

УДК 339.37:330.342

Тимчина А. І.

## СТРУКТУРА РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ СУЧАСНОГО НЕВИЗНАЧЕНОГО СЕРЕДОВИЩА УКРАЇНИ

*Торгівля, взагалі, та роздрібна торгівля, зокрема, є головним джерелом надходження коштів і тому робить вирішальний вплив на забезпечення сталості поступального розвитку економіки України, зміцнення фінансової стабільності та поповнення державного бюджету.*

**Ключові слова.** Споживчі товари, споживчий ринок, торговельні підприємства, роздрібна торгівля, гуртова торгівля, роздрібні торговельні підприємства традиційних форматів, роздрібні торговельні підприємства нових форматів, роздрібний товарооборот.

Tymchyna A.

## STRUCTURE RETAIL MARKET IN TODAY UNCERTAIN OF UKRAINE

*Trade, in general, and retail trade, in particular, is the main source of funds and therefore has a decisive impact on the sustainability of the development of Ukraine's economy, financial stability and increasing the state budget.*

**Keywords.** Consumer goods, consumer market, commercial enterprises, retail trade, wholesale trade, retail trade enterprises traditional formats, retail trade enterprises new formats, retail turnover.

**Вступ.** Ситуація на ринку споживчих товарів України досить нестабільна, що є результатом незбалансованої господарчої політики та поступово призводить до занепаду економіки країни в цілому. Сучасний споживчий ринок України – це один із феноменів, який обумовлює складну систему господарювання, в якій тісно взаємодіють ринкові закономірності, численні регулюючі інститути (передусім, державні) й масова свідомість.

Слід зазначити, що сьогодні основний потенціал українського підприємництва зосередився не у

виробничій, а в торгово-посередницькій діяльності і, зокрема, на ринку продовольчих товарів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Характеризуючи в цілому сферу торгівлі в Україні, слід відзначити наявність значних невідповідностей та коливань, що свідчить про проблеми в розвитку галузі в цілому й окремих торговельних підприємств. Тому вирішення питання нормалізації споживчого ринку, взагалі, та ринку продуктів харчування, зокрема, сьогодні для багатьох регіонів є надзвичайно важливим. Слід зазначити, що продукти харчування, як найважливіша потреба люди-

ни, підлягає першочерговому задоволенню, навіть за рахунок інших товарів.

Проблемам нормалізації національного споживчого ринку приділяють увагу вітчизняні й зарубіжні вчені-економісти, серед яких: Азарян О. М., Дудла І. О., Шубін О. О., Савін В. І. та ін. Проте, аналізу розвитку роздрібно́ї торгівлі приділено недостатньо уваги, що й обумовлює актуальність дослідження.

**Постановка завдання.** Охарактеризувати структуру ринку роздрібно́ї торгівлі в умовах сучасного невизначеного середовища України.

**Виклад основного матеріалу.** Роздрібна торгівля, яка є останнім етапом процесу розподілу товару, містить у собі види економічної діяльності, пов'язані із продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їхніми родинами. При цьому мова йде про будь-який факт продажу товарів і послуг кінцевому споживачу. Вона є одним із найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль у розвитку споживчого ринку та обслуговуванні населення.

В економіці України проблема збалансованості попиту й пропозиції, споживчого ринку в цілому породжується диспропорціями відповідних суспільних виробництв та нестабільністю розвитку підприємств торгово-посередницької діяльності. Слід також зазначити, що роздрібна торгівля України впродовж останніх 7-ми років (з 2006 року по 2012 рік, включно) зазнала значних змін в результаті впливу кризових явищ. Невизначені та складні умови формування й розвитку підприємств торгівлі в Україні характеризуються:

1. Загостренням інфляційних процесів в державі.

2. Зростанням цін на основні товари та послуги.
3. Обмеженим споживчим попитом населення внаслідок скорочення реальних грошових доходів населення.
4. Зменшенням обсягів вітчизняного виробництва товарів народного споживання.
5. Зростанням вартості імпоротної продукції внаслідок девальвації національної валюти.
6. Відсутністю обігових коштів у торгівлі.
7. Заборгованістю роздрібних торговельних підприємств перед виробниками продукції тощо.

Так, за даними Державної служби статистики України, станом на 01.01.2012 за видами економічної діяльності, в Україні діяло 29,282 тис. підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства. Із них, кількість торговельних підприємств, основним видом діяльності яких є безпосередньо роздрібна торгівля, налічувалося 11,402 тис. од., або 38,9% від загальної кількості підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства. Деталізовані дані щодо динаміки розвитку ринку роздрібних торговельних підприємств за останні 7 років, наведені в табл. 1.

Проведений аналіз статистичних даних щодо стану й особливостей розвитку ринку торговельних підприємств у сучасних умовах України дозволяє нам констатувати зменшення загальної кількості торговельних підприємств станом на 01.01.2012 порівняно з 01.01.2006, в середньому, на -23,8 в.п. (відсоткових пунктів), або на -3,557 тис. одиниці.

Проаналізувавши тенденцію зменшення кількості роздрібних торговельних підприємств України в розрізі регіонів, можна виділити порядку 16-ти адміністративних утворень, де темпи зменшення кількості перевищують середній показник по

Таблиця 1

Динаміка ринку роздрібних торговельних підприємств України, за видами економічної діяльності (станом на початок року)

Регіони	Роки							2012 у % до 2006	2012 у % до 2010
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
АР Крим	0,686	0,660	0,623	0,599	0,565	0,538	0,541	78,9%	95,8%
Вінницька	0,615	0,638	0,623	0,614	0,578	0,583	0,551	89,6%	95,3%
Волинська	0,285	0,268	0,252	0,215	0,200	0,214	0,215	75,4%	107,5%
Дніпропетровська	0,779	0,787	0,728	0,763	0,675	0,645	0,588	75,5%	87,1%
Донецька	1,533	1,419	1,314	1,184	1,087	1,036	0,951	62,0%	87,5%
Житомирська	0,385	0,361	0,330	0,326	0,287	0,269	0,257	66,8%	89,5%
Закарпатська	0,509	0,503	0,454	0,363	0,333	0,336	0,307	60,3%	92,2%
Запорізька	0,523	0,497	0,440	0,436	0,406	0,383	0,364	69,6%	89,7%
Івано-Франківська	0,494	0,446	0,433	0,391	0,374	0,369	0,355	71,9%	94,9%
Київська	0,648	0,655	0,632	0,665	0,656	0,666	0,685	105,7%	104,4%
Кіровоградська	0,317	0,305	0,301	0,285	0,254	0,250	0,247	77,9%	97,2%
Луганська	0,502	0,447	0,408	0,376	0,341	0,330	0,305	60,8%	89,4%
Львівська	1,626	1,467	1,372	1,281	1,194	1,126	1,071	65,9%	89,7%
Миколаївська	0,328	0,314	0,284	0,255	0,227	0,210	0,207	63,1%	91,2%
Одеська	0,839	0,816	0,789	0,739	0,689	0,686	0,638	76,0%	92,6%
Полтавська	0,458	0,470	0,434	0,399	0,380	0,347	0,340	74,2%	89,5%
Рівненська	0,222	0,198	0,191	0,208	0,177	0,178	0,176	79,3%	99,4%
Сумська	0,370	0,346	0,337	0,301	0,276	0,250	0,245	66,2%	88,8%
Тернопільська	0,266	0,239	0,228	0,206	0,191	0,173	0,172	64,7%	90,1%
Харківська	0,904	0,850	0,745	0,669	0,618	0,593	0,586	64,8%	94,8%
Херсонська	0,349	0,306	0,287	0,277	0,284	0,282	0,265	75,9%	93,3%
Хмельницька	0,396	0,397	0,417	0,444	0,447	0,453	0,443	111,9%	99,1%
Черкаська	0,275	0,272	0,254	0,260	0,234	0,218	0,235	85,5%	100,4%
Чернівецька	0,245	0,225	0,215	0,218	0,201	0,215	0,210	85,7%	104,5%
Чернігівська	0,396	0,415	0,424	0,438	0,425	0,423	0,422	106,6%	99,3%
м.Київ	0,795	0,724	0,639	0,737	0,676	0,734	0,851	107,0%	125,9%
м.Севастополь	0,214	0,182	0,186	0,183	0,176	0,168	0,175	81,8%	99,4%
Всього	14,959	14,207	13,340	12,832	11,951	11,675	11,402	76,2%	95,4%

Україні. Серед цих адміністративних утворень, на нашу думку, катастрофічною щодо темпів зменшення кількості роздрібних торговельних підприємств є ситуація в: Закарпатській області (темп зменшення сягає -39,7% або -0,202 тис.од.), Луганська область (темп зменшення -39,2% або -0,197 тис.од.), Донецька область (-38,0% або -0,582 тис.од.), Миколаївська область (-36,9% або кількість змінено на -0,121 тис.од.), Тернопільська область (-35,3% або -0,094 тис.од.), Харківська область (-35,2% або -0,318 тис.од.), Львівська область (-34,1% або -0,555 тис.од.), Сумська область (-33,8% або -0,125 тис.од.), Житомирська область (-33,2% або -0,128 тис.од.), Запорізька область (темп зменшення -30,4% або -0,159 тис.од.) та Івано-Франківська область (-28,1% або -0,139 тис.од.).

Аналізуючи вище наведені статистичні дані, можна також зазначити позитивну тенденцію – збільшення кількості роздрібних торговельних підприємств в наступних адміністративних утвореннях України: Київська область (+5,7% або +0,037 тис.од.), Чернігівська область (+6,6% або +0,026 тис.од.), м. Київ (+7,0% або +0,056 тис.од.) та Хмельницька область (+11,9% або +0,047 тис.од.).

Слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку торговельної галузі України широко використовуються роздрібні торговельні підприємства сучасних форматів. Тому, на нашу думку, аналізуючи ринок роздрібних торговельних підприємств України, слід відокремити роздрібні торговельні підприємства традиційних форматів – типу «біля дому» (кіоски, малі архітектурні форми – МАФи, магазини на перших поверхах житлових будинків тощо) та роздрібні торговельні підприємства нових форматів – типу «самообслуга» (мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети, торговельні центри тощо).

Взявши за основу дані Державної служби статистики України (табл.2), можна зробити висновок, що на тлі поступового загального зменшення кількості роздрібних торговельних підприємств (-23,8%), кількість традиційних роздрібних торговельних підприємств в Україні зменшується ще катастрофічними темпами (-58,7%). Проте, кількість

роздрібних торговельних підприємств нових форматів стабільно збільшується – за період останніх 7-ми років на 3,653 тис.одиниць.

Виділяючи основні особливості формування роздрібних торговельних підприємств нових форматів, слід зазначити:

- По-перше, активізацію процесу географічного охоплення ринку (створення торговельних мереж) найбільшими з них.
- По-друге, перехід на міжрегіональний і національний рівні розвитку.
- По-третє, збільшення розміру цих структур за рахунок зростання кількості магазинів у складі мереж.

Державна служба статистики України надає також деталізовані дані щодо динаміки розвитку ринку роздрібних торговельних підприємств за напрямками: «продовольчі товари» та «непродовольчі товари» (табл.3).

Проаналізувавши вище наведені дані, можна констатувати наступне. Протягом останніх 7-ми років (з 2006 по 2012, включно) стабільно зменшується кількість роздрібних торговельних підприємств України. Як уже зазначалось нами вище та аналізуючи дані, наведені в табл. 3, станом на 01.01.2012 кількість роздрібних торговельних підприємств, у порівнянні з 01.01.2006, зменшилась на -3,577 тис.одиниць (або на -23,8%), із них - 2,069 тис.одиниць – це роздрібні торговельні підприємства, які торгують продовольчими товарами та -1,488 тис.одиниць – це роздрібні торговельні підприємства, які торгують непродовольчими товарами.

Якщо проаналізувати відносні величини співвідношення роздрібних торговельних підприємств, які торгують продовольчими товарами та непродовольчими товарами (табл.3), то протягом останніх 7-ми років спостерігається відносна стабільність їх пропорції на рівні 56,9%-58,2% та 41,7%-42,5%, відповідно.

Таблиця 2

**Динаміка структури роздрібних торговельних підприємств України в розрізі форматів торгівлі (станом на початок року)**

Роки	Формати торговельних підприємств				Всього (тис.од.)
	Традиційний*		Новий («самообслуга»)**		
	тис.од.	частка, %	тис.од.	частка, %	
2006	12,284	82,1%	2,675	17,9%	14,959
2007	10,580	74,5%	3,627	25,5%	14,207
2008	8,878	66,6%	4,462	33,4%	13,340
2009	7,510	58,5%	5,322	41,5%	12,832
2010	6,453	54,0%	5,498	46,0%	11,951
2011	5,514	47,2%	6,161	52,8%	11,675
2012	5,074	44,5%	6,328	55,5%	11,402
2012 до 2006	-7,210	-37,6%	+3,653	+37,6%	-3,557
2012 до 2010	-1,379	-9,5%	+0,830	+9,5%	-0,549

\* під «традиційним» форматом торговельних підприємств розуміють магазини спеціалізовані, магазини «біля дому» тощо

\*\* під «новим» форматом торговельних підприємств розуміють: мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети та торговельні центри

**Динаміка структури роздрібних торговельних підприємств України**  
(станом на початок року)

Роки	Спеціалізація роздрібних торговельних підприємств				Всього (тис.од.)
	Продовольчі товари		Непродовольчі товари		
	тис.один.	частка, %	тис.один.	частка, %	
2006	8,629	57,7%	6,330	42,3%	14,959
2007	8,209	57,8%	5,998	42,2%	14,207
2008	7,757	58,1%	5,583	41,9%	13,340
2009	7,306	56,9%	5,426	42,3%	12,832
2010	6,964	58,3%	4,987	41,7%	11,951
2011	6,791	58,2%	4,884	41,8%	11,675
2012	6,560	57,5%	4,842	42,5%	11,402
2012 до 2006	-2,069	-0,2%	-1,488	+0,2%	-3,557
2012 до 2010	-0,404	-0,8%	-0,145	+0,8%	-0,549

Слід зазначити, що в сучасних умовах розвитку економіки України, хоч і номінальні доходи населення збільшуються, проте, їх купівельна спроможність характеризується спадним трендом. Зваживши вище викладене, на нашу думку, населення України буде більшу увагу приділяти продуктам харчування, навіть відмовивши собі в придбанні інших товарів.

Слід зазначити, що загрозового характеру, в цей період, набувають процеси закриття сільських роздрібних торговельних підприємств (46%), особливо у Харківській області (67%), Запорізькій (63%), Одеській (61%), більше ніж на 50% в Луганській, Дніпропетровській, Івано-Франківській, Миколаївській, Тернопільській та Черкаській областях. Найменшого скорочення сільських тор-

Таблиця 4

**Динаміка структури роздрібних торговельних підприємств України, що торгують переважно продовольчими товарами**  
(станом на початок року)

Роки	Види роздрібних торговельних підприємств				Всього (тис.од.)
	спеціалізовані		неспеціалізовані		
	тис.один.	частка, %	тис.один.	частка, %	
2006	0,839	9,70%	7,790	90,3%	8,629
2007	0,863	10,5%	7,346	89,5%	8,209
2008	0,865	11,2%	6,892	88,8%	7,757
2009	0,925	12,7%	6,381	87,3%	7,306
2010	0,944	13,6%	6,020	86,4%	6,964
2011	0,958	14,1%	5,833	85,9%	6,791
2012	0,989	15,1%	5,571	84,9%	6,560
2012 до 2006	+0,150	+5,4%	-2,219	-5,4%	-2,069
2012 до 2010	+0,045	+1,5%	-0,449	-1,5%	-0,404

Проте, на ринку роздрібної торгівлі продуктами харчування теж відсутня позитивна тенденція щодо кількості роздрібних торговельних підприємств. Так, за даними Державної служби статистики України неспинно зменшується кількість роздрібних торговельних підприємств, що торгують переважно продовольчими товарами (табл.4)

Аналізуючи вище наведені дані (табл.4), можна констатувати наступне. На тлі все об'ємного зменшення кількості роздрібних торговельних підприємств, не змінила тренд динаміка кількості роздрібних торговельних підприємств України, що торгують переважно продовольчими товарами. Так, за період останніх 7-ми років (з 2006 рік по 2012 рік, включно) кількість вище вказаних підприємств зменшилась на -2,069 тис.одиниць (або -24,0%). Проте, серед роздрібних торговельних підприємств України, що торгують переважно продовольчими товарами прослідковується тенденція щодо збільшення кількості таких спеціалізованих підприємств (+0,150 тис.од. або +17,9%) над тенденцією зменшення кількості таких неспеціалізованих підприємств (-2,219 тис.од. або -28,5%).

говельних підприємств відбулося у Вінницькій (26%) та Рівненській (19%) областях. В інших регіонах скорочення відбулося у межах 49-38%.

В загальному, за темпами скорочення роздрібних торговельних підприємств всі регіони України можна поділити на наступні групи:

1. З високими темпами – 14 регіонів: Сумська область – 48%, Хмельницька – 45%, Дніпропетровська, Тернопільська – по 43%, Івано-Франківська, Миколаївська та Чернігівська області – по 40%, Черкаська, Львівська, Чернівецька, Харківська, Херсонська, Полтавська, Закарпатська – від 38% до 34%;

2. З середніми темпами – 11 регіонів, де скорочення відбулося в межах – 32-23%: Запорізька, Вінницька, Луганська, Волинська, Кіровоградська, Житомирська, АР Крим, Донецька, Київська, Одеська, Рівненська області.

3. З низькими темпами – міста Севастополь та Київ (у м. Севастополь відбулося зменшення лише на 5 об'єктів, або на 1,5%, у м. Києві спостерігалось збільшення торговельних об'єктів на 434 одиниць, або на 11,8%).

За інформацією Державної служби статистики України, протягом останніх 7-ми років (з 2006 року

Таблиця 5

## Динаміка роздрібних торговельних точок ринку України

(станом на початок року)

Роки	Типи торговельних підприємств						Всього (тис.од.)
	Магазини		МАФи *		АЗС**		
	тис.од.	частка, %	тис.од.	частка, %	тис.од.	частка, %	
2006	55,104	73,3%	19,900	26,5%	0,199	0,2%	75,203
2007	53,581	72,8%	19,762	26,9%	0,208	0,3%	73,551
2008	52,315	72,8%	19,356	26,9%	0,217	0,3%	71,888
2009	50,480	73,0%	18,480	26,7%	0,223	0,3%	69,183
2010	47,650	72,9%	17,450	26,7%	0,234	0,4%	65,334
2011	47,535	73,3%	17,015	26,3%	0,265	0,4%	64,815
2012	47,383	73,8%	16,544	25,8%	0,284	0,4%	64,211
2012 до 2006	-7,721	+0,5%	-3,856	-0,7%	+0,085	+0,2%	-10,992
2012 до 2010	-0,267	+0,9%	-0,906	-0,9%	+0,050	0,0%	-1,123

\*МАФи – малі архітектурні форми (кіоски, ятки, напіврухомі торговельні точки тощо)

\*\*АЗС – автозаправні станції

по 2012 рік, включно) динаміка розвитку роздрібних торговельних точок України теж не носить позитивний характер (табл.5).

Аналізуючи вище наведені дані, можемо констатувати швидкий темп зменшення кількості торговельних точок. Так, якщо станом на 01.01.2006 було 75,203 тис.одиниць роздрібних торговельних точок, то станом на 01.01.2012 їх залишилось 64,211 тис.одиниць, тобто протягом останніх 7-ми років припинили свою діяльність порядку 10,992 тис.одиниць (-14,6%). Насторожує й той факт, що швидкими темпами зменшується кількість магазинів (-7,721 тис.од. або -14,0%) та МАФів (-3,072 тис.од. або -15,4%). І лише за цей період збільшилась кількість АЗС, як одного з типів роздрібною торговельної точки (+0,085 тис.од. або +42,7%).

період, збільшилась на +0,503 тис.одиниці або на +2,2%.

Провівши ще глибший аналіз даних, за вище вказаний період, Державної служби статистики України щодо роздрібною торгівлі продовольчими товарами магазинами, можна констатувати наступне (табл.7).

Аналізуючи вище наведені дані можна констатувати наступне. На тлі катастрофічного зменшення кількості роздрібних торговельних магазинів, що торгують продовольчими товарами (-8,224 тис.одиниць або -25,8%) спостерігається таке ж катастрофічне зменшення кількості вище згаданих магазинів нових форматів (-7,951 тис.одиниць або -27,9%) та, відносно, невелике зменшення кількості вище згаданих магазинів традиційних фор-

Таблиця 6

## Динаміка структури роздрібних торговельних магазинів України

(станом на початок року)

Роки	Спеціалізація роздрібних торговельних магазинів				Всього (тис.од.)
	продовольчі товари		непродовольчі товари		
	тис.од.	частка, %	тис.од.	частка, %	
2006	31,891	57,9%	23,213	42,1%	55,104
2007	29,577	55,2%	24,004	44,8%	53,581
2008	27,719	53,0%	24,596	47,0%	52,315
2009	26,011	51,5%	24,469	48,5%	50,480
2010	24,639	51,7%	23,011	48,3%	47,650
2011	24,192	50,9%	23,343	49,1%	47,535
2012	23,667	49,9%	23,716	50,1%	47,383
2012 до 2006	-8,224	-8,0%	+0,503	+8,0%	-7,721
2012 до 2010	-0,972	-1,8%	+0,705	+1,8%	-0,267

Державна служба статистики України надає також деталізовані дані щодо динаміки розвитку ринку роздрібних торговельних підприємств за спеціалізацією: «продовольчі товари» та «непродовольчі товари» (табл.6).

Аналізуючи вище наведені дані за останні 7 років (з 2006 року по 2012 рік, включно), можна констатувати наступне. На тлі швидкого зменшення кількості роздрібних торговельних магазинів, ще катастрофічнішим є тренд з роздрібними торговельними магазинами, які торгують продовольчими товарами – кількість таких магазинів зменшилась на -8,224 тис.одиниці або на -25,8%. І це при тому, що кількість роздрібних торговельних магазинів, які торгують непродовольчими товарами, за цей же

магіт (-0,273 тис.одиниць або -8,1%). Проте, тут варто зазначити позитивний тренд зростання «вагомості» магазинів традиційних форматів по відношенню до магазинів нових форматів. Так, якщо в 2006 році це співвідношення було 10,6% до 89,4%, то в 2012 році це співвідношення вже становить 13,1% до 86,9%.

**Висновки.** Враховуючи сучасний складний етап розвитку ринкових економічних відносин, виживання роздрібних торговельних підприємств та роздрібних торговельних точок у нестабільному та невизначеному середовищі, що швидко змінюється, є дуже гострою проблемою в Україні. А тому, надзвичайно актуальним є питання підвищення ефективності їх діяльності, що обумовлює необхідність

**Динаміка структури роздрібних торговельних магазинів України, що торгують переважно продовольчими товарами**

(станом на початок року)

Роки	Формати роздрібних торговельних магазинів, що торгують продовольчими товарами				Всього (тис.одиниць)
	традиційні *		нові**		
	тис.од.	частка,%	тис.од.	частка, %	
2006	3,369	10,6%	28,522	89,4%	31,891
2007	3,363	11,4%	26,214	88,6%	29,577
2008	3,267	11,8%	24,452	88,2%	27,719
2009	3,260	12,5%	22,751	87,5%	26,011
2010	3,181	12,9%	21,458	87,1%	24,639
2011	3,141	13,0%	21,051	87,0%	24,192
2012	3,096	13,1%	20,571	86,9%	23,667
2012 до 2006	-0,273	+2,5%	-7,951	-2,5%	-8,224
2012 до 2010	-0,085	+0,2%	-0,887	-0,2%	-0,972

\* під «традиційним» форматом торговельних підприємств розуміють магазини спеціалізовані, магазини «біля дому» тощо

\*\* під «новим» форматом торговельних підприємств розуміють: мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети та торговельні центри

концентрації зусиль на забезпеченні їх стійкого функціонування.

На нашу думку, з розвитком ринкової економіки, на споживача має бути спрямований процес спеціалізації як торговельних підприємств, так і торговельних точок, асортимент яких орієнтований на купівельний попит відповідного сегмента ринку. Сегментація може бути як за окремою групою покупців (діти, молодь, пенсіонери), так і за ознакою задоволення конкретних потреб (магазин електроніки, будівельний). Такий попит, на нашу думку, зможуть задовольнити роздрібні торговельні підприємства традиційних форматів, а не роздрібні торговельні підприємства нових форматів (мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети чи торговельні центри).

Слід зазначити, що в умовах невизначеного ринкового середовища України, на нашу думку, роздрібна торгівля продуктами харчування є одним з найбільш перспективних секторів української економіки, що динамічно розвивається та відіграє провідну роль у розвитку споживчого ринку, обслуговуванні населення, реалізуючи товари та задовольняючи постійно зростаючі потреби споживачів у різноманітних товарах та послугах, що супроводжують їхню реалізацію.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян О. М. Маркетинг: підручник '2F О. М. Азарян. – [2-ге вид., перероб. і доп.] – Донецьк: Норд-Комп'ютер, 2007. – 428 с.
2. Дудла І. О. Товарознавчі аспекти маркетингу: навч. посіб. / І. О. Дудла. – К., 2007. – 224 с.
3. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: підручник / [за ред. О. О. Шубіна. ] – К.: Знання, 2009. – 702 с.
4. Савин В. И. Супермаркет: практ. пособие / В. И. Савин. – М.: ДИС, 2004.
5. Молдован О. Кризові явища в промисловості України та пріоритетні заходи антикризової політики [Електронний ресурс] / О. Молдован. – Режим доступу: <[www.old.niss.gov.ua/Monitor/Jul2009/05.htm](http://www.old.niss.gov.ua/Monitor/Jul2009/05.htm)>.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – К.: Держстат України, 1998-2012. – Режим доступу: <[www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)>.
7. Яковлев Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій: навч. посіб. / Ю. П. Яковлев. – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 376 с.
8. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підручник / В. С. Марцин. – К.: Знання, 2006. – 402 с.
9. Ареф'єва О. Методичний підхід до визначення ресурсів загального потенціалу підприємства та управління ним / О. Ареф'єва, О. Коренков // Економіст. – 2003. – № 9. – С.45-47.
10. Загорна Т. О. Економічна діагностика: навч. посіб. / Т. О. Загорна. – К.: Центр навч. л-ри, 2007. – 400 с.