

УДК 911.3:339.35 (477.8-21)

ГРУПУВАННЯ МІСТ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ ЗА РІВНЕМ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Вікторія Клапчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. П. Дорошенка, 41, 79000, м. Львів, Україна*

Проаналізовано особливості розміщення сучасних закладів торгівлі Львівської обл. Визначено основні чинники, що зумовили формування закладу торговельної мережі в конкретному населеному пункті чи регіоні. До таких чинників належать: економіко-географічні, демографічні та розселенські, соціальні та ін. (географічне, транспортне, сусідське положення області тощо). На підставі цих чинників сформульовано критерії, за якими виконано групування міст за рівнем розвитку торговельних мереж. Виділено три основні критерії: кількість сучасних торговельних закладів у містах Західної України; класифікація торговельних мереж за регіонами покриття; чисельність населення. Завдяки цим критеріям виділено шість груп міст Західної України за рівнем розвитку торговельних мереж, а саме: міста із дуже високим рівнем розвитку, високим, вище середнього, середнім, нижче середнього та низьким. Акцентовано увагу на обласних центрах як найбільш насичених торговельними мережами містах. Проаналізувавши групування, виявлено такі основні тенденції. Найбільша концентрація торговельних мереж у Львівській обл., як найбільш економічно розвиненій, дещо менше у Волинській та Івано-Франківській областях. Найбільша кількість закладів торговельних мереж зосереджені у м. Львів. Кількість закладів роздрібної торгівлі головно залежить від чисельності населення. Найбільша концентрація спостерігається в обласних центрах і містах, таких як Дрогобич, Калуш, Ковель, Стрий, Трускавець, Червоноград. Найнижча концентрація підприємств роздрібної торгівлі у Тернопільській та Чернівецькій областях. Причиною є переважання малих міст в цих областях. Запропоновано способи оптимізації розміщення торговельних мереж.

Ключові слова: торговельна мережа, регіон покриття, міжнародна, національна, регіональна, локальна торговельні мережі.

Із проголошенням незалежності України почався новий етап в її історії. Ця подія дала поштовх до розвитку всіх галузей виробничої та, особливо, невиробничої сфер. Зокрема, відбулися зміни в сфері торгівлі. У 1990-х роках почали з'являтися сучасні заклади торгівлі: мінімаркети, супермаркети, гіпермаркети. Розпочалося формування торговельних мереж, що поширювалися на території України: національних, регіональних і локальних. Поширення мереж є досить нерівномірним як за областями, так і за населеними пунктами.

Групування найрізноманітніших географічних об'єктів і явищ за найсуттєвішими ознаками є одним із важливих і широко використовуваних методів сучасної суспільної географії. Групування населених пунктів за рівнем розвитку торговельних мереж дає змогу вирішити такі основні завдання: 1) виявити чинники, що зумовили розміщення торговельної мережі; 2) врахувати особливості сучасного стану торговельних мереж для їхнього оптимального розміщення; 3) визначити особливості розвитку сучасних видів торгівлі в населених пунктах; 4) з'ясувати рівень розвитку торгівлі в цих поселеннях.

Торговельні мережі здебільшого вивчали економісти та маркетологи. Вони менше досліджені географами. У географії цією проблематикою, зокрема, займалися І. Ансофф, Г. Армстронг, Г. Багієв, Н. Голошубова, В. Павлов, О. Петрик, Н. Ріглі, Р. Скуба, В. Харпер, П. Черномаз та ін. В Україні такі дослідження тільки розпочинаються. Саме тому доцільно висвітлити цю тему з географічного погляду, оскільки геопросторова організація торговельних мереж має значний вплив на рівень життя населення, економічну ситуацію в регіоні, області чи конкретному населеному пункті.

Методичні аспекти функціонування торговельних мереж розкриті у працях Г. Багієва, І. Бланка, А. Виноградської, Н. Голошубової, А. Мазаракі та ін. Розвиток торговельних мереж, як основний напрям торговельної сфери на сучасному етапі, досліджено у працях С. Бая, П. Гончарова, В. Лагутіна, Л. Лігоненко. Класифікацію типів торговельних мереж висвітлили А. Виноградська (види сучасних дискаунтерів) і Р. Скуба (класифікація торговельних мереж). На конкретних проблемах розвитку торговельних центрів і торговельних мереж акцентують увагу І. Бланк, Н. Голошубова, О. Кавун, Е. Карпова, Я. Касьянов, Р. Скуба та ін.

З досвідом країн із розвинутою ринковою економікою, де у вирішенні проблем розвитку торговельних мереж досягнуто значних успіхів, дають змогу ознайомитися наукові праці таких відомих зарубіжних учених: І. Ансофф, Г. Армстронг, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Н. Ріглі, В. Харпер, Л. Штерн та ін. [1, 10].

Перш ніж визначити критерії групування торговельних мереж, необхідно виявити основні чинники, що зумовили формування закладу торговельної мережі в конкретному населеному пункті чи регіоні. До таких чинників належать: а) економіко-географічні (мають різнобічний вплив на розвиток мережі; виявляються, загалом, в економічних показниках регіону, або населеного пункту); б) демографічні та розселенські (виявляються головню завдяки таким показникам, як кількість населення та адміністративно-територіальний устрій регіону дослідження); в) соціальні (виявляються в показнику рівня освіченості, споживчої поведінки та процесах консюмеризму. Консюмеризм – сукупність суспільних відносин, заснованих на принципі індивідуального споживання. Для нього характерне масове споживання матеріальних благ і формування відповідної системи цінностей та установок. Масове споживання, яке виходить далеко за межі потреб для існування (виживання) людини, є однією з рис сучасного суспільства [7]); г) інші чинники (географічне, транспортне, сусідське положення тощо).

На підставі цих чинників сформулюємо критерії, за якими виконано групування міст за рівнем розвитку торговельних мереж. Ми виділяємо три найважливіші критерії.

1. *Кількість закладів торговельних мереж у містах західних областей України.* До уваги треба брати всі сучасні заклади торгівлі, які формують торговельну мережу. У кожному місті необхідно з'ясувати кількість закладів торгівлі.

2. *Класифікація торговельних мереж за регіонами покриття.* Це поняття застосовують маркетологи. Буквально, регіон покриття – це географічний регіон держави, у якому є хоча б один заклад, який представляє певну торговельну мережу. Усі сучасні заклади торгівлі за цим критерієм поділяють на:

- міжнародні (зклади розташовані в декількох країнах);
- національні (зклади розташовані у чотирьох–п'ятьох економіко-географічних регіонах України);

- регіональні (заклади розташовані у двох–трьох економіко-географічних регіонах України);
- локальні (заклади розташовані в одному економіко-географічному регіоні України) [3].

У 2013 р. в західних областях України загалом була 21 торговельна мережа, що охоплює 333 заклади (табл. 1, 2). Найбільше їх у Львівській обл. – відповідно, 11 і 174. Найменше торговельних мереж – у Закарпатській обл., а закладів – у Чернівецькій обл. (див. рис. 1, 2) [2].

Таблиця 1

Кількість закладів торговельних мереж за регіоном покриття
в областях Західного регіону України, 2013 р.

Область	Заклади за регіоном покриття			
	міжнародні	національні	регіональні	локальні
Волинська	1	31	4	7
Закарпатська	–	12	1	8
Івано-Франківська	1	28	8	8
Львівська	3	51	37	66
Рівненська	1	24	4	–
Тернопільська	1	12	14	–
Чернівецька	1	8	2	–

Джерело: складено за результатами власних досліджень

Таблиця 2

Кількість торговельних мереж за регіоном покриття
в областях Західного регіону України, 2013 р.

Область	Мережі за регіоном покриття			
	міжнародні	національні	регіональні	локальні
Волинська	1	5	2	1
Закарпатська	–	2	1	1
Івано-Франківська	1	5	4	1
Львівська	2	5	2	2
Рівненська	1	6	4	–
Тернопільська	1	5	2	2
Чернівецька	1	3	2	–

Джерело: складено за результатами власних досліджень

3. *Людність поселень.* Для поділу міст за кількістю населення використано широковживану класифікацію: а) 2 000–10 000 – найменші міські поселення; б) 10 000–50 000 – малі міста; в) 50 000–100 000 – середні міста; г) 100 000–500 000 – великі міста; д) 500 000–1 000 000 – дуже великі міста [5].

Крім цих трьох критеріїв, до уваги в окремих випадках брали також географічне положення, динаміку загальної кількості населення міського поселення [8, 9].

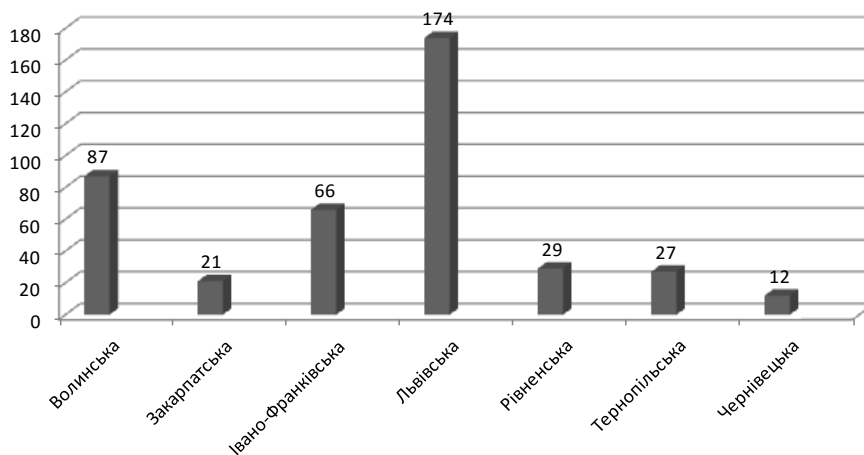


Рис. 1. Кількість закладів торговельних мереж у Західних областях України, на кінець 2013 р., одиниць. Джерело: складено за результатами власних досліджень

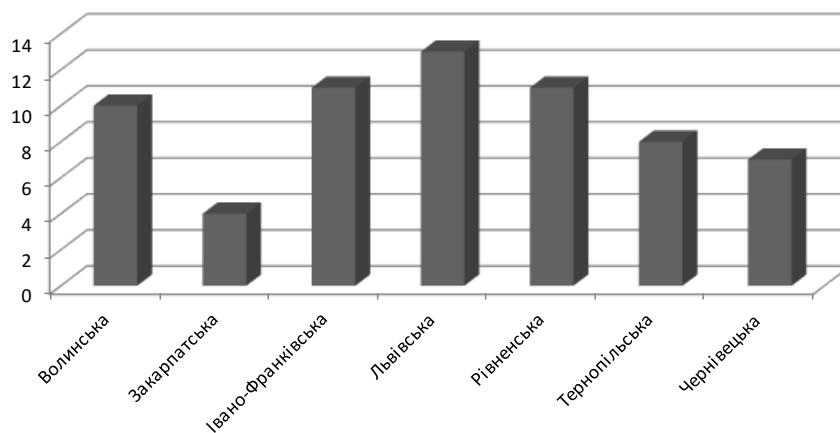


Рис. 2. Кількість торговельних мереж за регіонами, 2013 р., одиниць. Джерело: складено за результатами власних досліджень

Результати аналізу першого критерію відображено на рис. 3. Найбільше закладів і мереж є в обласних центрах, окрім Ужгорода, де показники значно нижчі й становлять 10 закладів. У Львові їх 64, Луцьку – 38, Івано-Франківську – 17, Рівному – 16, Тернополі – 13. Серед інших міст особливо виділяються Стрий і Калуш, де кількість закладів торговельної мережі становить від 10 до 15 одиниць, ці міста не лише вирізняються людністю, а й зручним географічним розташуванням. Такі міські поселення, як Дрогобич, Трускавець, Ковель та Червоноград, мають досить високу концентрацію торговельних закладів мереж різного типу.

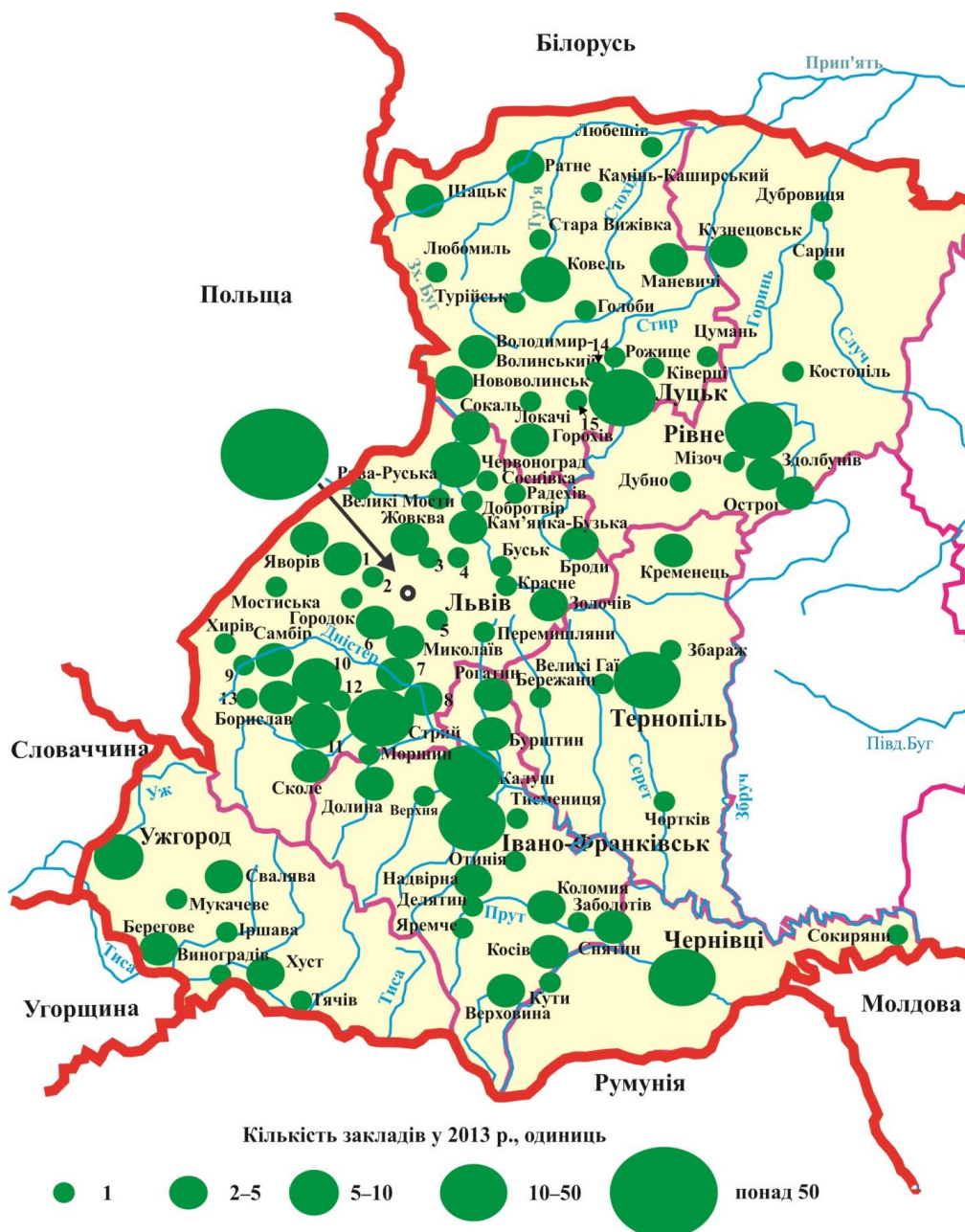


Рис. 3. Заклади торговельних мереж Західного регіону України в 2013 р.

Джерело: складено за результатами власних досліджень

Населені пункти: 1 – Новояворівськ; 2 – Рудки; 3 – Куликів; 4 – Жовтанці; 5 – Давидів; 6 – Пустомити; 7 – Новий Розділ; 8 – Жидачів; 9 – Старий Самбір; 10 – Дрогобич; 11 – Трускавець; 12 – Стебник; 13 – Новий Калинів; 14 – Рокині; 15 – Торчин

Причини цього різні. Трускавець виконує рекреаційну функцію, що сприяє розвитку торговельних мереж. Дрогобич – це місто з розвиненим господарським комплексом, друге за промисловим потенціалом місто Львівської обл., де сконцентрована значна кількість населення. Ковель – великий транспортний вузол Волинської обл. та місто з високою кількістю населення. Місто є одним із найбільших залізничних вузлів Західної України, має вагоме стратегічне значення для держави. Через Ковель проходить низка автошляхів загальноєвропейського, національного та регіонального значення.

Усього виділено шість груп міст Західної України за рівнем розвитку торговельних мереж.

1. Дуже високий рівень (загальна кількість закладів – 50 одиниць).

Це міста з закладами торгівлі всіх рівнів. Домінують національні, також наявні міжнародні мережі. До цієї категорії належить лише м. Львів, у якому всього 64 заклади всіх типів за регіонами покриття.

2. Високий рівень (загальна кількість закладів – від 15 до 50 одиниць).

Це міста з переважанням національних та наявністю інших видів торговельних мереж. До цієї категорії зачислено більшість обласних центрів: Івано-Франківськ, Рівне, Луцьк та Тернопіль.

3. Вище середнього (загальна кількість закладів – від 10 до 15 одиниць).

Це міста з домінуванням національних і значною часткою локальних та регіональних мереж. До цієї категорії належить одне місто обласний центр – це Ужгород, та два міста обласного значення – Калуш (Івано-Франківська обл.) і Стрий (Львівська обл.).

4. Середній рівень (загальна кількість закладів – від п'яти до десяти одиниць).

Міста, що становлять цю групу, мають усі торговельні заклади за регіонами покриття, окрім міжнародних. До цієї групи належать міста Львівської обл., а саме – Дрогобич, Трускавець, Червоноград та Ковель (Волинська обл.).

5. Нижче середнього (загальна кількість закладів – від трьох до п'яти одиниць).

До цієї групи входять міста з наявністю різних закладів торговельних мереж за регіонами покриття, окрім міжнародних. У цій групі можна виділити міста, де є лише торговельні мережі національного, регіонального чи локального рівнів, тому доцільно виокремимо декілька підгруп, а саме:

1) міста з рівнем розвитку нижче середнього та наявністю лише національних мереж. До цієї підгрупи належать такі міста: Кузнецовськ (Рівненська обл.), Надвірна та Долина (Івано-Франківська обл.), Володимир-Волинський, Нововолинськ, смт Ратне (Волинська обл.);

2) міста з рівнем розвитку нижче середнього та наявністю лише регіональних мереж. До цієї підгрупи входить лише м. Рогатин (Івано-Франківська обл.);

3) міста з рівнем розвитку нижче середнього та наявністю декількох видів торговельних закладів, крім міжнародних. До цієї підгрупи належить найбільше населених пунктів, а саме: Коломия, Косів (Івано-Франківська обл.), Берегове (Закарпатська обл.), Золочів, Кам'янка-Бузька, Новояворівськ, Сокаль, Борислав, Новий Розділ, Самбір (Львівська обл.).

6. Низький рівень (загальна кількість – один або два торговельні заклади).

У цій групі теж виділяємо окремі підгрупи:

1) міста з наявністю національної мережі. До цієї підгрупи входять такі населені пункти Волинської обл.: Горохів, Ківерці, Рожище, смт Голоби, смт Турійськ, смт Ма-

невичі, Камінь-Каширський, Любешів, смт Стара Вижівка, смт Цумань, смт Торчин, Любомиль, Рокині, смт Шацьк, смт Локачі; Івано-Франківської обл.: Верховина, Заболотів, Отинія, смт Кути, Снятин, Тисмениця, Яремче; Львівської обл.: Давидів, Мостиська; Рівненської обл.: Дубровиця, Дубно, Здолбунів, Костопіль, Мізоч, Острог, Сарни; Тернопільської обл.: Збараж, Бережани, Кременець, Чортків; Чернівецької обл.: Сокиряни.

2) міста з наявністю лише регіональної мережі. До цієї групи належать такі населені пункти, як Городок (Львівська обл.) та Великі Гаї (Тернопільська обл.);

3) міста з наявністю лише локальної мережі. Це група об'єднує декілька міст Закарпатської обл.: Виноградів, Іршава, Мукачеве, Тячів; Івано-Франківської обл.: с. Верхня, смт Делятин; Львівської обл.: Буськ, Великі Мости, Добротвір, Жидачів, Жовтанці, Красне, Куликів, Моршин, Новий Калинів, Перемишляни, Пустомити, Рава-Руська, Радеків, Рудки, Соснівка, Старий Самбір, Стебник, Хирів;

4) міста з наявністю двох різних торговельних закладів за регіоном покриття. До цієї підгрупи належать Свалява, Хуст (Закарпатська обл.), Бурштин (Івано-Франківська обл.), Броди, Жовква, Миколаїв, Яворів (Львівська обл.).

Торговельні мережі виникають завдяки таким чинникам: економіко-географічним, демографічним та розселенським, соціальним та ін. (географічне, транспортне, сусідське положення). Визначено основні критерії за якими здійснено групування міст за рівнем розвитку торговельних мереж: кількість торговельних закладів мереж у містах західних областей України, класифікація торговельних мереж за регіонами покриття, людність поселень. Завдяки цим критеріям виділено шість груп міст Західної України за рівнем розвитку торговельних мереж.

Отже, найвища концентрація торговельних закладів у Львівській обл. як найбільш економічно розвиненій. Після Львівської найбільшу кількість закладів торговельних мереж мають Волинська та Івано-Франківська області.

Кількість закладів торговельних мереж, головню, залежить від людності населеного пункту. Найбільша їхня концентрація зафіксована в обласних центрах, а також містах Дрогобич, Калуш, Ковель, Стрий, Трускавець, Червоноград.

Найнижча концентрація торговельних мереж у Тернопільській та Чернівецькій областях, що зумовлено переважанням малих міст, низьким рівнем урбанізації, слабо розвинутою економікою. Специфічною є просторова організація торговельних мереж у деяких західних областях України. На це суттєво впливає рельєф території і прикордонне положення.

Найбільше міст за рівнем розвитку торговельних мереж припадає на групу з низьким рівнем (70,8 %), нижче середнього – 17,17 % населених пунктів, середній та високий рівень мають 4,04 % поселень, група вище середнього становить 3,03 %, а найменше поселень у групі дуже високого рівня розвитку (1,01 %).

Найбільше міст, що не мають торговельних мереж, розміщено у Чернівецькій обл. (90,2 %). У решті областей цей показник дещо нижчий, (%): Тернопільській – 82, Закарпатській – 80, Рівненській – 66,6, Івано-Франківській – 56,4, Львівській – 51,3. Найбільше використаний міський простір на Волині, міста без закладів торговельних мереж там становлять 39,4 %.

Серед поселень, у яких розташовані торговельні мережі, основна частина – це міські поселення, сільські поселення становлять 1,2 % і розташовані у Львівській (села Жов-

танці та Сокольники), Івано-Франківській (с. Верхнє) та Тернопільській (с. Великі Гаї) областях.

Найбільші перспективи для створення торговельних мереж є у Чернівецькій обл., адже значна частка міських поселень не має сучасних закладів торгівлі. Торговельних мереж нема у районних центрах області. Окрім того, впровадження торговельної мережі в сільській місцевості, сприятиме розвитку Західного регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Жуковська В. М. Пріоритети розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні / В. М. Жуковська, Н. В. Ракша // *Економіка і регіон*. – 2011. – № 4. – С. 88–92.
2. Компанія GT Partners Ukraine. TOP-50 найбільших рітейлів України // Дослідження ринку роздрібною торгівлі : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gtpartners.com.ua>.
3. Компанія GT Partners UKRAINE. Дослідження ринку роздрібною торгівлі : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtpartners.com.ua/>.
4. Корсак В. І. Вплив глобалізаційних процесів на становлення регіональних роздрібних мереж / В. І. Корсак // *Регіональна економіка*. – 2012. – № 3. – С. 191–196.
5. Мальська М. П. Країнознавство: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Ю. С. Занько, Н. М. Ганич. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 528 с.
6. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
7. Матвеев С. О. Економічна соціологія / С. О. Матвеев, Л. І. Лясота. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2006. – 184 с.
8. Павлик С. Особливості корпоративної торговельної мережі як об’єкту обліку і контролю / С. Павлик // *Вісник Львів. ун-ту. Сер. екон.* – 2008. – Вип. 40. – С. 197–200.
9. Петрик О. М. Особливості розвитку торговельних мереж України / О. М. Петрик // *Освіта та Наука* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Economics/6_80354.doc.htm
10. Черномаз П. О. Маркетингова географія: теоретико-методологічна основа : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 – економічна та соціальна географія. – К., 2000. – 18 с.

REFERENCES

1. Zhukovska, V. M., & Raksha N. V. (2011). Priorityty rozvytku rozdribnykh torhovelnnykh merezh v Ukraini. *Ekonomika i rehion*, 4, 88–92 (in Ukrainian).
2. Kompaniia GT Partners Ukraine. TOP-50 naibilshykh riteiliv Ukrainy. *Doslidzhennia rynku rozdribnoi torhivli*, available at: <http://www.gtpartners.com.ua> (in Ukrainian).
3. Kompaniia GT Partners UKRAINE. *Doslidzhennia rynku rozdribnoi torhivli*, available at: <http://gtpartners.com.ua> (in Ukrainian).
4. Korsak, V. I. (2012). Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv na stanovlennia rehionalnykh rozdribnykh merezh. *Rehionalna ekonomika*, 3, 191–196 (in Ukrainian).
5. Malska, M. P., Antoniuk, N. V., Zanko, Yu. S., & Hanych N. M. (2012). *Krainoznavstvo: teoriia ta praktyka*. Kyiv: Tsentru uchbovoi literatury, 528 pp. (in Ukrainian).

6. Martsyn, B. C. (2006). *Ekonomika torhivli*. Kyiv: Znannia, 402 pp. (in Ukrainian).
7. Matvieiev, S. O., & Liasota, L. I. (2006). *Ekonomichna sotsiologhiia*. Sumy: VTD "Universytetska knyha", 184 pp. (in Ukrainian).
8. Pavlyk, S. (2008). Osoblyvosti korporatyvnoi torhovelnoi merezhi yak ob'iektu obliku i kontroliu. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii ekonomichna*, 40, 197–200 (in Ukrainian).
9. Petryk, O. M. Osoblyvosti rozvytku torhovelnykh merezh Ukrainy. *Osvita ta Nauka*, available at: http://www.rusnauka.com/6_NITSHB_2011/Economics/6_80354.doc.htm (in Ukrainian).
10. Chernomaz, P. O. (2000). *Marketynhova heohrafiia: teoretyko-metodolohichna osnova* (avtoreferat na zdobuttia naukovoogo stupenia kandydata heohrafichnykh nauk: 11.00.02). Kyiv, 18 pp. (in Ukrainian).

*Стаття: надійшла до редакції 15.10.2015
доопрацьована 08.11.2015
прийнята до друку 17.11.2015*

GROUPING CITIES OF THE WESTERN UKRAINE BY THE LEVEL OF RETAIL DEVELOPMENT

Viktorija Klapchuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
P. Doroshenko Str., 41, UA – 79000 Lviv, Ukraine*

The features of modern placement of the trade establishments are analysed in the Lviv region. The main factors that led to the formation of the trade establishment in a particular locality or region are determined. These factors include economic and geographic, demographic and resettlements, social and other factors (geographical, transportation, neighbourhood location etc.). The basic criteria for grouping of cities are defined by the level of retail development. The main criteria for grouping of cities by the level of retail development are: the number of modern trade establishments in Western Ukraine, classification of retailers by region covering, population quantity. Because of the influence of these criteria, there are six groups of location by the level of trade networks development. There are very high, high, above average, average, below average and low levels. We highlight six main groups and form next following key trends. The biggest attention is given to the regional centres as the most development retail cities. The highest concentration of trade institutions is in Lviv region as the most economically developed. After Lviv, the largest number of establishments retailers concentrated in Volhyn and Ivano-Frankivsk region. The number of establishments of retailers mainly depends on the population size of the locations. The largest concentration is observed in regional centres, and cities such as Drohobych, Kalush, Kovel, Stryi, Truskavets and Chervonohrad. The lowest concentration of retailers is in Ternopil and Chernivtsi regions, due to the predominance of small towns. We offer the ways of optimizing retailers.

Key words: trading network, region covering, international, national, regional, local retailers.