

УДК 332.1:314.1

*В. І. Корсак,**к. н. н., Голова Ради директорів компанії "Наш Край Грун", м. Луцьк*

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РОЗДРІБНИХ МЕРЕЖ ТОРГОВИХ ЗАКЛАДІВ

THE INFLUENCES ON THE FORMATION OF REGIONAL RETAIL NETWORKS

---

*Проведено дослідження та систематизацію факторів, які впливають на формування регіональних роздрібних мереж торгових закладів, та змін у структурі та функціонуванні торгівельних мереж, які вони спричиняють.*

*It was conducted the research and systematization of the factors that are affecting on the formation of regional retail networks and changing of the structure and operation of retail networks, they cause.*

---

*Ключові слова: роздрібна торгівельна мережа, фактор, регіон.*

*Key words: retail network, factor, region.*

### **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Відомо, що роздрібна торгівля є кінцевою ланкою кожного виробничого ланцюга, а відповідно від якості її функціонування та рівня розвитку залежать ефективність, об'єми і швидкість, з якими товари, вироблені у інших галузях економіки, досягають свого споживача та задовольняють його потреби.

Зокрема, збільшення кількості соціально-економічно обґрунтованих торгових закладів із площею, адекватною до потреб торгової зони, дозволить істотно розширити канали просування продукції. Покупцям буде наданий ширший вибір товарів, що призведе до зростання як обороту регіональної мережі

торгових закладів, так і регіонального виробництва у цілому. Крім того, збільшення обороту торгівлі забезпечить надходження додаткових платежів до місцевих бюджетів, що також має важливе значення, враховуючи проблеми, які сьогодні існують в Україні із їх наповненням.

Також слід зауважити, що ріст ефективності регіональної торгівельної мережі у поєднанні із забезпеченням справедливої конкуренції, стимулюватиме роздрібних операторів до зниження цін, що позитивно позначиться на якості життя мешканців регіонів.

Таким чином, поліпшення стану роздрібно торгівельної мережі є актуальною справою для більшості аспектів життя регіонів. Неефективне її функціонування може поставити під заг-

розу розвиток економіки, якості життя, безпеку і здоров'я населення регіонів.

Вченими доведено, що формування регіональної торгівельної мережі визначається дією певних чинників, які можуть як підвищувати, так і знижувати її ефективність.

Тому дослідження факторів, які тим чи іншим чином впливають на формування регіональної торгівельної мережі, має важливе значення, адже корегуючи їх ми можемо керувати процесом її розвитку у напрямі, який би максимально задовольняв соціально-економічно-екологічні потреби регіону, що є невід'ємною складовою його сталого розвитку.

### **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ, В ЯКИХ ЗАПОЧАТКОВАНО РОЗВ'ЯЗАННЯ ДАНОЇ ПРОБЛЕМИ**

Теоретичне та методичні питання формування регіональних роздрібних торгівельних мереж є предметом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких: І.О. Бланк, І.М. Бергер, П.Г. Гончаров, В.А. Гросул, І.З. Должанський, О.Б. Казакова, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Т.Л. Мітяєва, Л.О. Омельянович, І. Ансофф, Г. Армстронг, Д. Блекуелл, Г. Джоунз, П. Друкер, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Р. Патюрель, М. Портер, О.М. Азарян, В.В. Апопій, О.О. Бакунов, Л.В. Балабанова, В.А. Павлова, А.А. Садеков, Л.Г. Саркісян. Проте дослідження факторів, які впливають на формування регіональних торгівельних мереж, у зв'язку з їх різноманітністю, динамічністю та мінливістю, потребує постійного поглибленого вивчення.

### **ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ**

Систематизувати фактори, які впливають на формування регіональних роздрібних торгівельних мереж, та зміни, до яких вони призводять.

### **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПОВНИМ ОБГРУНТУВАННЯМ ОТРИМАНИХ НАУКОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ**

Щодо дефініції торгівельної мережі, то в науковій літературі існує ряд тлумачень, які можна розділити на дві групи.

Так, до першої групи слід віднести визначення, які розглядають торговельну мережу як усю сукупність торговельних підприємств певного регіону, незалежно від форм власності, організаційно-правових форм, типів торговельних закладів та інших характеристик.

Так, І.М. Бергер під регіональною торгівельною мережею розумів сукупність усіх тор-

гівельних роздрібних підприємств, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею [1].

Такої ж позиції дотримується П.Г. Гончаров [2, с. 22] та І.О. Бланк [3, с. 45]. На їх думку, торговельна мережа є сукупністю торговельних підприємств та торговельних одиниць, розташованих на певній території (регіоні).

Відповідно до визначення національного стандарту України, роздрібна торгівельна мережа — це сукупність стаціонарних, тимчасових та пересувних торговельних об'єктів, а також аптеки для організації роздрібного продажу товарів, пунктів дистанційного продажу товарів, пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, не пов'язана з виробництвом цих виробів.

Вищенаведені підходи до трактування поняття "регіональна роздрібна торгівельна мережа" розглядають її з позиції економіки регіону, тобто як одну із невід'ємних структурних ланок, а тому, враховуючи важливість роздрібною торгівлі для економіки регіону, таке тлумачення вчених поняття "регіональна роздрібна торгівельна мережа" не тільки має право на існування, а повинно стати об'єктом подальшого вивчення.

Друга група включає у себе визначення торгівельної мережі, які ґрунтуються на "ланцюговому підході". Суть його полягає в тому, що під системою ланцюгових магазинів розуміють розгалужену мережу однотипних торгових закладів (більше 10) з однаковим зовнішнім оформленням та інтер'єром і однаковими методами торгівлі [4, с. 67].

Так, на думку В.М. Селютіна, Н.М. Севериненко, торговельна мережа — це сукупність однотипних торговельних об'єктів, які мають єдиний центр управління, спільні зовнішні та функціональні характеристики, параметри торговельного процесу та бізнес-технології з метою підвищення ефективності торговельного бізнесу [5, с. 57—58].

Подібною думки дотримується Т.А. Пікуш, який розглядає торговельну мережу як сукупність однотипних магазинів, що знаходяться під спільним управлінням, з однаковим асортиментом товарів, зовнішнім оформленням, інтер'єром та однаковими методами торгівлі, яка створена з метою підвищення ефективності діяльності торговельної компанії [6, с. 245]. На його думку, її ефективне функціонування може бути забезпечене при наявності в мережі більше двадцяти торговельних об'єктів.

У законі Російської Федерації "Про основи державного регулювання торгівельної діяльності" під поняттям "торгова мережа" мають на увазі сукупність двох і більше торгових об'єктів, які знаходяться під загальним управлінням, або сукупність двох і більше торгових об'єктів, які використовуються під єдиним комерційним позначенням або іншим засобом індивідуалізації [7].

Отже, "ланцюговий підхід" тлумачення поняття "регіональна роздрібна торгівельна мережа" передбачає таку форму функціонування торгівельної організації, яка реалізує свої бізнес-інтереси у певному регіоні. Вищенаведені два абсолютно різних підходи спричиняють суттєві непорозуміння при використанні даного поняття.

На нашу думку, для уникнення неоднозначних трактувань при вживанні даних визначень при використанні поняття "регіональна роздрібна торгівельна мережа" слід розуміти: сукупність усіх торгівельних роздрібних підприємств, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею. А замість використання "роздрібна торгівельна мережа" у розумінні горизонтально інтегрованої торгівельної організації, краще застосовувати визначення "роздрібний мережевий торгівельний оператор (локального, регіонального чи національного) масштабу".

Вивчення та систематизація факторів, які впливають на формування регіональних роздрібних мереж, ініціюють необхідність дослідження такої категорії, як "фактор".

Так, Н.В. Кузьміна вважає, що фактор — це об'єктивна причина, яка обумовлює певне явище та основна рушійна сила, що призводить до тих чи інших результатів [8].

Великий тлумачний словник української мови дає наступне визначення поняття "фактор" (англ. factor — посередник, від латин. factor — той, що робить, від facio — роблю) — це умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу [9].

О.А. Дубасенюк розглядає фактор як чинник, що визначає природу і побудову шуканого об'єкта дослідження, можливі причини відмінностей на рівнях об'єкта дослідження [10].

На думку Панчук В.В., фактор є основною внутрішньою та зовнішньою причиною, що зумовлює певне явище [11].

Сидорчук Н.Г. стверджує, що "фактор" є основною внутрішньою та зовнішню причиною, що зумовлює підвищення рівня якості явища і

підлягає корекції або регуляції у межах певного процесу [12].

Врахування наведених визначень щодо сутності терміну "фактор" дозволяє зробити висновки, що це причина, чинник, основна рушійна сила, яка визначає природу і побудову об'єкта або обумовлює певне явище, підвищує рівень його якості та призводить до тих чи інших результатів і підлягає корекції або регуляції у межах певного процесу.

А.С. Новоселова виділяє наступні групи факторів, які впливають на становлення регіонів. Вона вважає, що саме вони є тими чинниками, які обумовлюють розвиток їх економіки, а відповідно суттєво впливають на формування регіональних торгівельних мереж:

- економічні (рівень розвитку та структура розміщення виробництва товарів, міжвиробничі та міжрегіональні зв'язки, рівень та структура цін на товари);

- науково-технічні (рівень розвитку матеріально-технічної бази, НТП, рівень автоматизації та механізації господарських процесів);

- соціальні (забезпечення підприємств трудовими ресурсами, чисельність та соціально-демографічна структура населення, його розміщення по території);

- природно-кліматичні (мінерально-сировинні ресурси, кліматично-грунтові умови) [13].

На думку Д.В. Клинового [14], факторами, які обумовлюють розбудову регіонів, є:

- суспільний територіальний поділ праці;

- територіальні виробничі комплекси як сукупність однорідних або тісно пов'язаних між собою різних виробництв;

- природно-кліматичні умови та ресурси як основа розвитку спеціалізованого господарства району;

- особливості економіко-географічного положення території району, що зумовлюють формування спеціалізації його господарства;

- районоутворюючі центри — великі міста-економічні центри з потужним виробничим потенціалом;

- форми територіальної організації виробництва — промислові, інфраструктурні (транспортні, рекреаційні) та агропромислові райони, центри, промислові та транспортні вузли;

- суспільно-політичний устрій;

- адміністративно-територіальний поділ країни.



Таблиця 1. Класифікація факторів, що впливають на формування регіональних роздрібних мереж

Групи чинників	Чинник	Зміни у регіональній роздрібній торгівельній мережі, які спричинені фактором	
		Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Економічні	Рівень розвитку виробництва регіону;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Структура розміщення виробництва;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Міжгосподарські та міжрегіональні зв'язки;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Рівень та структура цін на товари;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Стан загальної ділової активності (зниження, стагнація, підйом, стабільність);	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Фінансові	Господарський профіль регіону;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Тарифи на транспортні послуги й енергетичні ресурси;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Зростання впливу роздрібних операторів на економіку регіону	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Темпи інфляції;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Стабільність курсу гривні;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Соціальні	Доступність фінансових ресурсів та відсоткові ставки по кредитах;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Доходи різних соціальних груп;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Рівень зайнятості населення;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Рівень розвитку трудових ресурсів;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Глибина розширення суспільства та рівень соціального захисту;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Демографічні	Купівельна спроможність населення;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Чисельність та склад населення; баланс народжуваності та смертності;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Вікова структура населення регіону;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Національна структура населення регіону	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Міграція населення;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Споживчі	Рівень освіти;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Співвідношення міського та сільського населення;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Зростання кількості неповних сімей;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Метальні особливості населення регіону	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Релігійний поділ населення	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
Політичні	Дефіцит часу, який може бути витрачений на придбання товарів у магазинах;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Збільшення бажання отримувати товари кращої якості за мінімальними цінами ( <i>bestvalue/price</i> );	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Зростання потреби в унікальних товарах та послугах;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Орієнтація населення на здоровий спосіб життя;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів
	Рівень поінформованості споживачів;	Впливає на величину торгової площі, що припадає на 1000 жителів; структуру торгових закладів	Впливає на формування асортиментних матриць торгових закладів

Продовження табл. 1

Групи чинників	Чинник	Зміни у регіональній роздрібній торгівельній мережі, які спричинені фактором	
		Адекватна підтримка запобігає глобалізації та концентрації, що забезпечує високий рівень конкуренції між роздрібними торговими організаціями, а відповідно покращує задоволення потреб населення регіону; забезпечує конкурентоздатність регіональних торгових операторів та виробників	Виначає привабливість, інвестування у розвиток регіональної роздрібної торгівельної мережі; прозорість функціонування торгових організацій; збільшення податкових платежів;
Інституційно-цивільні	Законодавство, яке регламентує торговельну діяльність;	Відчуження виробників та торгових операторів, запобігає глобалізації та концентрації галузі	Забезпечує покращення якості товарів, які реалізуються, та рівня обслуговування споживачів
	Законодавство із захисту прав споживачів;	Впливає на рівень безпеки праці персоналу торгових закладів	Стимулює реалізацію торговельними організаціями природоохоронних проєктів, які призводять до зниження техногенного навантаження та збереження природо-ресурсного потенціалу
	Законодавство з охорони праці;	Призводить до стагнації роздрібної торгівельної мережі, зниження розмірів інвестицій, зникнення конкуренції, погіршення якості обслуговування жителів регіону, зниження надходжень податкових платежів до бюджетів різних рівнів	Забезпечує реалізацію, а не декларативну, імплементацію законодавчих актів, що суттєво впливає на формування регіональної роздрібної торгівельної мережі
	Законодавство з охорони навколишнього середовища;	Високий рівень корупції;	Визначає кількість та форми торгових закладів торгівельної мережі
	Ефективність механізмів виконання діючих законів;	Структура населених пунктів, щільність та структура заселення території;	Кількість та площу торгових закладів різних форматів
Містобудівні	Наваність приміщень, придатних для використання під торговельні об'єкти у сільських районах	Впливає на забезпеченість населення торговими закладами у форматі «магазин біля дому»	Дефіцит площ у межах населеного пункту, придатних для використання під відкриття торговельних закладів, призводить до зміни географічної локалізації торгових закладів – переміщення замісто у торгові центри
	Наваність земельних ділянок під забудову торгових об'єктів;	Структура транспортної мережі («риб'яча кістка» чи «решетка»);	Структура транспортної мережі («риб'яча кістка» чи «решетка»)
	Завантаженість транспортної мережі;	Структура транспортних потоків («магнітників», регулярні, періодичні);	І повинна стимулювати розміщення нових торгових об'єктів таким чином, щоб розвантажати транспортні мережі та збільшити % території, що припадає на дорожньо-пакетову мережу;
	Структура транспортних потоків («магнітників», регулярні, періодичні);	Визначає географічну локалізацію торгових закладів різних форматів	
Інноваційні	Моделі розвитку міст (концентрична – «Парка-Берджеса», поліцентрична – «І здріса-Ульмана», секторальна – «Хойта»);	Визначає структуру та географічний розвиток регіональних роздрібних мереж	
	Стрибокподібне збільшення обсягу фундаментальних знань	Сприяє надходженню у торговельну галузь базисних нововведень (EOM, Internet ...)	
	Наваність споживчого попиту на нововведення	Дефіцит часу у споживачів стимулював впровадження POS-систем, які забезпечили можливість скасування штрих-коду (UPC), що суттєво прискорило процес здійснення покупок;	СРРК-технологія (спільне планування, прогнозування та поповнення ресурсів) сприяє скороченню витрат на постачання. RFID-технологія знизила витрати на відстеження місцезнаходження товару та керування товарними запасами, що є вагомими конкурентними перевагами роздрібних торгових операторів;
	Ставлення держави щодо інноваційного розвитку економіки	І прискорене впровадження світлових досягнень НТІ у торговельну галузь; інфраструктурна підтримка реалізації інновацій	
Географічно-природні	Величина регіону	Впливає на структуру форматів та здатність до кооперування роздрібних торгових операторів	
	Наваність мінерально-сировинних ресурсів;	Розвиток чи занепад великих видобувних та переробних підприємств суттєво впливає на зміну нормативної кількості торгових закладів та торговельних площ, необхідних для забезпечення потреб населення	
	Кліматично-грунтові умови;	Наваність локальних виробників продуктів харчування, продукція яких повинна реалізовуватися через регіональну роздрібну торговельну мережу	
	Рівень заборуднення навколишнього середовища;	Впливає на розвиток, чи стагнацію роздрібної торгівельної мережі	
Внутрішньо-галузеві	Розмір ринку та темпи росту ринку;	Визначає привабливість для інвесторів, у тому числі для глобальних роздрібних операторів; структуру форматів та площу торгових закладів;	
	Ступінь монополізації ринку;	Рівень конкуренції, зменшення кількості роздрібних операторів	
	Інтенсивність конкуренції;	Стимулює підвищення операційної ефективності за рахунок централізації усіх бізнес-процесів, у тому числі закупівель, для досягнення ефекту масштабу; ретейсери реалізують стратегії, зорієнтовані на пропозицію споживачам «кращої ціни» та вищої цінності, ніж у конкурентів	
	Готовність конкурентів до злиття;	Сприяє концентрації та монополізації ринку	
	Рівень задоволення попиту;	При недостатньому задоволенні попиту існує високий потенціал для розвитку роздрібних операторів та входження на ринок нових	
	Ціни на фактори виробництва;	Впливають на рівень ціни у роздрібній торгівельній мережі та інвестиційну привабливість галузі;	
	Рівень розвитку дистрибуції (постачальників);	Впливає на організацію логістичної системи та розвиток розподільчих центрів	



У науковій літературі описана достатньо велика кількість чинників, які безпосередньо впливають на розвиток роздрібно́ї торгівлі, зокрема Н.С. Буцjak, Т.Г. Васильців виділяють наступні групи рушійних сил, які визначають вектор та особливості її формування: виробничі, транспортні, демографічні, соціально-економічні, торгові, містобудівні, технологічні, управлінські, фінансові, політико-законодавчі. На їх думку, наповнення цих груп може відрізнятися як у межах України, так і в окремих регіонах [15].

Клочкова О.В. пропонує класифікацію чинників, що впливають на формування роздрібних торговельних мереж, яка в більшій мірі враховує регіональні особливості розвитку суб'єктів торговельної діяльності. Зокрема, вона здійснює розподіл факторів за джерелом виникнення (економічні, соціально-культурні, політичні, природно-кліматичні, технологічні, демографічні); за рівнем виникнення (зовнішні, внутрішні); за способом впливу (прямого впливу, непрямого впливу); за ступенем залежності від суб'єкта господарювання (суб'єктивні, об'єктивні); за напрямом дії (стимулюючі, стримуючі) [16].

Е.М. Филипенко вважає, що найбільш суттєвими, які здійснюють особливо вагомий вплив на роздрібну торговельну мережу, є такі фактори, як:

- ринкові (розмір ринку; темпи його росту; форми ринку в зацікавленій сфері діяльності, ступінь монополізації; рівень задоволення попиту; динаміка попиту; інтенсивність конкуренції; ціни на фактори виробництва; доходи різних соціальних груп);

- фінансові (темпи інфляції; рівень зайнятості населення; бюджетний баланс; стабільність курсу гривні; ставки по кредитах; тарифи на транспортні послуги й енергоресурси; податкові ставки);

- конкурентні (кількість конкурентів та їх мотивація, рефлексивність дій, готовність конкурентів до злиття, ступінь уразливості конкурентів, ступінь диференціації товарів). Крім того, вона вважає, що дані чинники можуть бути як загрозою для розвитку роздрібно́ї торгівлі, так і відкривати не менш істотні можливості [17].

На думку Н. Голошубової, факторами, які впливають на розвиток торгівлі на певній території, є: соціально-економічні, демографічні, географічні, містобудівні, транспортні, організаційно-технологічні, управлінські, фінансові [18].

Л.А. Брагін, Т.П. Данько, Г.Г. Іванов виділяють такі чинники, як: містобудівні (величина міста, функціональне зонування території); демографічні (чисельність, склад, щільність населення, розміщення адміністративних, культурних та спортивних центрів); транспортні (напрямок і інтенсивність основних потоків руху суспільного і індивідуального транспорту); соціальні (можливість зниження затрат часу на відвідання підприємств торгової мережі, досягнення високого рівня обслуговування); економічні (ефективність капітальних вкладень, оптимальний рівень їх прибутковості) [19].

О.Б. Казакова виділяє вісім груп факторів, які, на її думку, мають певний вплив на формування регіональних роздрібних мереж:

- політичне становище: стабільність, нестабільність;

- економічне становище: стан загальної ділової активності (зниження, стагнація, підйом, стабільність);

- інфляція, дефляція; політика цін; кредитно-грошова політика й ін.;

- соціальні фактори: глибина розшарування суспільства; рівень доходів, рівень безробіття, соціальний захист; купівельна спроможність населення;

- законодавство: податки; правовий захист підприємницької діяльності (законодавство: антимонопольне, про несумлінну рекламу, антидемпінгове й ін.); захист прав споживачів; законодавство з безпеки та якості товарів; з охорони праці та техніки безпеки; з охорони навколишнього середовища;

- науково-технічні фактори: прискорення НТП; технологічний розвиток галузі;

- природні фактори: наявність (дефіцит) сировини; зростання цін на паливо й енергію; забруднення навколишнього середовища;

- демографічні фактори: зміна народонаселення (старіння суспільства, зниження народжуваності); віковий склад, міграція населення; рід занять; рівень освіти;

- фактори культурного середовища: культура; субкультура [20].

Таким чином, проаналізувавши існуючі підходи вчених-економістів щодо визначальних чинників, які впливають на формування та розвиток регіональних торговельних мереж, можна запропонувати авторське бачення їх класифікації та змін, до яких вони призводять (табл. 1).

### ВИСНОВКИ З ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ЦЬОМУ НАПРЯМІ

У роботі систематизовано фактори, які здійснюють вплив на формування регіональних роздрібних торговельних мереж, та тезисно висвітлено зміни у регіональній торговельній мережі, до яких вони можуть призвести.

Дане дослідження, окрім теоретичного, має суттєве практичне значення, адже знаючи, як впливають різноманітні чинники на процес формування роздрібних торговельних мереж, можна почати їм управляти, стимулюючи вплив одних факторів та нівелюючи дію інших у напрямі, який би максимально задовольняв потреби регіону.

Враховуючи те, що вищенаведені фактори є основною рушійною силою, яка визначає формування регіональних торговельних роздрібних мереж та обумовлює їх ефективність в аспекті задоволення економічних, соціальних та екологічних потреб регіону, на нашу думку, надзвичайно важливим є більш глибоке подальше дослідження впливу кожного конкретного фактора на розвиток роздрібних торговельних мереж регіону та виявлення змін, до яких призводить їх вплив.

#### Литература:

1. Бергер И.Н. Построение и размещение розничной торговой сети / И.Н. Бергер, В.К. Задорожный, М.А. Огородник. — К.: КТЭИ, 1974. — 234 с.
2. Гончаров П.Г. Организация торговли продовольственными товарами / П.Г. Гончаров, В.Ф. Егоров. — М.: Экономика, 1989. — 318 с.
3. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. — К.: УФИМБ, 1997. — 408 с.
4. Корольков И.И. Организация торговли в зарубежных странах / И.И. Корольков, И.С. Маркевич. — К.: КТЕИ, 1991. — 121 с.
5. Селютин В.М. Мережевий підхід як теоретична основа організації сучасного торговельного бізнесу / В.М. Селютин, Н.М. Севериненко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. — Х.: ХДУХТ, 2008. — № 18. — С. 56—61.
6. Пікуш Т.А. Організаційно-економічна характеристика сутності торговельних мереж / Т.А. Пікуш // Актуальні проблеми економіки: теорія і практика. — К.: Європ. ун-т, 2005. — Вип. 1. — С. 243—246.
7. Об основах государственного регулирования торговой деятельности Российской Федерации: Федеральный Закон Российской Федерации по состоянию на 1 февр. 2010 г. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2009/12/30/torgovlya-dok.html>.
8. Кузьміна Н.В. Профессионализм деятельности преподавателя и мастера производственного обучения профтехучилищ / Н.В. Кузьміна — М.: Высш. шк., 1989. — 167 с.
9. Великий тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.slovnyk.net>
10. Дубасенюк О.А. Психолого-педагогічні фактори професійного становлення вчителя. — Житомир: Житомир. держ. пед. ін-т, 1994. — 260 с.
11. Панчук В.В. Психолого-педагогічні фактори підвищення професіоналізму викладача вищої школи (на матеріалах викладання іноземної мови в технічному вузі): дис. канд. пед. наук: 13.00.04. — Луцьк, 1996. — 200 с.
12. Сидорчук Н.Г. Організація самоосвітньої діяльності майбутніх учителів у процесі вивчення предметів педагогічного циклу: дис. канд. пед. наук: 13.00.04 / Сидорчук Наталія Григорівна. — О., 2003. — 221 с.
13. Новоселов А.С. Теория региональных рынков / А.С. Новоселов; под ред. А.Р. Бернвальда. — Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. — 448 с.
14. Клиновий Д.В. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка України / Д.В. Клиновий, Т.В. Пепа; за заг. наук. ред. А.Г. Чернюк. — К.: ЦНА, 2006. — 728 с.
15. Буцяк Н.С. Сучасний стан і перспективи розвитку роздрібно-товарообігу підприємств торгівлі в Україні / Н.С. Буцяк, Т.Г. Васильців // Науковий вісник НЛТУ України. — 2010. — № 20 (15) — С. 131—137.
16. Колчкова О.В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Колчкова О.В. — Харків, 2011. — 173 с.
17. Филипенко Е.М. Формирование экономической стратегии предприятий розничной торговли: дис. канд. екон. наук: 08.07.05 / Филипенко Е.М. — Харьков, 2000. — 183 с.
18. Голошубова Н.О. Визначальні фактори розвитку роздрібно-торгової мережі / Н.О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. — 2001. — № 4. — С. 19—25.
19. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация / А.А. Брагин, Т.П. Данько, Г.Г. Иванов и др. — М.: Инфра, 2000. — 560 с.
20. Казакова О.Б. Оцінка факторів, що впливають на розвиток роздрібно-торгівельної мережі / О.Б. Казакова // Торговля і ринок України: темат. зб. наук. пр. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. — Т. 3, № 19. — С. 265—270.

Стаття надійшла до редакції 29.01.2013 р.