

МЕРЕЖА ПРОДОВОЛЬЧИХ МАГАЗИНІВ УКРАЇНИ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

A NETWORK OF GROCERY STORES IN UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

У статті надано структурно-територіальну оцінку мережі продовольчих магазинів України. Проаналізовано динаміку основних показників розвитку продовольчих магазинів України за 2010–2017 рр. Розглянуто структуру продовольчих магазинів України за товарною спеціалізацією в межах регіонів.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, продовольчий магазин, торговельна площа, товарна спеціалізація, універсальний асортимент, спеціалізований магазин.

В статті дана структурно-територіальна оцінка мережі продовольствених магазинів України. Проаналізована динаміка основних показників розвитку продовольствених магазинів України в 2010–2017 гг. Рассмотрена

структура продовольственных магазинов Украины по товарной специализации в пределах региона.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, продовольственный магазин, торговая площадь, товарная специализация, универсальный ассортимент, специализированный магазин.

The structural and territorial assessments of the network of grocery stores in Ukraine are given in article. The dynamics of the main indicators of the development of grocery stores of Ukraine in 2010–2017 are analysed. The structure of grocery stores of Ukraine on commodity specialization in the regions is considered.

Key words: retail trade network, grocery store, trade area, commodity specialization, universal assortment, specialized store.

УДК 339.378

Кавун-Мошковська О.О.

к.е.н., доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київський національний торговельно-економічний університет

Постановка проблеми. Рівень задоволення попиту споживачів, якість торговельного обслуговування покупців залежать від стану розвитку роздрібною торговельною мережі, різноманітності її структури за видами торговельних об'єктів, рівномірності розташування на території країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження функціонування роздрібною торговельною мережі України знайшли своє відображення у працях О.П. Бегларашвілі [1], Н.О. Голошубової [2]. Але вони мають фрагментарний характер, оскільки акцент зроблено на розгляді розвитку роздрібною торгівлі в межах окремих територій (м. Київ, Рівненська область).

Постановка завдання. Як було зазначено раніше, «магазини як основний вид торговельних об'єктів переважають у структурі роздрібною торговельною мережі України» [3]. Разом із тим вивчення формування мережі продовольчих магазинів потребує застосування системного підходу до розгляду особливостей її розвитку протягом 2010–2017 рр., що й зумовило вибір мети дослідження – надання структурно-територіальною характеристиками мережі продовольчих магазинів України та ретроспективної оцінки її розвитку протягом 2010–2017 рр.

Виклад основного матеріалу дослідження. Починаючи з 2012 р. мережа магазинів в Україні почала скорочуватися. Найбільше падіння кількості об'єктів спостерігалось у 2014 р. та 2017 р. Зменшення мережі продовольчих магазинів почалося у 2011 р. і тривало до 2017 р. включно. При цьому найбільш критичними також були 2014 р. та 2017 р.

Підтвердженням зменшення масштабів мережі продовольчих магазинів є скорочення їхньої питомої ваги в загальній кількості магазинів України –

з 50,4% у 2010 р. до 41,5% у 2017 р. (табл. 1). За весь період кількість продовольчих магазинів зменшилася на 44%, тоді як загальна кількість магазинів скоротилася на 24%.

Темп зміни торговельної площі продовольчих магазинів мав нестабільний характер і не співпадав із динамікою розвитку об'єктів: на тлі скорочення кількості продовольчих магазинів у 2011–2012 рр. та 2015–2016 рр. спостерігалось розширення простору для організації продажу товарів та обслуговування покупців. Проте у загальному розмірі торговельної площі магазинів України питома вага продовольчих магазинів, незважаючи на незначне коливання, зменшилася з 50,5% у 2010 р. до 45% у 2017 р.

Таким чином, у структурі роздрібною торговельною мережі України за кількістю об'єктів (з 2011 р.) та розміром торговельної площі починаючи з 2013 р. переважали непродовольчі магазини.

У територіальному розрізі негативна динаміка зміни кількості продовольчих магазинів була у центральному регіоні, в усіх інших спостерігалось коливання значення показника, але переважало його скорочення. За весь досліджуваний період найбільше падіння кількості продовольчих магазинів було на Сході та Півдні – на 53,2% та 34,2% (табл. 2).

Протягом 2010–2017 рр. динаміка зміни торговельної площі мала нестабільний характер. Збільшення показника в 2017 р. порівняно з 2010 р. було лише на Півночі – на 2,5%.

Таку ситуацію можна пояснити наявністю у м. Києві більш розвиненою роздрібною торговельною мережі, до складу якої входять провідні корпоративні торговельні об'єднання, що розвивають сучасні типи магазинів – супермаркети з торговельною площею від 400 до 2 500 кв. м

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку продовольчих магазинів України за 2010–2017 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Темп росту магазинів, %	-	100,8	97,6	96,4	90,2	99,6	99,9	85,0
Темп росту продовольчих магазинів, %	-	97,8	94,0	93,4	86,4	99,8	98,7	76,6
Питома вага продовольчих магазинів в загальній кількості магазинів, %	50,4	48,9	47,1	45,7	46,4	46,6	46,0	41,5
Темп росту торговельної площі магазинів, %	-	106,9	103,1	101,3	86,7	99,6	99,7	91,3
Темп росту торговельної площі продовольчих магазинів, %	-	105,9	103,6	99,6	75,0	101,1	100,5	89,2
Питома вага торговельної площі продовольчих магазинів в загальній торговельній площі магазинів, %	50,5	50,0	50,3	49,4	4,0	45,8	46,1	45,0

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 2

Динаміка зміни кількості продовольчих магазинів та їхньої торговельної площі в регіонах України за 2010–2017 рр.

Рік	Регіон										Усього	
	Центральний		Західний		Східний		Північний		Південний		Кількість, од.	Темп росту, %
	Кількість, од.	Темп росту, %	Кількість, од.	Темп росту, %	Кількість, од.	Темп росту, %	Кількість, од.	Темп росту, %	Кількість, од.	Темп росту, %		
Кількість продовольчих магазинів, одиниць												
2010	5002	-	6703	-	3954	-	5018	-	3515	-	24192	-
2011	4780	95,6	6600	98,5	3906	98,8	4976	99,2	3405	96,9	23667	97,8
2012	4344	90,9	6272	95,0	3770	96,5	4864	97,7	3006	88,3	22256	94,0
2013	3986	91,7	5733	91,4	3572	94,7	4596	94,5	2901	96,5	20788	93,4
2014	3725	93,4	5779	100,8	2466	69,0	4310	93,8	1687	58,1	17967	86,4
2015	3702	99,4	5857	101,3	2258	91,5	4354	101,0	1765	104,6	17936	99,8
2016	3627	98,0	5684	97,0	2368	104,9	4225	97,0	1800	102,0	17704	98,7
2017	2839	78,3	4118	72,4	1851	78,2	3493	82,7	1260	70,0	13561	76,6
Торговельна площа продовольчих магазинів, тис. кв. м												
2010	756,6	-	872,7	-	1011,7	-	973,4	-	646,5	-	4260,9	-
2011	786,2	103,9	870,6	99,8	1107,1	109,4	1018,6	104,6	729,6	112,8	4512,1	105,9
2012	792,2	100,8	854,7	98,2	1144,5	103,4	1140,2	112,0	744,9	102,1	4676,5	103,6
2013	797,9	100,7	797,4	93,3	1140,5	99,6	1180,9	103,6	739,3	99,2	4656	99,6
2014	674,1	84,5	742,2	93,0	608,1	53,3	1018,6	86,2	452,2	61,2	3495,2	75,0
2015	666,3	98,8	757,1	102,0	594,1	97,7	1044,6	102,5	472,5	104,5	3534,6	101,1
2016	655,4	98,4	758,4	100,2	579,8	97,6	1070,2	102,4	487,8	103,2	3551,6	100,5
2017	574,3	87,6	622,6	82,1	530,9	91,6	998,3	93,3	440,7	90,3	3166,8	89,2

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

та гіпермаркети, торговельна площа яких перевищує 2500 кв. м. У всіх інших регіонах торговельна площа продовольчих магазинів зменшилася, більше за інші у Східному регіоні – на 47,5%.

У структурі роздрібною торговельної мережі України переважали продовольчі магазини, розташовані у Західному та Північному регіонах, при цьому їхня питома вага коливалася протягом 2010–2017 рр., але на кінець періоду зросла до 30,4% та 25,7% відповідно (табл. 3).

За формами товарної спеціалізації магазини поділяють на універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, неспеціалізовані, комбіновані. Але Державна служба статистики України перед-

бачає розподіл магазинів на універсальні та спеціалізовані, що суттєво обмежує можливості об'єктивної оцінки забезпеченості споживачів усіма типами магазинів та глибини задоволення потреб покупців у товарах різних груп.

У структурі продовольчих магазинів переважали об'єкти з універсальним асортиментом товарів, їхня питома вага з 2010 р. практично не змінилася і на кінець 2017 р. становила 85,4% (табл. 4).

Серед універсальних магазинів частка сучасних типів магазинів (супермаркетів, гіпермаркетів) зросла з 7,8% у 2010 р. до 14,3% у 2017 р., але поки що залишається незначною порівняно з розвиненими країнами світу. Це можна пояснити тим, що

Питома вага продовольчих магазинів у загальній кількості магазинів у регіонах України в 2010–2017 рр., %

Рік	Регіон				
	Центральний	Західний	Східний	Північний	Південний
2010	20,7	27,7	16,3	20,7	14,6
2011	20,2	27,9	16,5	21,0	14,4
2012	19,5	28,2	16,9	21,8	13,6
2013	19,2	27,6	17,2	22,1	13,9
2014	20,7	32,1	13,7	24,0	9,5
2015	20,6	32,6	12,6	24,3	9,9
2016	20,5	32,1	13,4	23,9	10,1
2017	20,9	30,4	13,6	25,7	9,4

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 4

Структура продовольчих магазинів України за товарною спеціалізацією у 2010–2017 рр., %

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Питома вага продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів	86,9	87,1	85,8	85,7	84,9	84,7	84,0	85,4
із них із торговельною площею:								
- від 120 до 399 кв. м	13,8	14,5	15,4	16,1	17,0	17,2	17,9	21,7
- від 400 до 2 499 кв. м	6,7	7,0	8,2	9,2	9,5	9,8	10,3	13,0
- від 2 500 кв. м і більше	0,9	1,09	1,36	1,5	1,0	1,0	1,0	1,3
Питома вага спеціалізованих продовольчих магазинів	13,1	12,9	14,2	14,3	15,1	15,3	16,0	14,6
із них із торговельною площею:								
- від 120 кв. м	10,9	11,7	12,7	10,6	11,8	10,0	10,6	12,8

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

ринку мережевої роздрібної торгівлі України знаходиться на етапі зростання на відміну від більшості країн Західної Європи та США, де корпоративні торговельні мережі перебувають на етапі зрілості, а ринок має високий рівень концентрації.

У складі універсальних магазинів переважали об'єкти з торговельною площею до 120 кв. м, проте їхня питома вага зменшилася з 78,6% у 2010 р. до 64% у 2017 р.

Серед спеціалізованих продовольчих магазинів домінуючою є питома вага об'єктів із торговельною площею до 120 кв. м, за весь період вона скоротилася незначно – з 89,1% до 87,2%.

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів продемонстрували негативну динаміку розвитку, їх кількість за період із 2010 по 2017 р. скоротилася на 9 449 одиниць, або на 45% (табл. 5). У складі роздрібної торговельної мережі України вони переважали у західній та північній частинах країни.

Найбільшого падіння протягом досліджуваного періоду кількість продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів досягла у Південному та Східному регіонах – на 64,7% та 55,7% відповідно. Такі зміни негативного характеру передусім можна пояснити військовим конфліктом та зменшенням територіальних меж країни починаючи з 2014 р.

У зміні торговельної площі продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів

не простежувалося прямого зв'язку зі зменшенням кількості об'єктів. Значення показника коливалося і лише у 2014 р. та 2017 р. мало негативну динаміку.

Серед регіонів лідерські позиції за кількістю продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів займали західна та північна частини країни. Їхня питома вага в 2017 р. зросла порівняно з 2010 р.: Західного регіону – з 29% до 30%, Північного – з 22,3% до 28%.

Найменша кількість продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів припадала на південну частину країни. Протягом досліджуваного періоду їхня питома вага скоротилася з 13,7% до 8,8%.

Динаміка кількості продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 120 до 399 кв. м мала нестійкий характер (табл. 6). Аналогічно (за винятком 2012 р.) змінювалася їхня торговельна площа.

При цьому кількість магазинів у 2017 р. порівняно з 2010 р. скоротилася на 403 одиниці, або на 14%, а їхня торговельна площа – на 7 960 кв. м, або на 1,4%.

Найбільша питома вага у кількісному розрізі до 2013 р. припадала на Схід та Північ країни, з 2014 р. Східний регіон утратив лідерські позиції, поступившись Західному. Таку зміну можна пояснити передусім військовим конфліктом та зменшенням територіальних меж країни починаючи з

Таблиця 5

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	4261	4150	3727	3411	3149	3108	3040	2467
Західний	6111	5935	5614	5148	5000	5025	4862	3481
Східний	3086	3053	2864	2701	1760	1632	1630	1368
Північний	4688	4645	4467	4197	3927	3959	3847	3248
Південний	2885	2818	2435	2365	1429	1463	1484	1018
Разом	21031	20601	19107	17822	15265	15187	14863	11582
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	98,0	2,7	93,3	85,6	99,5	97,9	77,9
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	702,9	736,7	740,8	754,1	628,1	627,2	619,1	546,4
Західний	838,7	831,7	814,4	764,5	698,1	710,4	712,0	588,9
Східний	933,7	1032,9	1064,4	1070,4	561,5	552,7	528,5	494,6
Північний	939,1	983,3	1099,4	1148,1	977,6	1011,0	1037,4	973,0
Південний	600,7	684,7	702,8	706,1	432,5	449,7	463,2	420,4
Разом	4015,1	4269,5	4422	4443,2	3297,8	3551	3360,3	3023,4
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	106,3	103,6	100,5	74,2	107,7	100,3	90,0

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 6

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 120 до 399 кв. м (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	506	523	528	486	491	501	500	458
Західний	606	599	585	588	615	634	653	574
Східний	729	700	656	635	419	387	375	382
Північний	685	782	827	830	884	879	897	870
Південний	390	395	345	335	200	211	238	229
Разом	2916	2999	2941	2874	2609	2612	2663	2513
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	102,8	98,0	97,7	90,8	10,1	102,0	94,4
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	102,8	107,6	109,5	104,3	108,9	110,9	113,6	107,5
Західний	122,4	121,3	117,2	119,7	129,2	134,9	141,4	120,1
Східний	153,1	152,0	150,8	152,3	99,7	91,2	89,7	92,9
Північний	137,3	168,3	181,2	182,7	195,2	201,9	213,9	211,1
Південний	76,7	77,0	68,2	66,3	41,2	44,2	53,3	52,7
Разом	592,3	626,2	626,9	625,3	574,2	583,1	611,9	584,3
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	105,7	100,1	99,7	91,8	101,5	105,0	95,5

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

2014 р. З усіх регіонів лише у Північному кількість магазинів на кінець періоду зросла на 27%, збільшення торговельної площі було відзначено на Півночі та у Центрі – на 53,7% та 4,5% відповідно.

Критичним періодом у розвитку продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м були 2014 р. та 2017 р. (табл. 7). За весь досліджуваний період кількість таких магазинів зросла на

83 одиниці, або на 5,8%, зі скороченням значення показника у Західному та Східному регіонах – на 3,6% та 26,2%.

До 2012 р. найбільшого розвитку продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м набули у Східному та Північному регіонах. Із 2013 р. лідерські позиції Східного регіону перейшли до центральної частини країни.

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 400 до 2 499 кв. м (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	285	318	315	325	341	358	360	352
Західний	252	249	263	262	262	267	264	243
Східний	397	424	454	469	303	291	302	293
Північний	289	254	295	322	356	364	387	394
Південний	199	211	238	264	189	205	220	223
Разом	1422	1456	1565	1642	1451	1485	1533	1505
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	102,4	107,5	104,9	88,4	102,3	103,2	98,2
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	261,0	312,8	302,8	307,8	299,6	306,2	303,6	275,7
Західний	203,8	197,8	206,6	217,7	212,2	215,2	222,5	196,7
Східний	338,0	378,6	400,2	407,1	239,9	238,9	247,1	234,8
Північний	285,4	277,8	328,3	360,1	342,4	329,0	345,6	353,9
Південний	195,8	242,2	237,4	266,1	173,5	184,1	191,5	180,9
Разом	1284	1409,2	1475,3	1558,8	1267,6	1273,4	1310,3	1242
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	109,7	104,7	105,7	81,3	100,4	102,9	94,8

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Таблиця 8

Продовольчі магазини з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 2 500 кв. м (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	25	21	34	41	16	14	14	13
Західний	42	46	45	41	27	28	27	28
Східний	45	58	67	70	31	38	32	29
Північний	58	58	73	81	51	59	60	57
Південний	32	42	42	44	27	28	27	25
Разом	202	225	261	277	152	167	160	152
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	111,4	116	106,1	54,9	110	95,8	95
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	121,1	107,8	148,9	180,7	74,7	67,6	67,4	62,3
Західний	192,5	204,6	204,9	172,1	113,4	117,9	117,4	112,9
Східний	321,8	387,4	407,1	415,8	165,2	171,7	141,7	129,4
Північний	279,8	309,1	385,0	420,1	277,5	320,1	327,2	292,7
Південний	192,1	238,3	292,2	274,0	161,4	165,8	164,3	156,9
Разом	1107,3	1247,2	1438,1	1462,7	792,2	843,1	818	754,2
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	112,6	115,3	101,7	54,2	106,4	97,0	92,2

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Як наслідок, питома вага таких магазинів на Півночі та у Центрі на кінець 2017 р. становила 26% та 23%.

Динаміка гіпермаркетів (продовольчих магазинів з універсальним асортиментом товарів із торговельною площею від 2 500 кв. м) не відрізнялася чітко визначеною тенденцією, зменшившись на 50 одиниць, або на 25% (табл. 8). Аналогічно

нестабільний характер зміни мала торговельна площа, скоротившись на кінець періоду на 32%.

Протягом усього досліджуваного періоду найбільша кількість гіпермаркетів була зосереджена у Північному та Східному регіонах. До 2013 р. спостерігалось зростання значення показника, з 2014 р. на сході країни ситуація погіршилася, і в 2017 р. порівняно з 2010 р. падіння становило 36%.

Спеціалізовані продовольчі магазини (на кінець року)

Регіон	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість магазинів, одиниць								
Центральний	741	630	617	575	576	594	587	372
Західний	592	665	658	585	779	832	822	637
Східний	868	853	906	871	706	626	738	483
Північний	330	331	397	399	383	395	378	245
Південний	630	587	571	536	258	302	316	242
Разом	3161	3066	3149	2966	2702	2749	2841	1979
Темп росту загальної кількості магазинів, %	-	97,0	102,7	94,2	91,0	101,7	103,3	69,6
Торговельна площа, тис. кв. м								
Центральний	53,7	49,6	51,4	43,9	46,0	39,0	36,3	27,9
Західний	34,0	38,8	40,2	33,0	44,1	46,7	46,3	33,7
Східний	77,9	74,2	80,1	70,1	46,6	41,5	51,3	36,3
Північний	34,3	35,3	40,8	32,7	41,0	33,6	32,8	25,2
Південний	45,8	44,9	42,1	33,1	19,7	22,8	24,7	20,3
Разом	245,7	242,8	254,6	212,8	197,4	183,6	191,4	143,4
Темп росту загальної торговельної площі, %	-	98,8	104,9	83,6	92,8	93,0	104,2	74,9

Джерело: сформовано з використанням [4–10]

Найменшого поширення гіпермаркети набули у Центральному регіоні, при цьому кількість магазинів починаючи з 2014 р. скорочувалася, і на кінець періоду падіння становило 48%.

Характер зміни торговельної площі гіпермаркетів у північній частині країни співпадав із динамікою кількості магазинів, разом із тим у 2017 р. показник збільшився на 4,6%.

Спеціалізовані продовольчі магазини України мали нестабільний характер розвитку протягом 2010–2017 рр., але на кінець періоду їхня кількість скоротилася на 37,4%, а торговельна площа – на 41,7% (табл. 9). Починаючи з 2011 р. найбільша питома вага магазинів припадала на Східний та Західний регіони. При цьому якщо на Заході кількість магазинів на кінець періоду зросла на 7,6%, то на Сході вона зменшилася на 45%.

Особливістю регіонального розвитку спеціалізованих продовольчих магазинів було те, що характер динаміки кількості об'єктів не завжди супроводжувався аналогічними змінами в розмірі торговельної площі. Така ситуація протягом досліджуваного періоду спостерігалася у центральній, західній та північній частинах України.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, динаміка розвитку продовольчих магазинів в Україні протягом 2010–2017 рр. у цілому мала негативний характер. Як кількість магазинів, так і торговельна площа зменшилися на кінець досліджуваного періоду. Скоротилася й їхня питома вага в загальній кількості магазинів та сукупній торговельній площі.

Більш розвинена мережа продовольчих магазинів у Західному та Північному регіонах. За формами товарної спеціалізації переважали мага-

зини з універсальним асортиментом товарів, що є позитивним моментом, оскільки вони забезпечують максимальне задоволення потреб покупців практично в усіх групах продовольчих товарів і окремих групах непродовольчих товарів, які мають високу частоту споживання.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бегларашвілі О.П. Розвиток магазинів Рівненської області. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. № 5. С. 66–70.
2. Голошубова Н.О. Роздрібна торговельна мережа м. Києва: стан і завдання розвитку. Вісник КНТЕУ. 2015. № 3. С. 43–57.
3. Кавун-Мошковська О.О. Структурна характеристика та методичні аспекти оцінки розвитку роздрібно-торговельної мережі України. Економіка та суспільство. 2018. № 16. URL: <http://economyandsociety.in.ua>.
4. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2012. 124 с.
5. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2013. 123 с.
6. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2014. 122 с.
7. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2015 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2015. 89 с.
8. Мережа роздрібно-торгівлі підприємств на 1 січня 2016 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2016. 89 с.

9. Мережа роздрібної торгівлі підприємств на 1 січня 2017 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2017. 67 с.

10. Торгова мережа підприємств роздрібної торгівлі на 1 січня 2018 року: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України. 2018. 38 с.

REFERENCES:

1. Behlarashvili O.P. (2016) Rozvytok mahazyniv Rivnens'koyi oblasti [Development of shops of Rivne region]. *Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*, no. 5, p. 66–70.

2. Holoshubova N.O. (2015) Rozdribna torhovel'na merezha m. Kyieva: stan i zavdannya rozvytku [Retail trade network of Kyiv: state and development tasks]. *Visnyk KNTEU*, no. 3, p. 43–57.

3. Kavun-Moshkovska O.O. (2018) Strukturna kharakterystyka ta metodychni aspekty otsinky rozvytku rozdribnoyi torhovel'noyi merezhi Ukrayiny [Structural characteristics and methodological aspects of evaluation of development of the retail trade network of Ukraine]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, no. 16. (n.d.). <http://economyandsociety.in.ua>.

4. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2012 roku: Statystychnyy byuleten' (2012). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 124 p.

5. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2013 roku: Statystychnyy byuleten' (2013). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2013]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 123 p.

6. Merezha rozdribnoyi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpryyemstv na 1 sichnya 2014 roku: Statystychnyy byuleten' (2014). [The network of retail trade and restaurant business of enterprises on January 1, 2014]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 122 p.

7. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2015 roku: Statystychnyy byuleten' (2015). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2015]. – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 89 p.

8. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2016 roku: Statystychnyy byuleten' (2016). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2016]. – Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 89 p.

9. Merezha rozdribnoyi torhivli pidpryyemstv na 1 sichnya 2017 roku: Statystychnyy byuleten' (2017). [The network of retail trade of enterprises on January 1, 2017]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 67 p.

10. Torhova merezha pidpryyemstv rozdribnoyi torhivli na 1 sichnya 2018 roku: Statystychnyy byuleten' (2018). [Trading network of enterprises of retail trade on January 1, 2018]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, 38 p.

Kavun-Moshkovska O.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Trade
Entrepreneurship and Logistics
Kyiv National University of Trade and Economics

A NETWORK OF GROCERY STORES IN UKRAINE: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

The structural and territorial assessments of the network of grocery stores in Ukraine are given in the article. The dynamics of the main indicators of the development of grocery stores of Ukraine in 2010–2017 is analysed. The study showed that it had a negative nature. Decreasing network of grocery stores began in 2011 and lasted until 2017 inclusive. The number of stores and trading area decreased by the end of the period under study. Their share in the total number of stores and total trade area declined. Over the entire period, the number of grocery stores decreased by 44%. In the overall size of the trade area of Ukrainian stores, the share of grocery stores, despite a slight fluctuation, decreased from 50.5% in 2010 to 45% in 2017.

The structure of grocery stores of Ukraine on commodity specialization in the regions is considered. Grocery stores located in the western and northern regions were dominated in the structure of the retail trade network of Ukraine. Stores with a universal assortment of goods are dominant as the form of commodity specialization. This is a positive moment, as they provide the maximum satisfaction of the needs of buyers in almost all groups of food products and some groups of non-food products that have a high frequency of consumption. But grocery stores with a universal assortment of goods showed a negative dynamics of development, their number for the period from 2010 to 2017 decreased by 9449 units or by 45%. Among the regions, the leading positions in the number of grocery stores with a universal assortment of goods occupied the western and northern parts of the country. Specialized grocery stores in Ukraine had an unstable nature of development during 2010–2017, but by the end of the period, their number was reduced by 37.4% and the trade area by 41.7%.

Thus, the network of grocery stores in Ukraine decreased in 2010–2017. In general, it has a negative impact on satisfying the needs of buyers.