

Вестник ХГУ. – 1997. – № 398. – С. 42–45. 10. Беленький П. Механізми розвитку ринкової інфраструктури в Україні // Вісник НАН України. – 2002. – № 4. – С. 37–39. 11. Мишурова И.В. Малое предпринимательство в региональной экономике. – Ростов на Дону, 2000. – 213 с. 12. Недашківський М.М. Формування ринкової інфраструктури та її вплив на інвестиційний процес // Науковий вісник: Зб. наук. праць УФЕІ. – 1999. – №1. – С. 97–102. 13. Шевцова Е.И. Организационно-экономические предпосылки альтернативных путей развития инфраструктурных подразделений предприятия // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДДУ. – 2000. – Вип. 8. – С. 24–30. 14. Шевцова О.Й. Організаційно-економічний механізм управління промисловою інфраструктурою суб'єктів господарювання: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Інститут економіки промисловості НАН України. – Донецьк, 2001. – 36 с. 15. Пахальчук Г. Іпотека: етап становлення // Фінансові послуги. – 2004. – № 1. – С.16. 16. Рогожин П.С., Гойко А.Ф. Економіка будівельних організацій. – К.: Видавничий дім “Скарби”, 2001. – 448 с. 17. Хоружий С. Глобалізація і локалізація фінансової індустрії // Мир денег. – 2002. – №1. – С. 17–19. 18. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. – 4-те вид., випр. та доп. – К.: Т-во “Знання”, КОО; Львів: Вид-во Львів. банк. ін-ту НБУ, 2002. – 566 с. 19. Алтынникова И. Формирование страховых резервов. – М.: Агентство фінансового маркетинга, 1995. – 208 с. 20. Портер Майкл Э. Конкуренція: Учеб. пособие / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с. 21. Терехов В.І., Петрук М.Є. Спільні підприємства. Створення та розвиток: Навч. посібник. – К.: Прецедент, 2004. – 232 с.

УДК: 339. 3. (477)

Т.В. Футало

Львівська комерційна академія

СТАН ТА НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ У м. ЛЬВОВІ

© Футало Т.В., 2006

Розглядається стан розвитку і функціонування торгівлі у м. Львові на макро- і мікрорівнях, аналізуються процеси і явища, характерні для сучасного розвитку сфери обігу. Виявлені і обґрунтовані нові, основні тенденції та закономірності розвитку торгівлі.

State of development and functioning of trade in the city of Lviv at macro and micro levels is being considered. We have analyzed the processes and phenomena specific to modern development of sphere of circulation. The main tendencies and mechanism of development of trade are demonstrated in the work.

Постановка проблеми і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.

Трансформаційні процеси у вітчизняному економічному базисі, що існують в економіці України, передбачають комплексний розвиток нових господарських відносин у всіх ланках економіки, формування гнучкої системи управління і створення умов, необхідних для ефективного здійснення підприємницької діяльності у всіх формах, а також видах економічної діяльності, зокрема у торговельній галузі.

Сьогодні галузь торгівлі переживає період структурних змін, зумовлених як особливостями власного розвитку, так і загальносвітовими, національними і регіональними тенденціями. Зміни технологічного, економічного, демографічного, соціального, законодавчого, політичного та іншого характеру в країні, що привели до фундаментальних перетворень усіх сторін життя, відкривають перед галуззю торгівлі нові перспективи і можливості, обумовлені сучасними викликами ринкової економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, в яких започатковано вирішення цієї проблеми. Сьогодні спеціалісти, що займаються цією проблемою, А. Мазаракі, Л. Лігоненко [1], В. Лагутін, Ф. Хміль [2], розглядають теоретичні положення і методичні підходи розвитку і функціонування торгівлі в системі її внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків та відносин без глибокого аналізу її структурної перебудови і організаційних механізмів.

Цілі статті. Метою роботи є дослідження сучасних тенденцій розвитку сфери обігу у місті Львові і обґрунтування перспективної моделі її розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Через порівняно високу швидкість обороту мінімальної норми авансованого капіталу, стабільність попиту на товари широкого вжитку, а також послуги особистого споживання, сприятливі моменти для пільгового оподаткування значної кількості учасників інституціонального та споживчого ринків, галузь торгівлі була й продовжує залишатися однією із найпривабливіших сфер підприємницької діяльності, незважаючи на істотні зміни в макроекономічному середовищі. Торгівля, її складові підсистеми й окремо взяті елементи традиційно залишаються особливо привабливим сектором національної економіки щодо вкладення та розвитку вітчизняного капіталу.

Розгляд одного із основних динамічних показників розвитку підгалузі торгівлі – роздрібного товарообороту всіх зареєстрованих юридичних та фізичних осіб – дає змогу охарактеризувати такі тенденції у розвитку роздрібно торгівлі міста Львова (рис. 1).

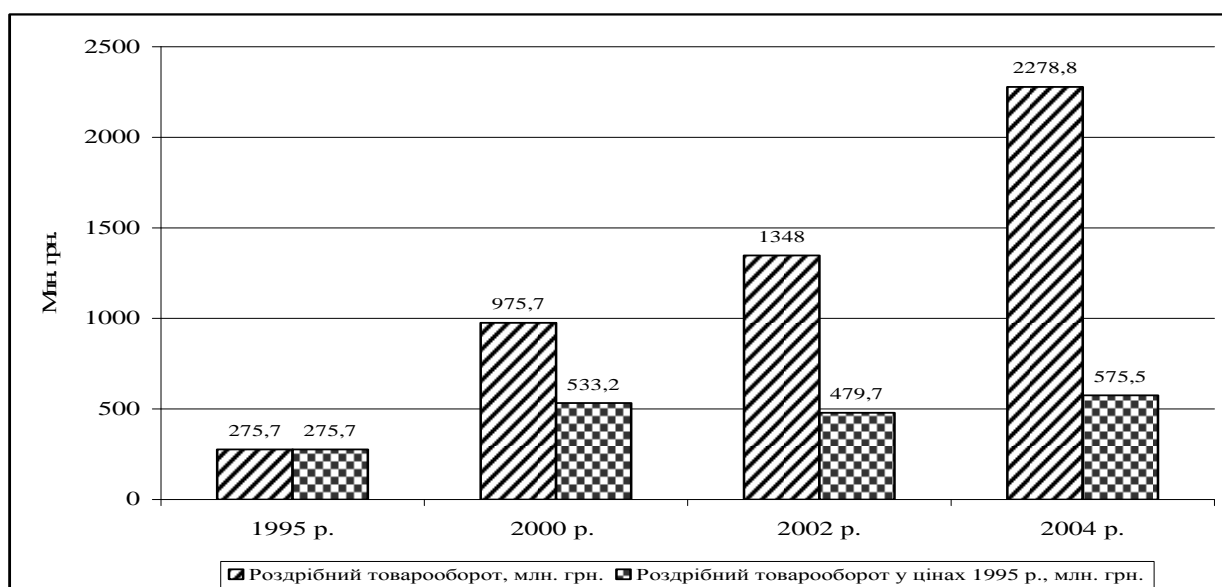


Рис. 1. Роздрібний товарооборот у м. Львові за 1995–2004 рр.

Як бачимо з рис. 1, роздрібний товарооборот у м. Львові у чинних цінах за період від 1995 до 2004 рр. збільшився у 8,3 раза. Однак цей приріст товарообороту досягався переважно за рахунок росту цін на товари народного споживання, оскільки товарооборот в цінах 1995 р. за цей самий період збільшився тільки у 2,1 раза.

Поряд з ростом товарообороту відбуваються і певні зміни в його структурі, викликані різними чинниками (рис. 2). Підвищення життєвого рівня жителів м. Львова сприяє тому, що частка непродовольчих товарів у товарообороті має чітку тенденцію до зростання і збільшилася за аналізований період від 34,7 до 57,6 %.

Обсяг і якість послуг, що надаються торгівлею, багато в чому визначаються станом роздрібно торгової мережі, яка повинна розвиватися відповідно до темпів росту роздрібного товарообороту та змін у його структурі. Разом з цим, аналіз рис. 3 показує, що існують певні диспропорції у темпах розвитку товарообороту і торгової площі підприємств торгівлі.

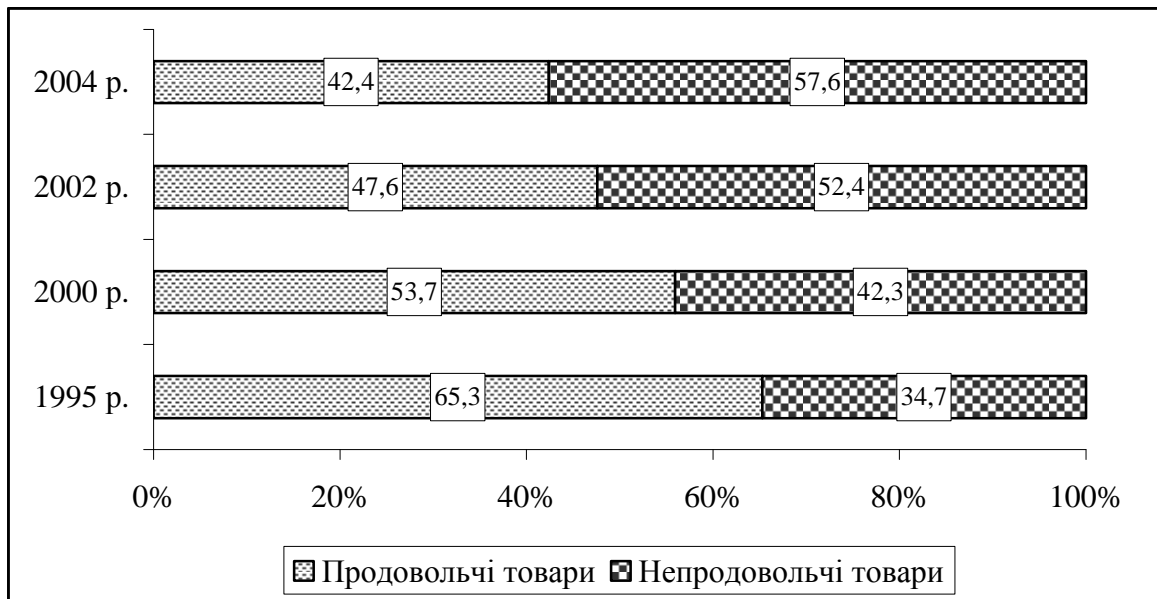


Рис. 2. Структура товарообороту у м. Львові у 1995–2004 рр.

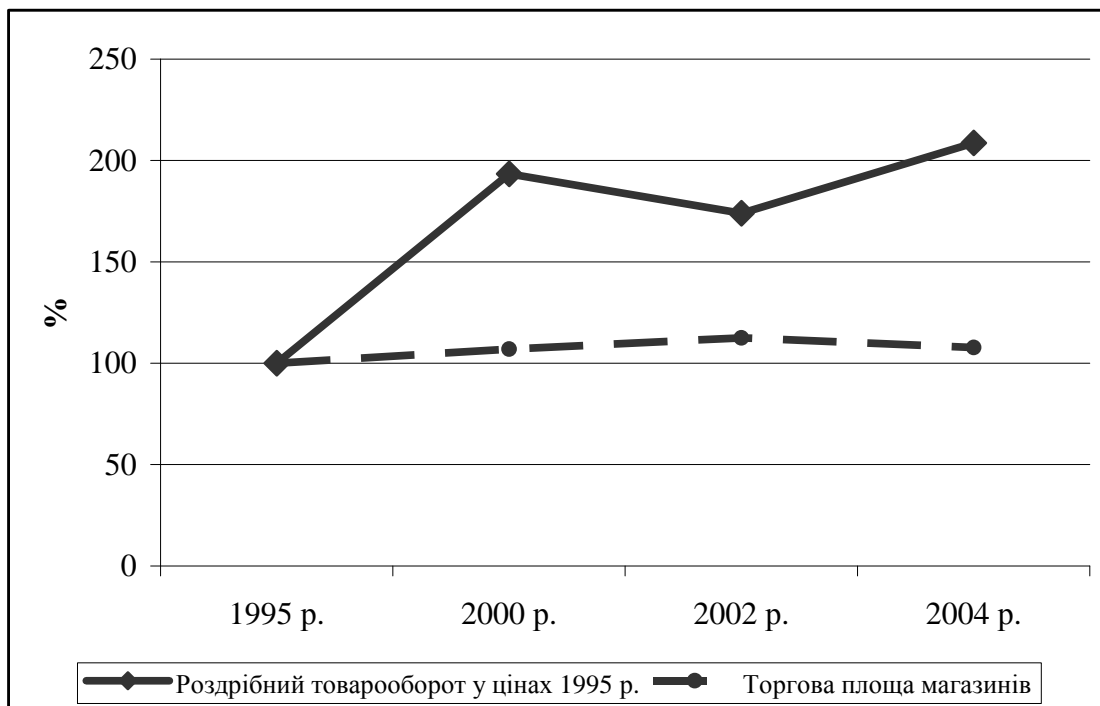


Рис. 3. Співвідношення темпів росту товарообороту і торгової площі магазинів у 1995–2004 рр.

Як бачимо, темпи росту торгових площ магазинів за аналізований період істотно відстають від темпів росту роздрібно товарообороту, що істотно впливає на якість торговельного обслуговування населення.

Ріст роздрібно товарообороту у м. Львові супроводжується скороченням чисельності роздрібних торговельних підприємств та незначним збільшенням їх торгової площі (таблиця).

Розвиток роздрібно-торговельної мережі м. Львова (на кінець року)

Показники	1995 р.	2000 р.	2004 р.	2004 в % до 2000р.
Всього підприємств, од.	2064	2404	1885	78,4
В т.ч. магазинів, од.	1486	1716	1360	79,3
Частка магазинів у загальній кількості, %	72,0	71,4	72,1	+0,8
Їх торгова площа, кв. м	143283	153239	154334	100,7
Чисельність населення, тис. чол.	830,4	775,5	760,3	98,0
Кількість підприємств на 10000 чол., од.	25	31	25	80,0
Торгова площа на 10000 чол., м ²	1725	1976	2030	102,7

Скорочення чисельності роздрібно-торговельної мережі викликано низкою причин:

По-перше, відбулося помітне зменшення кількості об'єктів, що спеціалізуються на здійсненні роздрібно-торгівлі непродовольчими товарами;

по-друге, існує скорочення чисельності фірмових магазинів підприємств-товаровиробників;

по-третє, посилення конкурентної боротьби на ринку, низька оборотність деяких непродовольчих товарів (дорогих) призвели до збитковості діяльності багатьох підприємств.

Рівень послуг, що надаються торгівлею, багато в чому визначається не тільки чисельністю підприємств торгівлі, але і станом їх матеріально-технічної бази, відповідністю займаного приміщення архітектурно-будівельним нормам, експлуатаційно-технічним характеристикам та іншим чинникам.

Сьогодні рішення про вибір проекту будівлі, планувального рішення торгового залу, місцерозташування, номенклатуру товарів, що продаються, приймається підприємцями самостійно, що обумовлює розмаїття видів торгових підприємств. Відсутність достатніх досліджень під час розробки проекту веде до зростання кількості магазинів, що не відповідають оптимальним технологічним вимогам (раціональної організації торгових, технологічних, трудових процесів), вимогам забезпечення безпеки життєдіяльності людини, збереження якості товарів, низької рентабельності.

З іншого боку, з'являються різноманітні, у тому числі ультрасучасні, типи та формати магазинів. Під час їх проектування і будівництва використовуються нестандартні рішення, що ґрунтуються на використанні нетрадиційних матеріалів, проектувальних рішень, новітніх досягнень в області архітектури і будівництва, які піднімають торгівлю на вищий рівень. Вони об'єднують в єдині комплекси не тільки підприємства торгівлі, але і підприємства масового харчування, побутового обслуговування, культурно-розважальні центри.

У сучасних умовах у місті Львові практикується концентричне розміщення торговельної мережі, що ґрунтується на класифікації товарів залежно від частоти попиту. З урахуванням цього перший ступінь обслуговування включає підприємства, що здійснюють продаж товарів масового попиту, подальші ступені – підприємства, що торгують або тільки товарами періодичного попиту і тривалого користування, або усіма товарами. Отже, район обслуговування великого магазину широкого профілю або магазину вузької товарної спеціалізації включає райони діяльності тих магазинів, що торгують товарами масового попиту.

Відповідно до цього принципу в місті створювалося три зони обслуговування, що відповідають містобудівним одиницям сучасного міста. Основним торговельним підприємством першої зони обслуговування – житлових ("спальних") мікрорайонів – був продовольчий магазин. У деяких мікрорайонах додатково створювалися непродовольчі магазини з продажу товарів масового попиту (галантерейних, канцелярських або господарських).

У другій зоні обслуговування – житловому районі – розміщувалися магазини з продажу товарів періодичного попиту. Як правило, це був невеликий районний універмаг або група спеціалізованих магазинів.

У третій зоні обслуговування – центрі міста – розміщувалися торговельні підприємства, що торгують усіма товарами. Проте в асортименті таких магазинів повинні були переважати товари рідкого, епізодичного попиту. Основним торговельним підприємством цієї зони обслуговування був універмаг загальноміського значення.

Практика триступінчастого розміщення торгової мережі виявила її істотні недоліки. У мікрорайонах, наприклад, створювалися невеликі продовольчі магазини, що не забезпечували широти асортименту товарів. Це відбивалося на якості обслуговування населення. При цьому магазини, як правило, розміщувалися в глибині мікрорайонів, що спричиняло збільшення часу на придбання покупок і виключало можливість попутно користуватися їх послугами покупцям інших районів. Це не забезпечувало досягнення оптимальних економічних показників їх діяльності.

Крім того, відсутність чіткого розмежування між товарами періодичного і рідкого попиту призводила до розпиленості товарів складного асортименту між другою і третьою зонами обслуговування і, як наслідок, – уповільнювало оборотність товарів і збільшувало витрати часу населення на відвідини магазинів.

Невід’ємною і дуже важливою ринковою структурою є гуртова торгівля, якій належить провідна роль в організації господарських зв’язків між виробниками і споживачами продукції, узгодженні їх економічних інтересів, задоволенні різноманітних вимог до асортименту, скороченні розриву між часом (місцем) виробництва товарів і часом (місцем) їх споживання або використання.

До початку економічних перетворень в Україні існувала досить розвинена система руху товарів, до складу якої входили гуртові підприємства державної (переважна більшість) і кооперативної форм власності. Ця система, хоча і характеризувалася високим рівнем монополізації гуртових і гуртово-посередницьких послуг, централізацією управління, жорсткою регламентацією у визначенні спеціалізації, порядку прикріплення, закупівлі, розподілу і продажів товарів, відсутністю маркетингового підходу до планування і організації торгово-господарської діяльності, на той період часу досить ефективно забезпечувала потреби виробничих і роздрібних торгових підприємств в послугах гуртової торгівлі.

В ході ринкових перетворень роль гуртової ланки, як організатора системи руху товару, через різні суб’єктивні і об’єктивні причини істотно знизилася, що украй негативно вплинуло на процес узгодження сукупного попиту і пропозиції, діяльність вітчизняних товаровиробників, рівень торгового обслуговування населення і призвели до інших негативних наслідків. Утрата українськими товаровиробниками істотної частки внутрішнього ринку – це значною мірою результат руйнування системи гуртової торгівлі, і що стійкий економічний розвиток країни неможливий без створення високорозвинутої гуртової ланки торгової галузі.

Зростання загального обороту гуртових підприємств було досягнуто насамперед за рахунок їх диверсифікації і збільшення роздрібного товарообігу, обороту посередницької та інших видів діяльності, які вони почали здійснювати, пристосовуючись до ринкових умов. Темп зростання гуртового товарообігу був меншим від темпів зростання кількості гуртових підприємств, що призвело до їх зменшення в середньому на одне підприємство.

Збільшення чисельності гуртових підприємств відбулося за рахунок дрібних підприємств, темпи кількості зростання яких були найвищим. Тому сьогодні велика частина підприємств мають украй невеликий обсяг товарообігу. Так, на 88,1 % підприємств припадало тільки 28,7 % гуртового товарообороту.

У 2004 р. в розрахунку на одне підприємство обласного центру середньорічний гуртовий товарооборот становив усього 8,7 млн. грн.; середньоспівкова чисельність працюючих – більше 12 чоловік. Майже на половині гуртових підприємств працюють в середньому 18–20 робітників. Найменші обсяги гуртового товарообороту мають підприємства з торгівлі споживчими товарами. Хоча в країнах з розвинутою ринковою економікою гуртові підприємства переважно невеликі за чисельністю персоналу, але вони значно більші за обсягом товарообігу, ніж у Львові. При цьому необхідно враховувати, що у розвинених країнах гуртові фірми мають високо механізоване складське господарство, ефективно організований технологічний процес, чітку систему руху товару, яка ґрунтується на логістичних принципах, та інші переваги, що сприяють підвищенню продуктивності праці і скороченню чисельності працюючих. Тому більшість гуртових підприємств в Україні займається тільки посередницькою діяльністю, хоча і набувають право власності на товари. Функції таких підприємств обмежуються організацією господарських зв’язків і доставки

товару, причому для цього нерідко використовуються особисті зв'язки або службове становище керівництва.

Необхідно зазначити, що переважна більшість гуртових підприємств Львова об'єктивно не може здійснювати повного обслуговування клієнтів, тому що не мають у своєму розпорядженні для цього складських приміщень. Товарні склади мають усього 13 % гуртових підприємств, і їх частка має негативну тенденцію до зменшення. Із 318,9 тис. кв. м загальної складської площі цих підприємств площа закритих складів – тих, що мають найбільше значення для зберігання споживчих товарів, – становить менше 2/3 (228,0 тис. кв. м). Відповідно цей показник станом на 2004 р. становив лише близько 285 кв. м в розрахунку на 1000 чоловік населення обласного центру і засвідчив украй низький рівень забезпеченості гуртової ланки складською площею.

Протягом останніх десятиріч складська мережа випереджаючими темпами розвивалася не в гуртовій ланці, а в роздрібній. Недооцінка ролі гуртової торгівлі, погане фінансування розвитку її матеріально-технічної бази, украй слабка зацікавленість гурту в забезпеченні безперерйного постачання роздрібною торговою мережею необхідними товарами привела до того, що остання перейняла на себе багато функцій гуртової торгівлі і стала розвивати власне складське господарство. Останніми роками підприємства роздрібною торгівлі через слабкий фінансовий стан, нерозуміння ролі гуртової ланки в забезпеченні товарами, а нерідко і високої вартості послуг, які гуртовики можуть надавати населенню, стали посилено розвивати прямі зв'язки, вважаючи їх переважними, хоча насправді це не завжди так. Підприємства роздрібною торгівлі свою збільшену потребу в складських приміщеннях стали задовольняти за рахунок оренди. Причому орендували не тільки пристосовані до зберігання і складської обробки товарів приміщення крупних акціонерних гуртових підприємств, але і абсолютно непридатні для цих цілей підвальні, напівпідвальні приміщення, спортзали тощо. Складська мережа переважно складається з дрібних складів. Середній розмір одного складського приміщення в гуртовій торгівлі м. Львова не досягає навіть 180 кв. м, що значно менше від мінімального розміру складу (1250 кв. м), передбаченого номенклатурою типів загальнотоварних складів, і практично не дає змоги підприємствам використовувати сучасні технології складської обробки вантажів.

Останніми роками істотно деформувалася структура гуртового товарообігу. Передусім у ній значно скоротилася частка споживчих товарів. Сьогодні вона становить лише 31,5 % від загального обсягу гуртового товарообігу. Враховуючи аналіз структури товарообороту, можна стверджувати, що велика частка в ньому повинна належати товарам споживчого, а не виробничо-технічного призначення. Цей висновок підтверджується досвідом країн з розвиненою ринковою економікою, який свідчить про те, що в гуртовому товарообороті споживчі товари займають приблизно 70 %.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Узагальнюючи викладене, можна зробити висновок, що для сучасного етапу розвитку торгівлі у м. Львові характерні як позитивні, так і негативні тенденції та явища. Основні з них: структурна перебудова, зростання конкуренції, розширення масштабів торгівлі, зростання товарообороту, дисбаланс платоспроможного попиту і товарної пропозиції, експансія імпорту, скорочення роздрібною мережею, деградація гуртової торгівлі.

Тому в подальших дослідженнях буде проведений аналіз основних макроекономічних показників, які впливають на стан та основні тенденції розвитку торгівлі. Їх врахування дасть змогу чітко визначити стратегічні пріоритети і перспективні напрямки розвитку торгівлі у місті.

1. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О. *Економіка торговельного підприємства: Підручник.* – К.: КНТЕУ, 2001. 2. Хміль Ф.І. *Менеджмент організації.* – Вид-во “Академія”, 2003. 3. *Статистичний збірник “Гуртова торгівля Львівської області у 2004 році” / Головне управління статистики у Львівській області.* – Львів, 2005. – 60 с. 4. *Статистичний збірник “Роздрібна торгівля Львівської області у 2004 році” / Головне управління статистики у Львівській області у 2004 році” / Головне управління статистики у Львівській області.* – Львів, 2005. – 101 с.