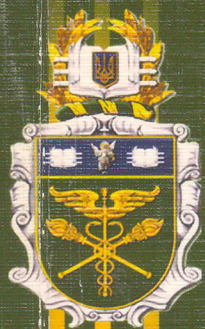
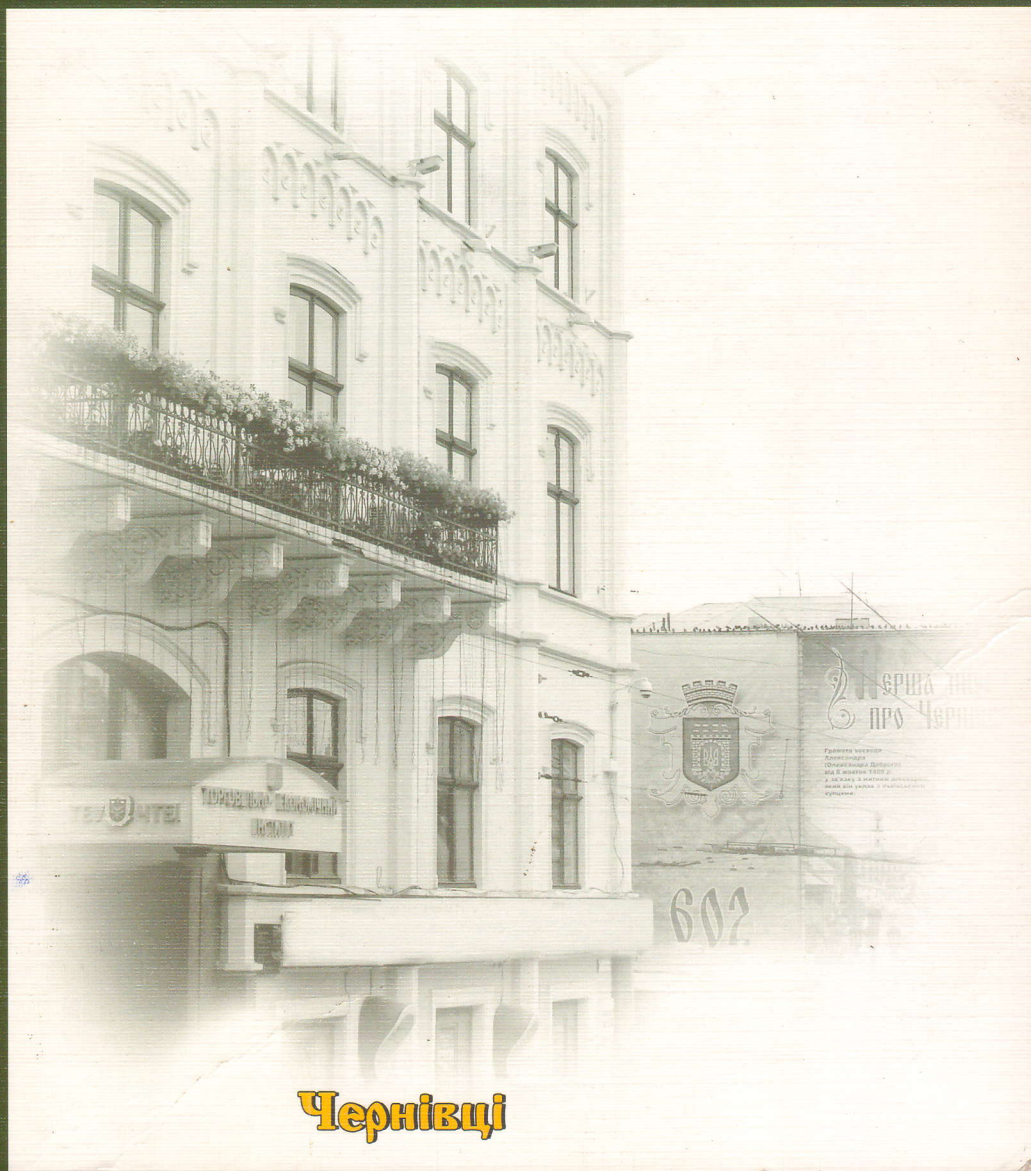


Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету



Наукові записки

Випуск 1/2010



Чернівці

УДК 001
ББК 72
Н 34

Наукові записки Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ: збірник наукових праць. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2010. – [Випуск 1]. – 312 с.

До збірника включено результати досліджень як українських, так і зарубіжних науковців у галузі економіки, менеджменту, фінансів, обліку, аналізу та аудиту. Значна увага приділена питанням інтелектуальних ресурсів та проблематиці розвитку вищої освіти. Розглядаються важливі практичні аспекти у розвитку як економіки України загалом, так і окремих її секторів і регіонів. Також зосереджено увагу на міжнародній діяльності та досвіді економічних реформ зарубіжжя.

Буде корисним для науковців, фахівців, викладачів навчальних закладів, аспірантів, магістрів, студентів.

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів збірника наукових праць «Наукові записки»

Відповідно до Закону про авторські права, при використанні інформації з опублікованих матеріалів посилання на джерело є обов'язковим.

Редакція вісника:

І.М.Школа – головний редактор;
Е.О.Грицюк – відповідальний секретар;
Р.В.Кравчук – редактор;
А.М.Біла – коректор;
Н.Т.Луник, С.О.Галамашевич – комп'ютерний дизайн і макетування.

Підписано до друку 31.05.2010 р.

Контактна інформація:

м. Чернівці, пл. Центральна, 7, 58002
тел.: (0372) 52-21-22

e-mail: nauk@chtei-knteu.cv.ua

nauk@chtei@ukr.net

www.chtei-knteu.cv.ua

Редакційна колегія:

І.М.Школа – д.е.н., проф.,
В.К.Євдокименко – д.е.н., проф.,
Т.М.Ореховська – к.е.н., доц.,
Е.О.Грицюк – к.е.н., доц.,
І.Р.Лошенко – к.е.н., доц.,
А.М.Гуменюк – к.е.н., доц.,
В.Ф.Кифяк – к.е.н., доц.,
О.В.Михайловська – к.е.н., доц.,
Д.А.Ковалевич – к.е.н., доц.,
І.З.Адамова – к.е.н., доц.,
В.Г.Дейбук – д.ф.-м.н., проф.,
Я.М.Барасюк – к.ф.-м.н., доц.,
М.Ф.Юрій – д.і.н., проф.,
В.О.Ореховський – д.і.н., доц.

Рецензенти:

М.А.Козоріз – д.е.н., проф.;
Д.Г.Лук'яненко – д.е.н., проф.

Звернення до читачів

9

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Бурдяк О.М., Григорович В.І. (м. Чернівці)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТЕНДЕРНОЇ ТОРГІВЛІ

11

Вдовічен А.А., Вдовічена О.Г. (м. Чернівці)

ВИСТАВКОВО-ЯРМАРКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ ЯК
РУШІЙНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА

20

Жалба І.О., Гаврилук К.І. (м. Чернівці)

НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МІЖНАРОДНОГО
МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
МЕБЛЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ

29

Макогон Ю.В., Медведкіна Є.О. (м. Донецьк)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВИХ СТРАТЕГІЙ ТНК В УМОВАХ
ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

36

Чередніченко С.С. (м. Чернівці)

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
КРАЇНИ ТА ЙОГО КЛАСИФІКАЦІЯ

44

ЕКОНОМІКА РЕГІОНІВ

Бозуленко О.Я. (м. Чернівці)

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ В
УКРАЇНІ

59

Бондарева Ирина (г. Братислава, Словацкая республика)
РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЛОВАЦКОЙ
РЕСПУБЛИКЕ

65

**НАПРЯМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ
В УКРАЇНІ**

У статті розглядаються тенденції формування торговельної мережі в Україні. Проаналізовано розвиток торговельної мережі на вітчизняному ринку, виявлені чинники, які сприяють її розвитку та визначені шляхи подальшого удосконалення.

В статье рассматриваются тенденции формирования торговой сети в Украине. Проанализировано развитие торговой сети на отечественном рынке, определены факторы, которые способствуют её развитию и намечены пути дальнейшего усовершенствования.

Trends of the formation of trade network in Ukraine are under the consideration in this article. The development of commercial network at the domestic market has been analyzed. Factors that contribute to its development have been identified. In this article we define the ways of further improvement of the commercial network at the domestic market.

Ключові слова: ринок, роздрібна торгівля, торговельна мережа, ритейлер.

Роздрібна торгова мережа є основною складовою частиною інфраструктури споживчого ринку. Для успішного розвитку роздрібногo товарообороту однієї наявності широкого асортименту товарів, які відповідають попиту споживачів, мало. Необхідна широка розгалужена, сучасно обладнана, з високим рівнем якості обслуговування покупців роздрібна торговельна мережа.

Продаж товарів здійснюється через різні види об'єктів торгівлі, які в сукупності складають роздрібну торговельну мережу: магазини, дрібнороздрібна мережа (кіоски, павільйони, палатки, торгові автомати, автомагазини тощо) та ринки [1, с.8].

Розвитку теорії формування та розміщення роздрібноЇ торговельної мережі присвятили свої праці такі зарубіжні вчені, як Г.Ассель, Б.Вейтц, Д.Гослінг, Г.Джоунз, Дж.Келлі, Ф.Котлер, М.Леві, Р.Маркіна, І.Муромкіна та вітчизняні – В.Апопій, Л.Балабанова, І.Бланк, Г.Бритченко, В.Герасимчук, Н.Голошубова, А.Мазаракі, Т.Фурман, Т.Футало, Л.Дідівська та ін.

Розвиток роздрібноЇ торгівлі є передумовою для розвитку виробництва, і значно впливає на рівень життя населення, тому питання побудови ефективної торговельної мережі, зокрема роздрібноЇ, що безпосередньо контактує із споживачем, є особливо актуальними та потребують дослідження.

Роздрібна торговельна мережа має важливе економічне значення, яке полягає в раціональній організації завершального етапу кожного циклу суспільного виробництва, забезпеченні швидкого доведення товарів до споживачів і кругообігу грошових засобів.

Соціальне значення торговельної мережі полягає в скороченні часу,

зусиль і коштів споживачів на придбання товарів; зростання мережі сприяє скороченню безробіття і підвищенню доходів працюючих. Це завдання є особливо актуальним в умовах виходу України із економічної кризи, що надає торговельним мережам безперечних конкурентних переваг.

У розвинених країнах торговельними мережами захоплені майже весь ринковий простір, поділений приблизно порівну між дискаунтними мережами, мережами супермаркетів та гіпермаркетів (так, у Німеччині на початку 80-х років минулого століття вони контролювали відповідно 34; 30,3; 31,7% ринку). Всі інші роздрібні підприємства (маленькі магазини) займали не більше 4% ринку [2].

В умовах глобалізації склалися сприятлива атмосфера для розвитку торговельних мереж та виходу найсильніших з них на міжнародний ринок. Торгові формати розвинених країн різняться обсягами товарообороту, орієнтацією на оптового або роздрібного покупця, інструментами впливу на споживачів, наданням послуг та ін.

За даними дослідження, проведеного компанією Делойт, до найбільших торговельних мереж світу належать (табл. 1):

Таблиця 1

Десять провідних світових роздрібних компаній [3]

№ з/п	Компанія	Країна походження	Роздрібні продажі в 2008 р. (млн. дол. США)	2008 Приріст роздрібного товарообороту	Сукупні темпи річного зростання 2003-2009 рр.	Кількість країн покриття
1.	Wal-Mart	США	401,244	7,1%	9,4%	15
2.	Carrefour	Франція	127,985	5,9%	4,3%	36
3.	Metro	Німеччина	99,004	5,3%	4,8%	32
4.	Tesco	Великобританія	96,210	14,9%	12,0%	13
5.	Schwarz	Німеччина	79,924	12,6%	12,3%	24
6.	Kroget	США	76,000	7,2%	8,2%	1
7.	Home Depot	США	71,288	1,9%	-7,8%	7
8.	Costco	США	70,977	11,2%	12,5%	8
9.	Aldi	Німеччина	66,063	5,1%	7,1%	18
10.	Target	США	62,884%		2,3%	1

Особливий інтерес для міжнародних торговельних мереж становлять країни, що розвиваються із значною нестачею торговельних площ, слаборозвиненою торговельною інфраструктурою та низьким рівнем конкуренції.

Торгівля України останнім часом зазнала кардинальних змін: якщо ще 10 років тому майже 90% роздрібною торгівлі припадало на універсами та гастрономи, то зараз їх частка складає близько 40%. Крім того, відбуваються структурні зміни в роздрібній торгівлі: з'являються нові форми торговельних підприємств (наприклад, гіпермаркети, супермаркети,

торгові центри, convenience, cash&carry, дискаунтери). Проте, як і раніше, більша частка ринку припадає на торгівлю на оптово-роздрібних ринках, через кіоски та павільйони, що не сприяє зростанню рівня торговельного сервісу [4].

Сьогодні роздрібна торговельна мережа переживає справжній бурхливий зріст.

Останнім часом в Україні відбуваються позитивні зміни в розвитку матеріально-технічної бази торгівлі: запроваджуються сучасні технології, створюються роздрібні торговельні підприємства, які за рівнем культури обслуговування відповідають вимогам європейських та світових стандартів, а також вітчизняні торговельні мережі, що здійснюють торгівлю під власною торговельною маркою, дотримуються єдиної стратегії діяльності, мають єдиний центр управління, координації та контролю і розподільний склад.

Площа торговельних об'єктів збільшилася за останні 5 років на 35,3%, в т.ч. – у містах на 52% за рахунок відкриття нових великих магазинів [5].

Активному розвитку торгівлі в Україні сприяють такі чинники [6]:

- ✓ перевищення темпів росту роздрібно-товарообігу над темпами росту реального ВВП України;
- ✓ стабільне зростання доходів і витрат населення, темпи якого оцінюють на рівні 7-12% для міського населення України;
- ✓ підвищення купівельної спроможності;
- ✓ переорієнтація споживачів із цінового на якісні параметри під час купівлі товарів;
- ✓ покращення культури споживання внаслідок зростання потреб як до якості та асортименту товарів, так і до якості обслуговування;
- ✓ порівняно низький рівень конкуренції загалом та особливо низький у деяких регіонах;
- ✓ низький рівень забезпеченості населення торговими площами;
- ✓ розвиток ринкової інфраструктури (транспортні мережі та засоби, енерго- та водопостачання тощо);
- ✓ високий рівень прибутків галузі та зацікавленість у внутрішніх інвестиціях та/або диверсифікації українських підприємств, де роздрібна торгівля стає одним із пріоритетних напрямків;
- ✓ набування досвіду та навиків роботи торгівлі й розвиток торговельних форматів і мереж тощо.

Основні завдання, які стоять перед країною, викладені в Програмі розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року, затвердженою Постановою Кабінету Міністрів України № 632 від 24 червня 2009 року.

Зокрема, передбачено оптимізацію і структурну перебудову

торговельної мережі, а саме збільшення торговельної площі:

- ✓ у цілому до 360 м² на 1000 жителів, що на 54 м² більше, порівняно з 2008 роком, у т.ч. площі для торгівлі товарами щоденного попиту — до 144 м², непродовольчими товарами періодичного та епізодичного попиту — до 216 м² (відповідно на 22 і 34 м²);

- ✓ у містах — до 425 м², у сільській місцевості — до 296 м² на 1000 жителів (відповідно на 66 і 46 м²);

- ✓ додаткове працевлаштування громадян та збільшення чисельності працівників у сфері торгівлі на 18 відсотків [5].

Пріоритетними регіонами розвитку роздрібної торгівлі є Донецька, Дніпропетровська області, Харків, Одеса, Львів та Київ.

Ринок роздрібної торгівлі України характеризується:

- ✓ нерівномірністю розвитку – так, східний регіон акумулює в собі більшу кількість торгових об'єктів мереж роздрібної торгівлі, ніж західний, що свідчить також про його більшу насиченість та менший потенціал розширення;

- ✓ наявністю досить великої кількості регіональних ритейлерів зі своїми лідерами;

- ✓ тенденціями до відокремлення загальнонаціональних гравців.

Найбільшою мережею, за даними незалежної консалтингової компанії GT Partners Ukraine, є мережа дискаунтерів „АТБ-маркет”, що нараховувала на кінець року 372 магазини і охоплювала 14 регіонів. У 2009 році „АТБ-маркет” відкрив 83 магазини, в т.ч. в грудні – 19.

Другу сходинку в рейтингу займає „Fozzy Group” (ТМ Fozzy C&C, „Сільпо”, „Фора”), яка у 2009 році відкрила 16 магазинів (всього 298) і охоплює 24 регіони.

Третє місце належить мережі „Фуршет”, яка поповнилась 5-ма новими магазинами, хоча загалом кількість магазинів порівняно з 2008 роком знизилась (99 проти 102).

Четвертий за рейтингом – „Пако-холдинг” („Вопак”, „Пако”).

Завершує список п'яти найбільших ритейлерів України компанія „Євротек”, яка відкрила 74 нових магазини і об'єднала 5 роздрібних брендів „Фреш”, „Арсен”, „Квартал”, „Союз”, „Fresh-Market” [7].

Найбільші торговельні мережі України наведені в табл. 2:

Лідирує за темпами розвитку торговельних мереж в Україні Київ, що обумовлено вищим рівнем доходів жителів столиці. Більша частина мереж міста належить національним операторам („Fozzy Group”, ДП „Квіза-Трейд”, „Фуршет”). Найбільша кількість відвідувачів спостерігалась у супермаркетах „Сільпо”, „Фуршет”, „Велика кишеня”. Мережа торгових об'єктів корпорації „Fozzy Group” у Києві складається з 28 супермаркетів

„Сільпо”, 22 дискаунтерів „Фора”, 2-х гіпермаркетів „Фоззі”, більше 10 об'єктів має „Велика кишеня”. Крім вітчизняних ритейлерів, активно розвивають свої мережі і великі міжнародні компанії, такі як „Metro”, „Патерсон та Рамсторг”, „Перехресток” та ін.

Таблиця 2

10 найбільші торговельних мереж України в 2009 році [7]

№ з/п	Мережа	Кількість магазинів на кінець 2009 року	Кількість магазинів, відкритих у 2009 році	Кількість областей покриття
1	АТБ	372	83	14
2	Сільпо, Фора, Фоззі, Буми-маркет	298	16	24
3	Фуршет	99	5	21
4	Вопак, Пако	86	3	10
5	Фреш, Арсен, Квартал, Союз, Fresh-Market	74	74	11
6	Брусниця	86	32	5
7	ЕКО-маркет	67	9	14
8	Наш Край, Наш Край-експрес	55	22	13
9	Велика Кишеня, Просто маркет	48	1	18
10	Рукавичка	43	13	1

У західному регіоні країни торговельна мережа найкраще розвинена у містах Львові та Луцьку, яка представлена такими ритейлерами: ТзОВ „Торгова компанія „Інтермаркет” – мережею супермаркетів „Арсен” (Львів), мережа дисконтних магазинів „Барвінок” (у складі 13 магазинів у Львівській та Волинській областях), мережа магазинів-складів типу Cash & Carry (Львів), магазинами „Інтермаркет” (Львів) та ін. [8].

Роздрібна торгівля в Чернівецькій області, як і в Україні, також проходить стадію трансформації: за насиченістю торговими приміщеннями Чернівці займають перше місце серед обласних центрів. У місті на одну тисячу мешканців припадає 520 м² торговельних площ (на другому місці Миколаїв – 300 м² на тисячу населення). В 2009 році у Чернівцях відкрилося 137 об'єктів у сфері торгівлі та побуту, припинили свою діяльність 39. Найбільше було відкрито непродовольчих об'єктів торгівлі – 81 (закрито 20), продовольчих магазинів – 25 (закрито 5). Завдяки розташуванню Чернівців у прикордонній зоні, на перехресті багатьох шляхів, торгівля продовжує розвиватися. Поряд з відомими на ринку області торговими центрами „Метро”, „Екватор”, „Колос”, „Епіцентр” „Ліга-Прім”, „Пако”, „Караван” у місті під час кризи відкрилися два нових торгово-розважальних центри „Панорама” і „DEPOt”. Планується відкриття мережі „Фуршет” [9].

В 2010 році очікується значний розвиток ринку в основному тих мереж,

у яких є доступ до інвестиційних ресурсів, або тих, хто вклав особисті гроші у розвиток свого підприємства. Так, „Велика кишеня” за рахунок внутрішніх можливостей планує збільшити продажі до 25% і відкрити 20 нових магазинів.

Продовжиться відкриття магазинів на орендованих площах з мінімальними затратами на запуск [7].

Тенденціями розвитку роздрібної торгівлі в Україні є також створення Інтернет-магазинів, з розвитком яких очікується збільшення онлайн-покупок, удосконалюються методи оплати та доставки товарів.

Прийняття рішення про відкриття нової мережі має базуватися на дослідженні й урахуванні регіональних факторів у межах єдиної стратегії розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підруч. [для студ. вищ. навч. зал.]. / Н.О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с.
2. Яцун Л.М. Тенденції розвитку роздрібної торгової мережі / Л.М. Яцун, Г.С. Винокуров // Економічний простір. – 2009. – № 22/2.
3. Світовий сектор роздрібної торгівлі в 2010 році : Deloitte. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.deloitte.com/view/uk_UA/ua/9169/9531/article/72fee0a1a18c6210VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm.
4. Соболев, В.О. Формування та розвиток роздрібної торговельної мережі в умовах ринкової економіки : автореф. дис.... канд. екон. наук : 08.06.01 / Соболев В'ячеслав Олександрович; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 19 с.
5. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року : постанова Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009 р. № 632 // Урядовий кур'єр. – 2009. – № 126.
6. Огляд галузі роздрібної торгівлі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cre.ditrating.com.ua/ru/file_viewer.html?id=567f6c8412c08169ae58869dde2483ad.
7. Рейтинг крупнейших торговых сетей Украины : Дело. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://delo.ua/biznes/rynki/rejting-krupnejshih-torgovyh-setej-ukrainy-136590/>.
8. Покатаєва О.В. Економічна конкуренція у торгівлі: стан і перспективи розвитку / О.В. Покатаєва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/vsunud/2009-6E/09povslp.htm>.
9. Макушинська Н. Наше місто – лідер за кількістю магазинів / Н.Макушинська // Молодий буковинець. – 2010. – 25 лютого. – С. 5.