

В.В. Бондар, Л.Ю. Шабашова

*Інститут географії НАН України,
shabashova@mail.ru*

РОЗВИТОК МЕРЕЖІ РІТЕЙЛЕРІВ ЯК ІНДИКАТОР ПОЛЮСІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Рітейл, роздрібна торгівля (*від франц. *retailer* – “розділяти”, “дробити”*) – одна з галузей сфери послуг, що найбільш динамічно розвиваються. Сучасний рітейлінг спрямований на виконання певних послуг, кінцевим споживачем яких є покупець, фізична чи юридична особа. Швидкі темпи розвитку роздрібної торгівлі визначаються основними положеннями теорії індивідуального вибору, яка виходить з принципу пріоритету споживача. Саме тому роздрібну торгівлю варто розглядати з позиції соціального індикатора якості життя населення, який характеризує рівень його доходів, обсяги споживання товарів й послуг, розвиток підприємницької діяльності тощо.

До того ж роздрібна торгівля виступає потужним сектором розвитку економіки країни. Зокрема, на це вказує той факт, що станом на 2013 р. загальний оборот тільки п'яти найбільших продовольчих рітейлерів: АТБ-маркет, Fozzy Group (Fozzy, Сільпо, Фора), METRO Cash & Carry, Рітейл Груп (Велика Кишеня), Ашан Україна (Auchan), за даними компанії GT Partners Ukraine, склав близько 90 млрд. грн. або 4,2 млрд. дол. США [2].

Аналіз останніх публікацій свідчить про значну увагу дослідників до проблем регіонального розвитку в контексті застосування концепції полюсів соціально-економічного зростання (ПСЕЗ). Вивчаються різні аспекти: критерії визначення полюсу зростання, чинники виникнення і функціонування, роль у територіальній організації суспільства, взаємозв'язок з процесами метрополізації, урбогенезу, міграційними процесами, трансформаціями в економіці тощо. Одним з напрямів дослідження перспектив виникнення ПСЕЗ є аналіз структурних змін в економіці міст та регіонів, зокрема, посилення ролі третинного сектору, що стрімко розвивається, займаючи нішу промислового

виробництва. Дослідження ролі роздрібно́ї торгівлі як виду економічної діяльності, що характеризує потенціал розвитку міст, в Україні проведено не було. Тому **метою** публікації є аналіз процесів територіального поширення мережі ритейлерів як відображення розвитку потенційних полюсів соціально-економічного зростання. Досягнення мети потребує вирішення таких **завдань**:

- здійснити порівняльний аналіз кількісного представництва найбільших ритейлерів країни (магазини, гіпер-, супермаркети) у розрізі регіональних та найбільших субрегіональних центрів країни;

- виявити регіональні відмінності рівня купівельної спроможності населення вище зазначених міст;

- проаналізувати взаємозв'язок між рівнем розвитку мережі найбільших ритейлерів країни як важливої складової сфери послуг та потенційних полюсів соціально-економічного зростання.

Виклад основного матеріалу. Ритейлінг – це вид діяльності пов'язаний із продажами товарів безпосередньо населенню. Необхідною умовою розвитку роздрібно́ї торгівлі є наявність платоспроможного попиту населення. Рівень платоспроможності залежить від доходів, найважливішу роль у яких відіграють оплата праці (близько 40% у 2014 р.) та соціальні трансферти і допомоги (понад 37%). Вищий рівень доходів населення забезпечує вищий попит, що стимулює розвиток економіки і, в першу чергу, галузей, безпосередньо пов'язаних з обслуговуванням населення.

Високі зарплати населення вказують на розвиток високоприбуткових галузей, до яких належать авіатранспорт, фінансова та страхова діяльність, сфера інформації та телекомунікації. Також високим рівнем заробітної плати характеризуються промисловість; складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту; наукові дослідження та розробках. Розвиток цих галузей у регіонах має стимулюючий ефект за рахунок підвищення рівня купівельної спроможності населення.

Для характеристики передумов розвитку роздрібно́ї торгівельної мережі було розраховано індекс споживання ($I_{сп}$) як співвідношення обсягу вироблених

товарів та послуг в місті та мінімальної грошової маси у населення за рік. Цей показник відображає потенціал для розвитку торгівлі і сфери послуг у регіоні: значення $I_{сп}$ більше 1,0 – залежно від величини перевищення свідчить про високий рівень розвитку роздрібно-торгівлі та платних послуг або про залучення грошей з-за меж досліджуваної території (міста, регіону); $I_{сп}$ менше 1,0 – про недостатній розвиток торгівлі і обслуговуючої інфраструктури (попит не забезпечений пропозицією, ресурси населення могли б дозволити більші обсяги торгівлі) [1].

Аналіз кількісного представництва найбільших ритейлерів відповідно до рівня споживання у великих містах України наведено у *таблиці 1*.

Таблиця 1

Розподіл регіональних та субрегіональних центрів за представництвом найбільших ритейлерських мереж та індексом споживання товарів й послуг (станом на 1 січня 2014 р.) *

Кількість ритейлерів, одиниць **	Індекс споживання товарів та наданих населенню послуг ($I_{сп}$)				Всього
	високий (понад 1,00)	вище середнього (1,00 – 0,75)	середній (0,75-0,50)	низький (до 0,50)	
понад 15	Київ				1
15 - 10	Дніпропетровськ, Житомир, Запоріжжя, Львів, Одеса, Рівне, Харків, Херсон	Кременчук, Миколаїв, Черкаси			11
10 - 5	Івано-Франківськ, Кіровоград, Луцьк, Тернопіль, Ужгород, Хмельницький, Чернівці, Чернігів	Біла Церква, Бердянськ, Вінниця, Кривий Ріг, Мелітополь, Павлоград, Полтава, Суми, Умань	Кам'янець- Подільський, Коростень, Нікополь	Прилуки	21
до 5	Мукачеве	Ковель, Червоноград	Ізмаїл, Калуш, Коломия, Лозова, Олександрія, Первомайськ	Дрогобич, Ізюм, Конотоп, Ніжин, Нововолинськ, Новоград- Волинський, Шостка	16
Всього	18	14	9	8	49

* Розраховано за даними Державної служби статистики України

** Мережа об'єктів оптово-роздрібно-торгівлі представлена найбільшими (за оборотом та кількістю магазинів) ритейлерами країни, станом на 2013 рік, зокрема: "АТБ-Маркет", "Ашан Україна" (Auchan), "Billa", "Свротек" (Арсен, Союз, Квартал), "ЕКО-Маркет", "Ельдорадо", "Епіцентр-К", "Караван", "Comfy", "Мега-Маркет", "METRO Cash & Carry", "Нова Лінія", "Novus", "ПАККО-холдинг" (Вопак, ПАККО), "Рітейл Груп" (Велика Кишеня), "Таврія-В" (Таврія-В, Космос), "Fozzy Group" (Fozzy, Сільпо, Фора), "Фокстрот", "Фуршет", "Watsons".

Розрахунки $I_{сп}$ для регіональних (обласних) та субрегіональних центрів (великі та середні міста обласного підпорядкування) свідчать про досить високий рівень розвитку сервісного сектору, без якого неможливий значний товарообіг. Серед регіональних центрів переважають міста з показником $I_{сп}$ більше 1,0. Високі показники $I_{сп}$ у 2013 р. очікувано спостерігались у Києві, Одесі, Дніпропетровську, Львові, Харкові - великих містах з найбільш потужним потенціалом розвитку і, відповідно, виробництвом товарів і послуг, що базується на платоспроможному попиті населення. Винятком із загальної тенденції є порівняно невеликі регіональні центри – високий рівень споживання в них може свідчити про залучення фінансових ресурсів з інших регіонів, наприклад, за рахунок туризму, надходжень від трудових мігрантів або прихованих доходів.

Представництво мереж найбільших ритейлерів у західних регіональних центрах порівняно менше, ніж в інших (5-10 мереж з 20 проаналізованих), що пов'язано з діяльністю місцевих торгово-роздрібних компаній, які займають відповідну ринкову нішу, але їх обсяги ще не досягли рівня найбільших мереж, проаналізованих у статті.

Недостатнім рівнем споживання та, відповідно, розвитку торгівлі товарами і послугами серед регіональних центрів характеризуються лише Миколаїв, Черкаси, Вінниця, Полтава, Суми. При цьому мережа ритейлерів в цих містах є відносно розгорнутою, що може пояснюватися закономірностями розповсюдження мереж: з центру виникнення (переважно Київ, Дніпропетровськ або Одеса) – у близько розташовані найбільші міста. Таким чином, процеси розповсюдження ритейлерських мереж є проявом впливу ПСЕЗ міжрегіонального рівня на прилеглу територію: імпульс спочатку досягає центрів з відповідним потенціалом, достатнім для його сприймання.

Натомість, з-поміж субрегіональних центрів країни, найвищими значеннями $I_{сп}$ помітно виділяється Мукачеве – друге за чисельністю населення місто Закарпатської області. На його частку припадає 1/5 загального обсягу роздрібного товарообороту підприємств регіону та 12,2 % реалізованих

населенню послуг. Роздрібний товарооборот у розрахунку на 1 особу складає 20271 грн., перевищуючи в 3,1 р. середньообласні значення [4]. Це, в свою чергу, свідчить про високий рівень купівельної спроможності населення, який зумовлений тут низкою причин. По-перше, цьому сприяє розвиток малого та середнього бізнесу – самостійного елемента ринкової економіки, що здійснює вагомий внесок у збільшення обсягів виробництва, створення нових робочих місць в сфері торгівлі та послуг, зростання дохідної частини місцевого бюджету. Так, станом на 1 січня 2014 року, кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення становила 76 одиниць (в середньому по області – 46 одиниць). Зокрема, найбільшу кількість робочих місць створено на підприємствах роздрібно торгівлі (ТзОВ “Закарпатська продовольча група”), а також машинобудування (ПАТ Мукачівський завод “Точприлад”, ТОВ “Флекстронікс” – виробництво електричного і електронного устаткування), легкої (українсько-австрійське підприємство ТОВ “Фішер-Мукачево” – виготовлення спортивного спорядження) та харчової (ТОВ “ПКСІ груп Україна”) галузей промисловості [3].

По-друге, м. Мукачеве – один із найбільших в Україні центрів туризму і рекреації, що сприяє підвищенню рівня та якості життя населення. По-третє, у структурі номінальних доходів громадян міста, крім заробітної плати, лівову частку займає категорія “соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти” (в тому числі доходи отримані населенням під час працевлаштування за кордоном).

Незважаючи на високий рівень купівельної спроможності населення міста Мукачеве, кількісне представництво найбільших в країні ритейлерських мереж зводиться тут до мінімуму: “Епіцентр-К”, “Фокстрот”, “Watsons”. Подібна ситуація притаманна також для інших субрегіональних центрів Західної України (Дрогобич, Калуш, Ковель, Коломия, Нововолинськ, Червоноград) та, здебільшого, викликана:

- обмеженою кількістю потенційних покупців у порівнянні з великими містами, в першу чергу регіональними центрами;

- браком якісної торговельно-комерційної нерухомості, особливо у межах центральної частини міст. Адже тут йде боротьба за об'єкти, які здаються в оренду, так і землю (під час будівництва торговельних або торговельно-розважальних центрів та комплексів);

- присутністю на ринку торговельно-роздрібних мереж регіонального рівня: “Барва”, “555”, “Наш Край”, “Верес”, “Гостинний Дім”, “БеркутБуд”);

- значною роллю у забезпеченні населення споживчими товарами організованої мережі ринків, які в сучасних умовах поступово перетворюються в торговельно-сервісні комплекси, де зміцнюється матеріально-технічна база та підвищується культура обслуговування покупців.

Вищі середнього значення $I_{\text{сп}}$ властиві також іншим субрегіональним центрам країни, переважно великим за чисельністю населення містам (Біла Церква, Бердянськ, Кривий Ріг, Кременчук, Мелітополь, Павлоград), які відзначаються розвитком щільної торгівельної мережі найбільших продовольчо-господарських ритейлерів. Максимальна їх кількість розміщується у Кременчуці (13 із 20), зокрема: магазини, гіпер- та супермаркети продовольчого (“АТБ-Маркет”, “Fozzy”, “Сільпо”, “Фуршет”) і побутово-господарського (“METRO Cash & Carry”) призначення, будівельних матеріалів (“Епіцентр-К”, “Нова Лінія”), електроніки й побутової техніки (“Фокстрот”, “Ельдорадо”, “Comfy”), краси і здоров'я (“Watsons”) та ін.

Дещо новим у розвитку сфери послуг в межах території вище окреслених субрегіональних центрів є формування мережі регіональних торговельно-розважальних центрів (ТРЦ) – універсальні магазини або комплекс магазинів, що зазвичай включає підприємства побутового обслуговування. Серед них, наприклад, “Апельсин”, “Вега”, “Гермес”, “Сіті-центр” в Білій Церкві, “Екватор” у Бердянську, “Bristol” в Ковелі, “Щодня” у Мукачеві тощо. Як правило, у великих та середніх містах ТРЦ винесені до житлових масивів й рекреаційних зон та в своїй локалізації орієнтуються на наявність потужних транспортних магістралей, зручних під'їзних шляхів, близькість зупинок громадського транспорту.

Висновки. Аналіз процесів поширення найбільших ритейлерських мереж в Україні ще раз довів, що найбільшим потенціалом для формування полюсів соціально-економічного зростання характеризуються великі міста в першу чергу завдяки наявності порівняно платоспроможного попиту, взаємодія відбувається в першу чергу на рівні міжрегіональних та регіональних центрів. Процеси розповсюдження ритейлерських мереж у субрегіональних центрах вказують на здатність сприйняття імпульсів розвитку від найбільших центрів.

Література:

1. *Вендина О.* Перспективы полицентричного развития пространства России в контексте глобализации // Россия и ее регионы в XX веке: территория – расселение – миграции / под ред. О.Глезер, П.Поляна. – М.: ОГИ, 2005. – С.307-333.
2. *Инфографика:* выручка крупнейших ритейлеров за 2014 год. Режим доступа: <http://retail-community.com.ua/news/management/1414-infografika-vyiruchka-krupneyshih-riteylerov-za-2014-god>
3. *Офіційний сайт* Мукачівської міської ради. Режим доступу: <http://www.mukachevo-city.org.ua/>
4. *Статистичний* щорічник Закарпатської області за 2013 рік / Головне управління статистики у Закарпатській області; За ред. Г. Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.