

7. Украинские торговые сети [Электронный ресурс] // издание PRORetail. – Режим доступа: <http://www.catalog.proretail.info/index.php?id=154> – Загл с экрана.
8. ТОП -10 крупнейших украинских ритейлеров [Электронный ресурс] // издание Liga. Бизнес – Режим доступа: <http://biz.liga.net/all/fmcg/stati/2740497-top-10-krupneyshikh-ukrainskikh-produktovykh-riteylerov-hm> – Загл с экрана.
9. Директор Ассоциации поставщиков торговых сетей: Ритейлеры много теряют/ [Электронный ресурс] // издание Гордон. – Режим доступа: <http://gordonua.com/news/money/Direktor-Associacii-postavshchikov-torgovyh-setey-Riteytery-mnogo-terayut-V-etom-godu-my-uvimid-zakrytie-ne-menee-20-magazinov-74011.html> – Загл с экрана.
10. Спецпроект: кому принадлежит продуктовый ритейл в регионах. [Электронный ресурс] // издание Retail Community. – Режим доступа: <http://retail-community.com.ua/news/spetsproektyi/1661-spetsproekt-komu-prinadlejit-produktovyiy-riteyl-v-regionah> – Загл с экрана.

Горбенко А.В.

Национальный транспортный университет

РЫНОК ПРОДУКТОВОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ: ФОРМАТЫ, СЕТИ, РАЗВИТИЕ

Аннотация

Уточнена классификация форматов магазинов. Проанализированы розничные сети по направлениям продуктовой торговли. Сформулированы выводы о дальнейшем потенциале развития розничных сетей и трансформации потребительских предпочтений.

Ключевые слова: розничный рынок, продуктовый ритейл, продажи, тенденции.

Horbenko A.V.

National Transport University

FOOD RETAILING IN UKRAINE: FORMAT, NETWORK, DEVELOPMENT

Summary

Specification of the classification of store formats. Analyzed retailers in areas of grocery trade. Conclusions on the potential future development of retail networks and the transformation of consumer preferences.

Keywords: retail market, food retail, sales, trends.

УДК 005.57:339.378

РОЗВИТОК РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

Гришко М.Г.

Київський національний торговельно-економічний університет

У статті досліджено поточний стан та перспективи розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Зокрема, аналізуються динаміка і структура роздрібно товарообігу, виявляються проблеми і тенденції розвитку роздрібно бізнесу. Особлива увага приділяється розвитку торгових мереж в Україні. Автором наведено та згруповано найбільші спеціалізовані торговельні мережі. Показано, що для забезпечення ефективного управління вітчизняним торговельним мережам доцільно використовувати інноваційні інформаційні технології.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, роздрібно торгівля України, торговельні мережі, управління торговельними мережами.

Постановка проблеми. Роздрібно торгівля є одним із найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль у розвитку споживчого ринку та обслуговуванні населення. Внутрішній ринок споживчих товарів є узагальненим індикатором розвитку економіки, оскільки від його розмірів і ефективності залежить продуктивність інших секторів економіки та забезпечення рівноваги між попитом та пропозицією. Об'єми, структура і ефективність внутрішньої торгівлі є визначаючими факторами конкурентоздатності національної економіки і забезпечення постійного економічного

зростання, а також в забезпеченні потреб людини у високоякісних товарах та послугах.

У зв'язку із зазначеною актуальністю постає питання щодо визначення певних можливостей та проблем, а також шляхи їх вирішення у майбутньому розвитку торговельних мереж на українському ринку роздрібно торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем ефективного розвитку торгівлі в Україні відносяться до сфери наукових інтересів провідних вітчизняних дослідників: А.А. Мазаракі, І.О. Бланк [1], М.В. Тарасюк, І.В. Височин [2], Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський

[3], В.В. Апопій [4], Н.О. Голошубова [5] та ін. Окремі аспекти особливостей розвитку мережевої торгівлі у різних країнах світу досліджувалися і зарубіжними науковцями, а саме: Б. Берманом [6], Р. Скубовою [7], К. Муром, Дж. Ферні [8], Л. Хасісом [9] та іншими.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У працях вищенаведених науковців досліджувалися ключові принципи розвитку торговельних мереж, визначалися пов'язані з цим завдання, проводився аналіз організаційних структур і результатів діяльності торговельних мереж тощо.

Однак, незважаючи на раніше проведені дослідження стану розвитку торговельного бізнесу, проблемам визначення передумов ефективного використання інформаційного забезпечення в управлінні вітчизняними торговельними мережами приділяється недостатньо уваги.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є оцінка сучасного стану та визначення тенденцій розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні, а також проблем, що виникають на шляху їх розвитку; визначення передумов ефективного використання інформаційного забезпечення в управлінні вітчизняними торговельними мережами для підвищення ефективності їхнього менеджменту.

Виклад основного матеріалу. За оцінками експертів торгівля України починаючи з 2008 р. вступила в нову фазу розвитку, яка характеризується активним зростанням частки організованої мережевої торгівлі [10; 11]. Вітчизняні торговельні мережі, на відміну від зарубіжних торговельних мереж, що розвивалися під впливом змін попиту споживачів, одразу розпочали активну діяльність з використанням напрацьованого світового досвіду.

Роздрібна торгівля є одним з найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль у розвитку споживчого ринку та обслуговування населення. За даними Держстату, оборот роздрібною торгівлі України в 2013 р. становив 884203,7 млн грн [12] (приріст порівняно з минулим роком становив – 807491,96 млн грн – 9,5%). Обсяг роздрібною товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність у сфері роздрібною торгівлі та ресторанного господарства за 2013 р. становив 433081 млн грн, що на 27967 млн грн більше, ніж у 2012 р. [12]. Отже, торговельні підприємства активно розвиваються, зростають їх обсяги діяльності та ускладнюється управління ними, що в свою чергу, сприяє необхідності використання сучасних інформаційних технологій в управлінні.

Загальний оборот роздрібною торгівлі в Україні (за виключенням тимчасово окупованої території АРК) згідно звіту компанії Ernst & Young Global Limited [13] за період січень-червень 2014 року склав 407,6 млрд грн, що на 0,8% більше показника за аналогічний період 2013 року. На думку експертів ріст забезпечений виключно за рахунок збільшенням цін, оскільки, існуюча геополітична ситуація негативно впливає на споживчий попит, і девальвація національної валюти зменшує купівельну спроможність населення. Складна ситуація в Донецькій та Луганській областях стала причиною спаду продажів на їх територіях і в січні-червні відбувся спад темпів товарообороту роздрібною торгівлі, що склав 2,5% і 7,7% відповідно. У 2013 році була проведена значна кількість поглинань та злиття торговельних мереж. Так, наприклад, торговельна мережа Varus, що активно розвивається, купила 10 магазинів «Spar» в Дніпропетровську та 13 «Перекрестка» в Києві, а східноєвропейські маркети Real, що належали Metro Group, перекупила інша міжнародна група – Auchan.

За даними Державної служби статистики оборот роздрібною торгівлі в Україні в січні-квітні 2014 року зріс на 5,6% порівняно з аналогічним періодом 2013 року – до 271,139 млрд грн.

Протягом останнього десятиріччя роздрібна торгівля переживає значний підйом. Так, за 2005-2013 роки середньорічний темп росту сектора роздрібною торгівлі був на рівні 21%. У 2013 році внутрішні роздрібні продажі на організованому ринку склали 54,2 млрд долларів, що близько 1200 долларів на душу населення [13].

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновки про загострення конкуренції на ринку торговельних послуг, що призводить до скорочення частки торговельних підприємств, проте їх частка серед суб'єктів економічної діяльності залишається значною. Таким чином, зростає актуальність проведення комплексних досліджень, спрямованих на пошук інноваційних інструментів для підвищення якості управління, зокрема систем інформаційного забезпечення, особливо в умовах, коли немає ґрунтовних досліджень з даної проблеми.

В Україні відбулися також позитивні зміни в розвитку матеріально-технічної бази торгівлі: впроваджуються сучасні торговельні технології, створюються роздрібні торговельні підприємства, які за рівнем культури обслуговування покупців відповідають вимогам європейських стандартів. Вітчизняні торговельні мережі, що здійснюють торгівлю під однією торговельною маркою, дотриму-

Таблиця 1

Кількість супермаркетів та гіпермаркетів в Україні за 2009-2013 рр.

Показник	2005 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
	Всього магазинів, од.	55804	48000	48383	47234
У тому числі, од.:					
супермаркети	904	1422	1456	1565	1642
гіпермаркети	59	202	225	261	277
Торгова площа всіх магазинів, тис. м ²	63459	8431	9013	9294	9419
У тому числі, тис. м ² :					
супермаркетів	814	1284	1409	1475	1559
гіпермаркетів	302	1107	1247	1438	1463
Частка супермаркетів та гіпермаркетів у загальній кількості магазинів, %	1,73	3,38	3,47	3,87	4,22
Частка торгової площі гіпермаркетів та супермаркетів у торгівій площі всіх магазинів, %	1,76	28,36	29,47	31,34	32,08

Джерело: розроблено автором за даними [14]

ються єдиною стратегією діяльності та мають єдиний центр управління.

Таким чином, в торговельному бізнесі України активізуються процеси створення масштабних за розмірами й територією обслуговування торговельних мереж, що може, через недостатність і невчасність надходження інформації до власників та менеджменту, призвести до зниження керуваності, а отже і до зниження рентабельності бізнесу.

Про розвиток саме торговельних мереж свідчать дані Державної служби статистики України щодо кількості таких основних діючих об'єктів роздрібно-торговельної мережі, як супермаркети (продовольчі магазини з торговою площею від 400 до 2499 м²) та гіпермаркети (продовольчі магазини з торговою площею від 2500 м² і більше). Інформація про динаміку зазначених типів об'єктів торговельної мережі наведена в табл. 1.

Аналіз даних табл. 2.1 свідчить, що на тлі скорочення загальної кількості магазинів в Україні кількість супермаркетів та гіпермаркетів поступово зростає, а їх частка у загальній кількості торговельних підприємств у 2013 р. порівняно з 2005 р. майже у 2,5 рази (з 1,73% у 2005 р. до 4,22% у 2013 р.).

Насичення вітчизняного ринку міжнародними торговельними операторами може спричинити припинення діяльності деяких вітчизняних торговельних мереж, а інші торговельні підприємства змушені будуть об'єднуватися. Активізація процесів злиття та поглинання на вітчизняному ринку торговельних послуг призведе до подальшого ускладнення управління торговельними мережами, що ставитиме нові завдання перед їх системами інформаційного забезпечення.

Вітчизняний торговельний бізнес в основному розвивається за допомогою створення спеціалізованих торговельних мереж:

- будівельні матеріали (мережі «Епіцентр», «Леруа Мерлен», «Олді», «Буді Бум», «Нова лінія» та ін.);
- продовольчі товари (мережі «АТБ», «Fozzy group», «МегаМаркет», «Велика кишеня», «Novus» та ін.);
- парфюмерно-косметичні товари, засоби гігієни та побутова хімія («Космо», «Єва», «Watsons», «ProStor» та ін.);
- аудіо-, відео- та побутова техніка і електроніка (мережі «Фокстрот», «Технополіс», «Comfy», «ФоксМарт» та ін.);
- взуття (мережі «Монарх», «Чобіток», «Інтертоп» та ін.);
- одяг (мережі «Спорт Майстер», «Bershka Україна», «Argo-trade», «O'STIN» та ін.);
- засоби мобільного зв'язку (мережі «АЛІО», «Мобілочка», «Евросеть» та ін.);
- книжкова торгівля (мережі «Книгарня Є», «Книжковий супермаркет», «ЕМПІК» та ін.);
- нафтопродукти (мережі «ОККО», «Wog», «ТНК-ВР» та ін.);
- фармацевтичні засоби (мережі аптечних супермаркетів, аптек, оптик, аптек «Доброго дня», «Вета», «Люкс Оптика», «TAS», «Віталюкс» та ін.);
- дитячі товари (мережі «Антошка», «Chicco», «Дім іграшок», «Mothercare», «Smyk» та ін.);
- декоративні рослини та квіти (мережі садових центрів «Greensad», «Свितязь», «Сакура», «Камелія» та ін.)

– інші види торгівлі у спеціалізованих торговельних мережах.

У свою чергу найпоширенішими універсальними торговельними мережами є такі, як: «METRO», «Auchan» та ін.

Диверсифікація торговельного бізнесу в Україні ставить нові завдання перед керівниками та менеджерами торговельних мереж. Крупні вітчизняні та іноземні торговельні мережі поєднують торговельне обслуговування в магазинах різних типів (супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери та інші) із наданням різноманітних послуг (наприклад, виробництвом товарів під власними торговельними марками та інше).

Fozzy Group впроваджує сучасні рішення в усіх напрямках діяльності. Інвестиції в покращення бізнес-процесів допомагають групі компаній утримувати провідні позиції на ринку торговельного бізнесу. Завдяки логістиці торговельних мереж через власні розподільні центри група компаній змогла налагодити своєчасне постачання магазинів продуктами харчування по всій Україні. Крім того, в групі компаній функціонує власна система контролю якості, яка забезпечує дотримання стандартів зберігання, транспортування і продажу товарів.

На сьогодні більшість крупних вітчизняних торговельних мереж для посилення своєї конкурентоспроможності займаються реалізацією товарів під власними торговельними марками, розміщуючи спеціальні замовлення у виробників чи включаючи до свого складу виробничі підприємства. Таким чином, поруч із основним видом економічної діяльності – торгівлею, крупні торговельні мережі займаються виробництвом товарів, а також надають певні види супутніх послуг.

Ці обставини свідчать про необхідність врахування специфіки певного бізнес-напрямку та оперативного інформування менеджерів про реальну ситуацію за допомогою сучасних інформаційних засобів негайної передачі та обробки великих масивів інформації для прийняття певних управлінських рішень та підвищення якості управління в цілому для ефективного управління торговельними мережами в сучасних умовах.

Роздрібна торговельна мережа є важливою складовою соціально-економічної інфраструктури будь-якого населеного пункту. Від її стану значною мірою залежить успішність виконання торгівлею соціальних та економічних функцій, а отже, і якість життя населення [5].

Висновки і пропозиції. Умови ведення торговельного бізнесу в Україні весь час ускладнюються. Це викликано посиленням конкуренції, зростанням вимог споживачів до якості обслуговування та обсягів торговельних і супутніх послуг. Полегшити управління вітчизняними торговельними мережами в сучасних умовах можна завдяки ефективному використанню інформаційного забезпечення для кращого застосування, розвитку та підтримки управлінських технологій.

Стан упровадження інформаційного забезпечення та рівень використання переваг системи інформаційного забезпечення управління торговельними мережами досліджуватиметься в наступних наукових працях автора.

Список літератури:

1. Внутрішня торгівля України: економічні умови ефективного розвитку: монографія / [А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін.]; за заг. наук. ред. А. А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 195 с.
2. Управління товарооборотом підприємств роздрібно-торгівлі: монографія / І. В. Височин. – Київ: КНТЕУ, 2012. – 543 с.

3. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін.]; за ред. Л. О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 334 с.
4. Апопій В. В., Горбатюк В., Процишин О. Р. Внутрішня торгівля України: нові вектори розвитку // Вісник Львівської комерційної академії: Збірник наук. праць. – Серія: Економічна. – 2011. – Вип. 37. – С. 178-184.
5. Голошубова Н. Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку / Н. Голошубова // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 74-85.
6. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический подход / Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2003. – 1184 с.
7. Скуба Р. В. Современные типы организаций розничной торговли и методы их продвижения на локальные рынки [Электронный ресурс] / Р. В. Скуба // Экономика региона. Владимирский государственный университет. – 2007. – № 18. – Режим доступа: <http://journal.vlsu.ru/>
8. Ферни Дж., Ферни С., Мур К. Принципы розничной торговли / пер. с англ. У. Сапциновой. – М.: Олимп-Бизнес, 2008. – 416 с.
9. Хасис Л. А. Розничные торговые сети в современной экономике. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 80 с.
10. Романенко О. А. Рейтингова оцінка фінансового стану торговельних холдингів / О. А. Романенко // Фінанси України. – 2008. – № 10. – С. 116-125.
11. ТОП 100 рейтингу краще компаній України // Інвестгазета. – 2008. – № 3-4. – Лип.-сер. – С. 2-6.
12. Статистичний щорічник України за 2013 рік / За ред. О. Г. Осауленка – К.: ТОВ «Видавництво «Консультант», 2014. – 536 с.
13. Огляд ринку роздрібної торгівлі України. – Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-report-ksbd-retail-trends-2014-rus/\\$FILE/EY-report-ksbd-retail-trends-2014-rus.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-report-ksbd-retail-trends-2014-rus/$FILE/EY-report-ksbd-retail-trends-2014-rus.pdf)
14. Роздрібна торгівля України у 2013 році: стат. зб. – К.: Держ. служба стат. України, 2014. – 165 с.

Гришко М.Г.

Київський національний торговельно-економічний університет

РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье исследовано анализ текущее состояние и перспективы развития розничной торговли в Украине. В частности, анализируются динамика и структура розничного товарооборота, выявляются проблемы и тенденции развития розничного бизнеса. Особое внимание уделяется развитию торговых сетей в Украине. Автором приведены и сгруппированы крупные специализированные торговые сети. Показано, что для обеспечения эффективного управления отечественными торговыми сетями целесообразно использовать инновационные информационные технологии.

Ключевые слова: информационное обеспечение, розничная торговля Украины, управление торговыми сетями, торговые сети.

Grishko M.G.

Kyiv National Trade and Economics University

DEVELOPMENT OF RETAIL NETWORKS IN UKRAINE

Summary

The article analyzes the current state and prospects of development of retail in Ukraine. In particular, analyzes the dynamics and structure of retail, are the problems and trends of the retail business. Particular attention is paid to development of retail networks in Ukraine. Author grouped largest specialized retailers. It is shown that to ensure effective management of domestic trade networks is advisable to use innovative information technologies.

Keywords: information support, management of trading networks, trading networks.