

Висновки. Наведена схема відображає всі внутрішні процеси на різних рівнях прийняття інвестиційних рішень. Всі внутрішні елементи є взаємопов'язаними та відображають не лише процес управління портфелем цінних паперів загалом, але й характеризують кожен етап його формування.

В подальшій перспективі є наукове обґрунтування структури, функцій, засобів організації та створення системи процесу управління портфелем цінних паперів, що забезпечувала б раціональне та ефективне використання всіх ресурсів управління. Для досягнення цієї мети потрібно вирішити три основні завдання: аналіз систематизації процесів структуризації портфеля цінних паперів; шляхи формування раціональних структур портфеля; розробка методологічної основи з використанням математичного апарату для аналізу та моделювання ситуацій

Аннотація. В статті приведено методический підхід к осуществлению процесса управления портфелем ценных бумаг стратегического инвестора. Обозначены сущность и содержание таких понятий как: цель управления, факторы управления, методы воздействия на факторы управления, ресурсы управления, инструменты управления, объект управления, среда управления и их взаимосвязь. Результатом исследования является схема осуществления управления портфелем ценных бумаг учитывая как внешние, так и внутренние факторы воздействия, с учетом всех вышеперечисленных элементов управления.

Ключевые слова: фондовый рынок, портфель ценных бумаг, процесс управления.

Summary. In this article the methodology of securities portfolio management is represented. Also there are described the substance and the content of such conceptions as: management target, management resources, instruments of management, management objects, external condition of management and their interrelation. As a result of research the scheme of securities portfolio management is given. This scheme also consider internal and external factors of influence with all mentioned earlier management elements.

Keywords: stock market, portfolio of securities, managerial process.

Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Прохорова В.В.
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.

УДК 339.371

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ УКРАИНЫ

Юсаф Аб Абди Алсулаиман, аспирант (ХНУПТ)

Представлений аналіз розвитку торгових мереж України за період з 2008 по 2010 рр.. Доведено, що розвиток торговельних мереж в Україну в післякризовий період відбувається в цілому з наростаючими темпами. Для іноземних операторів України знову стає привабливим об'єктом.

Ключові слова: ринок, торговельна мережа, роздріб.

Актуальность темы исследования. Для в Украине в посткризисных условиях характерно современного этапа развития рыночной экономики динамичное развитие торговли. Торговле присуща

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Пономаренко В.С. Моделирование поведения инвестора на фондовом рынке./ В.С. Пономаренко, О.В. Раевнева, К.А. Стрижиченко – Харьков: ВД „Инжек” – 2004. – 264с.
2. Резго. Г.Я. Современные технологии биржевого рынка./ Г.Я. Резго, Е.Р. Храмцова – М: „Феникс”. – 2004. – 192с.
3. Самогородская М.И. Разработка механизма управления региональной инвестиционной стратегией. / М.И. Самогородская // Менеджмент. – 2003. - №5. – С.29 – 36.
4. Самогородская М.И. Управление инвестициями. / М.И. Самогородская В.Г. Преображенский – Воронеж: ВГТУ – 2002. — 164 с.
5. Уманцев Ю. Міжнародне портфельне інвестування в контексті фінансової глобалізації. / Ю.Уманцев, В. Семець // Вісник НБУ. – 2008. - №9 (149). – С. 26 – 34.

наибольшая восприимчивость. Она всегда чутко реагирует на изменение потребностей населения и бизнеса. Роль торговли в экономике страны и регионов все время возрастает. Усиливаются процессы интернационализации торговой деятельности. Растет вклад сферы торговли в валовой национальный и региональный продукты. Непрерывно расширяется ассортимент предлагаемых товаров. Обеспечивается удовлетворение растущих и все более разнообразных потребностей различных слоев населения. Внедряются многообразные форматы торговли. Сказанное обуславливает значимость исследований торговли и ее наиболее развитой формы - торговых сетей.

Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами. Объект исследования настоящей статьи – розничные торговые сети, действующие на территории Украины. Проблема состоит в определении пространственно-временного состояния торговых сетей Украины.

Анализ последних достижений и публикаций. Приоритет исследований в области развития розничных торговых сетей в развитой рыночной экономике принадлежит зарубежным

авторам. К ним можно отнести: Б. Вейтца, С. Уолтона, Ф. Гуиера, Ф. Янсена, М. Леви, Г. Мине, Д. Шнайдера, Д. Арчера, Кристенсена, М. Рейнора, Д. Н. Сулла и др. В Украине аналогичными проблемами занимаются: Н. Голошубова, И. Бланк, И. Бергер, Л. Лигоненко, Е. Воронова, И. Корольков, И. Сорока, А. Мизрухина, Л. Шайгородская, В. Точилин и др.

Нерешенная часть проблемы – определение тенденций развития торговых сетей Украины.

Цель статьи – определить современные тенденции развития крупнейших торговых сетей Украины.

Основная часть. Состояние крупнейших торговых сетей Украины на 2009 год представлено в [1]. Анализ показывает, что в Украине действуют два явных лидера. Это сети «АТБ-маркет» и «Fozzy Group»: 372 и 298 торговых точек. При этом по областям покрытия «Fozzy Group» значительно опережает «АТБ-маркет»: 24 и 14 областей соответственно.

Как следует из табл. 1, по темпам роста «АТБ-маркет» находится далеко впереди «Fozzy Group»: 27 % против 5%.

Таблица 1

*Пространственно-временное развитие торговых сетей Украины.**

№ п/п	Сети	Темпы прироста (2009 к 2008), %	Процент открытия торговых точек, %	Процент покрытия областей, %
1	2	3	4	5
1	АТБ	27	22	52
2	Сільпо, Фора, Фоззі, Буми-маркет	5	5	89
3	Фуршет	-3	5	78
4	Вопак, Пакко	1	3	37
5	Фреш, Арсен, Квартал, Союз, Fresh-Market	722	100	41
6	Брусниця	79	47	19
7	ЕКО-маркет	3	13	52
8	Наш Край, Наш Край-експресс	-5	40	48
9	Велика Кишеня, Просто маркет	-8	2	67
10	Рукавичка	43	30	4
11	Rainford	207	67	15
12	Плюс	18	15	7
13	Таврия-В, Космос	0	0	15
14	SPAR	-9	24	26
15	Добрый купец	-	100	22
16	Метро	9	8	56
17	Абсолют (Луганск)	14	16	11
18	Амстор	4	4	19
19	Барвінок	4	4	11
20	Эконом-плюс	14	13	7
21	Копійка	0	9	7
22	Колібріс, Наш	0	5	22
23	Фаворит	-37	0	4

Продолжение табл.

1	2	3	4	5
24	Villa	36	26	37
25	Торговий світ, Ровекс	6	11	11
26	Полагросервис	21	18	4
27	Економ, Бакалія	0	0	7
28	Обжора (Одесса)	15	13	4
29	Виртус	17	14	7
30	Марс	0	0	7
31	Обжора (Донецк), Gourmet	17	14	4
32	Абсолют (Черкасси)	-7	0	4
33	555	0	15	7
34	Корона, Грош, К-Маркет	0	8	4
35	Седам	-8	0	4
36	Дигма	22	18	4
37	Novus	-	100	11
38	БиМаркет	22	27	4
39	Аликон-маркет	0	9	4
40	Таргет	0	0	4
41	Колос	67	40	4
42	Шара	0	0	4
43	Пан-маркет	-	100	4
44	Островок	-33	0	4
45	Vagus	-76	25	11
46	Капи	0	0	4
47	Оскар	33	25	4
48	Арбат	0	0	4
49	ЮСИ	0	0	7
50	Ярославна	33	25	4

*Рассчитано автором на основе [1].

На рис. 1 представлены первые четырнадцать крупнейших продуктовых сетей Украины.

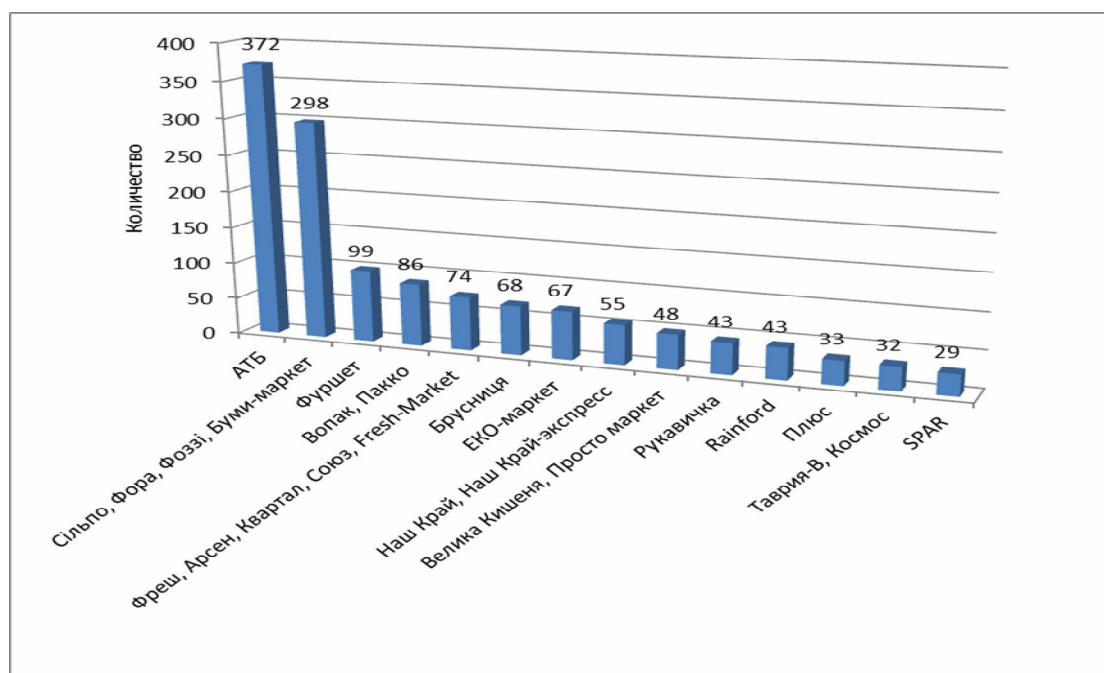


Рисунок 1 – Распределение первых четырнадцати сетей по количеству магазинов
 Анализ рис. 1 показывает, что все сети однозначно представлены двумя группами: две крупные,

насчитывающие порядка 300-400 супермаркетов; все остальные, размером до 100 супермаркетов.

На рис. 2 представлена структура рынка крупнейших торговых сетей, действующих в Украине по состоянию на 2009 г.

Анализ рис. 2 позволяет сделать вывод, что лидерами рынка являются три продовольственных ритейла. Это – ООО «АТБ-маркет», ЗАО «Фоззи» и ЗАО «Фуршет». Они занимают 41% рынка.

В табл. 2 представлена структура торговых сетей в зависимости от типа продукции.

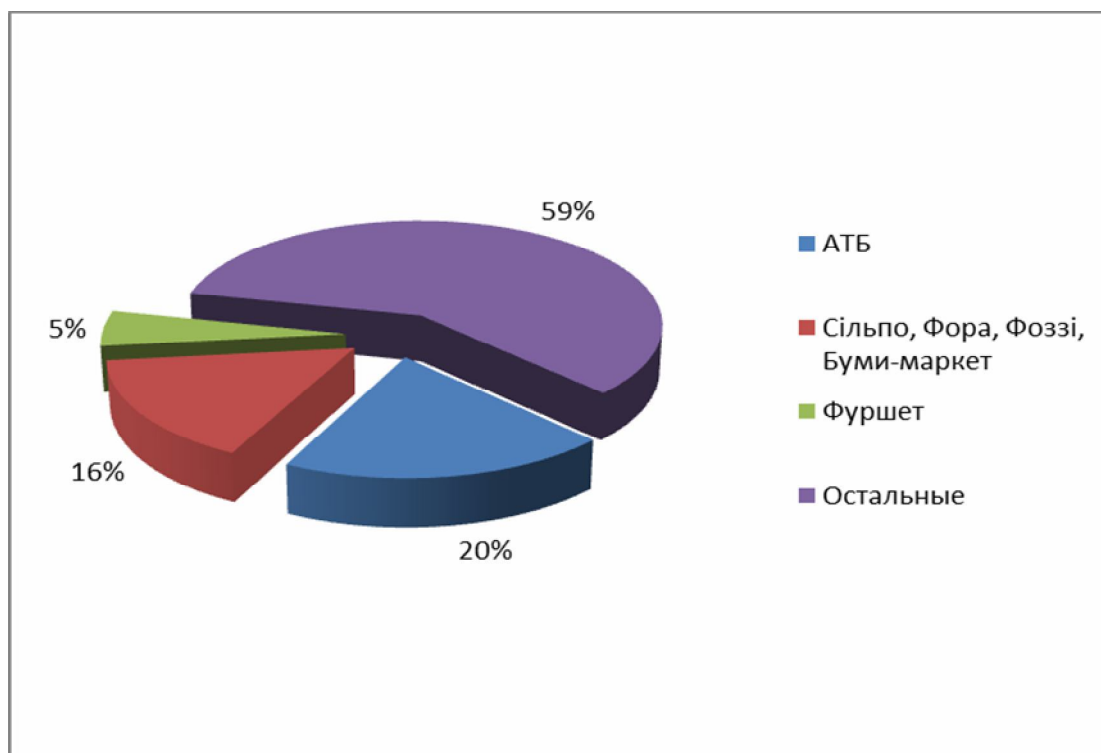


Рисунок 2 - Доля крупнейших торговых сетей, действующих в Украине по состоянию на 2009 г.

Таблица 2

Магазины торговых сетей (по типам) [3]

№ п/п	Тип торговой сети	Количество	%
1	Продукты питания	861	48,37
2	Бытовая техника	564	31,69
3	Строительные материалы	45	2,53
4	Мебель	263	14,78
5	Смешанный тип	47	2,64
Всего		1780	100

Анализ табл. 2 показывает, что в Украине преобладают торговые сети, реализующие продукты питания и бытовую технику.

В среднем продуктовые сети охватывают 48% из всех торговых сетей, сети бытовой техники — 32%, мебельных магазинов — 15%, сети смешанного типа и строительных материалов — по 3%.

В Украине самой большой торговой сетью является Fozzy с 280 магазинами, расположенными во всех регионах. Большинство торговых точек работают под вывесками «Сильпо» и «Фора». На втором месте по количеству магазинов днепропетровская сеть «АТБ-маркет», которая насчитывает 258 точек.

Однако по темпам развития сетей Fozzy значительно отстает от «АТБ-маркет». В 2007 г.

Fozzy відкрила всего три торговые точки, в 2008-м — ни одной. В то время как «АТБ-маркет» за 2008 г. открыла примерно 41 магазин. Застой в развитии сетей группы Fozzy может обернуться для нее потерей лидирующей позиции на рынке.

На сегодняшний день наиболее насыщены торговыми сетями такие области: Киевская (16%), Днепропетровская (15%) и Донецкая (10% от всех регионов Украины).

Конкуренцию торговых сетей в Украине можно назвать умеренной. Такой показатель, как плотность магазинов торговых сетей (охват на душу населения), в Украине еще далек от среднеевропейских норм, хотя по этому показателю Украина уже обогнала Болгарию, Румынию и Россию.

В настоящее время многие ритейлеры вынуждены корректировать свои стратегии развития компаний. В основном это происходит из-за ужесточения кредитной политики банков. Раньше финансовые проблемы решались путем рефинансирования старых кредитов новыми финансовыми потоками. Теперь же компаниям, которые не в состоянии обеспечивать обслуживание долговых обязательств, придется нелегко. Многие сети пытаются решить эту проблему, покрывая расходы по кредитам за счет использования средств от операционной деятельности, а это еще больше усугубляет ситуацию.

Кризис ликвидности на рынке заемных средств в Украине отразился на развитии многих торговых сетей. Почти все ритейлеры либо приостановили, либо значительно уменьшили темпы своего развития. На сегодняшний день многие компании стараются открыть максимальное количество новых магазинов на ранее арендованных или приобретенных ими площадях, поскольку это позволит получить от них хоть какую-то прибыль.

Особую нехватку финансовых ресурсов имеют те операторы рынка торговых сетей, которые в последнее время агрессивно расширяли свои торговые площади. Они поставили перед собой задачу увеличить количество площадей за счет открытия новых точек и нарастить обороты.

Однако в погоне за оборотом многие торговые сети не обращали внимания на рентабельность и прибыль своих новых магазинов.

По результатам исследования «Рейтинг: ТОП 75 торговых сетей FMCG Украины по количеству магазинов, 2010», выполненного компанией GT PartnersUkraine в первую пятерку рейтинга продовольственных ритейлеров по количеству магазинов на конец 2010 г., как сообщает AllRetail, попали компании:

1. «АТБ-маркет» – 443 магазина («АТБ»);
2. «Фоззи» – 323 магазина («Сільпо», «Фора», «Фоззі», «Буми-маркет»);
3. «Фуршет» – 105 магазинов («Фуршет», «Народний»);
4. «Украинский ритейл» – 78 магазинов («Брусниця»);
5. «Еврогэк» – 70 магазинов («Фреш», «Арсен», «Квартал», «Союз», «Fresh-Market») [2].

Бесспорным лидером по количеству открытых в 2010 году магазинов оказалась компания «АТБ-маркет» (Днепропетровск). За прошлый год эта сеть дискаунтеров пополнилась 71 торговой точкой. Главным конкурентом сети «АТБ» по признаку «количество магазинов» продолжает оставаться компания FozzyGroup (Киев), развивающая сети супермаркетов «Сільпо», магазинов у дома «Фора» и гипермаркетов «Фоззи». За весь 2010 год этот ритейлер открыл 38 новых торговых площадок.

Первая десятка рейтинга FMCG ритейлеров Украины по количеству магазинов осталась неизменной по сравнению с 2009 годом (Табл. 4).

Скачок совершила лишь компания «Украинский Ритейл» (сеть магазинов «Брусниця»), впервые в своей истории попавшая в Топ-5 рейтинга. Благодаря активной экспансии на востоке Украины, этот ритейлер открыл в 2010 году 23 новых торговых точек. И потеснил с 4-ого места западноукраинского оператора «Пакко Холдинг». В первую десятку рейтинга впервые вошла также сеть «Барвинок» (Львов). Благодаря покупке магазинов компании «Ровекс» (Тернополь), она практически вдвое нарастила количество своих площадок в 2010 (Табл. 3).

Таблица 3

Топ-10 продовольственных ритейлеров Украины в 2010 году

Место	Компания	Сети	Количество торговых точек, конец 2010 г.	Количество открытых в 2010 г. магазинов
1	2	3	4	5
1	ООО «АТБ-маркет»	«АТБ»	443	71
2	ЗАО «Фоззи»	«Сільпо», «Фора», «Фоззі», «Буми-маркет»	323	38

1	2	3	4	5
3	ЗАО «Фуршет»	«Фуршет», «Народний»	105	8
4	ООО «Украинский Ритейл»	«Брусниця»	78	23
5	ЗАО «Евротек»	«Фреш», «Арсен», «Квартал», «Союз», «Fresh- Market»	70	0
6	«ПАККО-холдинг»	«Вопак», «Пакко»	68	5
7	ООО «ЕКО»	«ЕКО-маркет»	68	3
8	«VolwestGroup»	«Наш Край», «Наш Край- експресс»	68	20
9	ОАО «Квиза Трейд»	«Велика Кишеня», «Просто маркет», «Велмарт», «№1»	52	6
10	ТзОВ ТВК «Львівхолд»	«Рукавичка»	41	2
11	«AbrisCapital»	«Барвінок»	41	18

Из проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Развитие торговых сетей в Украине в послекризисный период происходит в целом с нарастающими темпами.

Появляются новые операторы рынка. Преимущественно украинские.

Для иностранных операторов Украина снова становится привлекательным объектом.

Тенденциями развития торговых сетей Украины можно считать: консолидацию, глобализацию, специализацию.

Направлением дальнейших исследований является выявление инвестиционных особенностей развития торговых сетей Украины.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. <http://www.prometr.com.ua/category/> [Электронный ресурс] – назв. с экрана.
2. <http://www.bagnet.org/news/rating/> [Электронный ресурс] – назв. с экрана.
3. <http://promobux.ru/article/1000.htm> [Электронный ресурс] – назв. с экрана.

Аннотация. Представлен анализ развития торговых сетей Украины за период с 2008 по 2010 гг. Доказано, что развитие торговых сетей в Украине в послекризисный период происходит в целом с нарастающими темпами. Для иностранных операторов Украина снова становится привлекательным объектом.

Ключевые слова: рынок, торговая сеть, розница.

Summary. The analysis of the development of trade networks in Ukraine for the period from 2008 to 2010. Proved that the development of trade networks in Ukraine after the crisis occurs in general with increasing rate. For foreign operators, Ukraine is once again becoming an attractive target.

Keywords: Retail Market, sales network.

*Рецензент д.э.н., профессор ХНУ им. Каразина Заборожный Г.В.
Эксперт редакционной коллегии к.э.н., доцент УкрГАЗТ Якименко Н.В.*