціонарні об'єкти торгівлі, од.	-	19399	12109	10980	9818	8783	-	45,3
з них кіоски, од.	-	13877	12109	10980	9818	8783	-	63,3

По-друге, у складі магазинів, що реалізують переважно продовольчі товари, високими темпами зростає кількість й частка нових сучасних форматів. Кількість гіпермаркетів зросла у 3,8 рази, супермаркетів та універсамів у 1,6 рази. Їх частка відповідно збільшилися на 0,76% та 3,4% та склали на кінець періоду 0,95% та 6,2% у загальній кількості магазинів продовольчої торгівлі. Більш повільно зростає також й частка спеціалізованих магазинів з 10,6% до 13,0%.

По-третє, для сегменту торгівлі непродовольчими товарами більш характерною рисою є концентрація на базі спеціалізації торговельних об'єктів. За досліджуваній період частка спеціалізованих магазинів зросла на 4,9% й склали у 2011 році 94,3%.

Четверте, важливою умовою зростання розмірів торговельних об'єктів є організація обслуговування покупців. Найбільш прийнятною формою є самообслуговування, питома вага якої у роздрібній торговельній мережі поступово зростає. Так, частка магазинів самообслуговування серед продовольчих магазинів зросла з 6,2% до 18,7%, а у непродовольчих з 2,9% до 9,7%.

П'яте, співставлення темпів зростання торгової площі за групами магазинів з темпами зміни їх кількості дозволяють однозначно визначити про збільшення середніх розмірів об'єктів стаціонарної торгівлі, що більш детально можна простежити за даними табл. 5.

(кількість торговельного персоналу, розмір товарних запасів та інших активів), в умовах ефективного господарювання вона відповідає потребам ринку в межах зони діяльності суб'єкту торгівлі. З другого боку, середні показники як узагальнюючі показники характеризують типовий рівень явища. Вони виражають величину ознаки, віднесену до одиниці сукупності. Середні величини замінюють велику кількість індивідуальних значень ознаки, виявляючи загальні властивості, що притаманні всім одиницям сукупності. Це, у свою чергу, дозволяє уникнути випадкових причин і виявити загальні закономірності, обумовлені загальними причинами [4].

Як бачимо, середній розмір магазинів роздрібною торговельною мережі зріс на 63,5% й склав у 2011 році 186,3 м<sup>2</sup>. Деяко більш високими темпами зростає середній розмір продовольчих магазинів, який на кінець періоду досяг 190,6 м<sup>2</sup>. Це було обумовлено, в першу чергу, зростанням середньої торгової площі універсальних магазинів, яке відбувалося за рахунок зростання у їх складі великих торговельних форматів: гіпермаркетів (понад 5000 м<sup>2</sup>) та супермаркетів (понад 1000 м<sup>2</sup>). Залишаються невеликими спеціалізовані продовольчі магазини, середній розмір яких не перевищує 80 м<sup>2</sup>.

Середній розмір магазинів, що реалізують не-продовольчі товари, зростає повільніше. Ця тенденція пов'язана зі зростанням частки спеціалізованих магазинів, середній розмір яких хоча й збільшується (на 69,4%), але залишається значно меншим відносно універсальних.

Важливим моментом, що характеризує підвищення рівня концентрації, є збільшення середніх розмірів магазинів самообслуговування як у продовольчій, так і у непродовольчій торгівлі. Наприкінці періоду їх показники зблизилися і склали відповідно 693,4 м<sup>2</sup> та 693,0 м<sup>2</sup>.

Таблиця 4

Склад та динаміка мережі магазинів роздрібної торгівлі за 2005-2011 роки

Показники	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., %
Склад торговельної мережі						
1. Частка у загальній кількості магазинів, %:						
- продовольчих магазинів	57,1	51,5	51,7	50,4	48,9	-
- непродовольчих магазинів	42,9	48,5	48,3	49,6	51,1	-
2. У складі продовольчих:	28522	22951	21658	21031	20601	72,2
- універсальні, од.						
частка у складі продовольчих магазинів, %	89,4	88,2	87,9	86,9	87,0	-
з них: універсами, супермаркети, од.	904	1273	1319	1422	1456	161,1
частка у складі продовольчих магазинів, %	2,8	4,9	5,4	5,9	6,2	-
гіпермаркети, од.	59	169	188	202	225	381,4
частка у складі продовольчих магазинів, %	0,19	0,65	0,76	0,83	0,95	-
- спеціалізовані магазини, од.	3369	3060	2981	3161	3066	91,0
частка у складі продовольчих магазинів, %	10,6	11,8	12,1	13,1	13,0	-
3. У складі непродовольчих магазинів:	2523	1712	1541	1282	1414	56,0
- універсальні магазини, од.						
частка у складі непродовольчих магазинів, %	10,6	7,0	6,7	5,4	5,7	-
з них: універсами, од.	20	12	13	13	21	105,0
частка у складі непродовольчих магазинів, %	0,08	0,05	0,06	0,05	0,08	-
- спеціалізовані магазини, од.	21390	22757	21471	22526	23302	108,9
частка у складі непродовольчих магазинів, %	89,4	93,0	93,3	94,6	94,3	-
4. У складі загальної кількості магазинів:						
- магазини самообслуговування, од.	2675	5322	5498	6161	6827	255,2
частка у загальній кількості, %	4,8	10,5	11,5	12,8	14,1	-
з них: продовольчі магазини	1975	3639	3847	4048	4436	224,6
частка у складі продовольчих магазинів, %	6,2	14,0	15,6	16,7	18,7	-
непродовольчі магазини	700	1683	1651	2113	2391	341,6
частка у складі непродовольчих магазинів, %	2,9	6,9	7,2	8,9	9,7	-
Розмір торгової площі за групами магазинів, тис. м <sup>2</sup>						
У складі продовольчих магазинів:	3459	3932	3983	4015	4269	123,4
- універсальних магазинів						
з них: універсамів, супермаркетів	814	1166	1197	1284	1409	173,1
гіпермаркетів	302	943	1048	1107	1247	412,9
- спеціалізованих магазинів	218	213	223	246	243	111,5
У складі непродовольчих магазинів:	594	483	420	400	648	118,4
- універсальних магазинів						
з них: універсамів	106	75	86	111	312	109,1
- спеціалізованих магазинів	2088	3461	3389	3770	3853	184,5
Магазинів самообслуговування	1281	3465	3650	4195	4733	369,5
з них: продовольчих магазинів	1005	2432	2592	2746	3076	306,1
непродовольчих магазинів	276	1033	1058	1449	1657	600,4

Середній розмір різних типів магазинів в Україні та їх динаміка за 2005-2011 роки

Показники	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2011 р. до 2005 р., %
Середня торгова площа магазинів	114,0	160,2	168,2	175,6	186,3	163,5
у тому числі:						
1) продовольчих магазинів	115,3	159,4	170,7	176,1	190,6	165,3
у складі продовольчих магазинів:						
- універсальних магазинів	121,3	171,3	183,9	190,9	207,2	170,9
з них: універсамів, супермаркетів	900,4	915,9	907,5	903,0	967,7	107,5
гіпермаркетів	5118,6	5579,9	5574,5	5480,2	5542,2	108,3
- спеціалізованих магазинів	64,7	69,6	74,8	77,8	79,3	122,5
2) непродовольчих магазинів	112,2	161,2	165,5	175,2	182,1	162,4
у складі непродовольчих магазинів:						
- універсальних магазинів	235,4	282,1	272,6	312,0	458,3	194,7
з них: універмагів	5300,0	6250,0	6615,4	8538,5	14857,1	280,3
- спеціалізованих магазинів	97,6	152,1	157,8	167,4	165,4	169,4
Магазинів самообслуговування	478,9	651,1	663,9	680,9	693,3	144,8
з них: продовольчих магазинів	508,9	668,3	673,8	678,4	693,4	136,3
непродовольчих магазинів	394,3	613,8	640,8	685,8	693,0	175,8

(м<sup>2</sup>)

**Висновки.** Проведені дослідження дозволяють стверджувати про наявність та позитивний розвиток процесів концентрації у мережі роздрібної торгівлі України. Функціональне призначення роздрібної торгівлі визначає особливості цього процесу у галузі, де концентрація на рівні окремих об'єктів обмежена попитом населення. Для неї більш прийнятною є концентрація на базі створення об'єднаних підприємств у формі торговельних мереж. Подальші дослідження будуть присвячені саме особливостям цієї форми концентрації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Роздрібна торгівля України у 2011 році: Статистичний збірник ; [під заг. кер. В.О. Піщейка] - Державна служба статистики України. – К. : Техніка, 2012. – 177 с.
2. Сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Україна у цифрах у 2011 році : Статистичний збірник ; [за ред. О. Г. Осауленка] - Державна служба статистики України. – К. : Техніка, 2012. – 211 с.
4. Чернова Т. В. Экономическая статистика: учебное пособие / Т. В. Чернова. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999. – 140 с.

УДК 657.4 : 639.1

Медвідь Л. Г., Говда Г. А.

### ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ОБЛІКУ МАТЕРІАЛЬНИХ ВИТРАТ У МИСЛИВСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ

*У статті досліджено тенденції розвитку та проблеми обліку матеріальних витрат мисливських господарств України. Запропоновано порядок організації обліку за центрами витрат та місцями їх виникнення, визначено методичні засади обліку матеріальних витрат за їх об'єктами.*

**Ключові слова:** мисливське господарство, облік витрат, матеріальні витрати, центри витрат, місця виникнення витрат, об'єкти обліку витрат.

Medvid L., Hovda G.

### ORGANIZATION AND METHODOLOGY OF ACCOUNTING OF MATERIAL COSTS IN HUNTINGS GROWINGS

*Progress and basic problem of accounting of material costs of the hunting growing of Ukraine trends are investigational in the article. The order of organization of account after the centres of cost accounting and placed their origin is offered, certainly methodical principles of accounting of material costs after their objects.*

**Keywords:** hunting growing, cost accounting, material costs, centres of costs, place of origin of costs, objects of accounting of costs.