**ТЕМА 4**

**ФОРМИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СЕРВІСНІЙ ТА КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ.**

Мета: ознайомитися з просторовим виміром розвитку регіональних ІТ-кластерів; проаналізувати тенденції та перспективи розвитку туристичних кластерів; окреслити форми просторової організації креативних індустрій і просторових освітніх систем; розглянути корпоративні торговельні мережі та франчайзингової форми організації бізнесу в Україні.

**План:**

4.1 Національний та просторовий вимір розвитку регіональних ІТ-кластерів.

4.2 Тенденції та перспективи розвитку туристичних кластерів як ефективної форми просторової організації туристичного бізнесу.

4.3 Форми просторових освітніх систем у контексті формування креативної екосистеми регіону.

4.4 Корпоративні торговельні мережі та франчайзингової форми організації бізнесу в Україні.

* **Опорні поняття та терміни:** ІТ-кластер, цифрова технологічна платформа, туристичних кластер, креативний кластер, освітній кластер, корпоративні торговельні мережі, франчайзинг.

**📚** **Виклад матеріалу теми**

* **4.1 Національний та просторовий вимір розвитку регіональних ІТ-кластерів.**

Трансформація кластерної взаємодії в національній економіці розпочались від утворення галузевих кластерів на базі інтеграції підприємств однієї галузі чи сфери економічної діяльності (перший етап), технологічних кластерів – об’єднання підприємств спільного технологічного ланцюжка (другий етап) до інтелектуальних та інноваційних кластерів (третій етап). З огляду на зазначене, ІТ-кластери можуть об’єктивно та природно сформуватися на основі інтелектуальних та інноваційних кластерів або утворитися поряд із ними як результат їх розвитку.

Тобто, ІТ-кластер це свого роду стратегічна міжорганізаційна мережа секторального (чи міжсекторального) характеру, що об’єднує ресурси і провідні компетенції підприємств та організацій, що входять до його складу (зокрема, підприємства ІТ-сфери, державні та приватні інституції підтримки цих основних економічних агентів), а також формує специфічне культурне та соціальне середовище.

Більшість українських ІТ-підприємств, які продукують інформаційні продукти і послуги, докладають максимум зусиль для укріплення власного конкурентоспроможного науково-технічного та комерційного потенціалу на міжнародних ринках.

При цьому, ІТ-кластери як специфічні форми квазіінтеграції демонструють присутність елементів співрегулювання, тобто спільної участі в регулюванні (пошуку замовлень та інвестицій на внутрішньому та зовнішньому ринках) і держави, і організацій інфраструктурної підтримки, і науково-дослідних інститутів і т. д. В рамках функціонування кластера вдало вирішується питання узгодження та балансування інтересів різних стейкхолдерів ринку.

ІТ-кластери розглядають як екосистеми корпоративного, регіонального та міжнародного рівня одночасно, де відбувається процес зростання кількості мікрокорпорацій на локальному рівні за рахунок приєднання нових стартапів. Вони, в свою чергу, орієнтовані на пошук нових партнерів та нових ринків збуту у глобальній економіці. Для активізації кластерної взаємодії підприємств сектору інформаційно-комунікаційних технологій з науково-освітніми інституціями необхідним є реформування освітніх програм університетів, які випускають ІТ-спеціалістів. Розвиток відповідних елементів комунікаційної інфраструктури кластеру, зокрема, центрів трансферу технологій, науково-дослідних центрів, науково- технологічних парків, бізнес-інкубаторів, інноваційних навчально-наукових лабораторій, зможе забезпечити взаємодію бізнесу, освіти і науки для

проведення фундаментальних і прикладних досліджень у сфері ІКТ. Це в свою чергу сприятиме збільшенню кількості висококваліфікованих фахівців для потреб подальшого розвитку числа учасників ІТ-кластеру. Показовою є розширена модель «п’ятиелементної спіралі» взаємодії на прикладі Львівського ІТ-кластеру (рис. 4.1). При цьому, ІТ-кластери як одні з визначальних елементів національної інноваційної екосистеми створюють передумови для інтегрованості суб’єктів, які входять до їх складу в організаційно-технічній, експертно-консультаційній, фінансово-економічній та інформаційній площині в процесі створення та реалізації інформаційних продуктів та послуг.

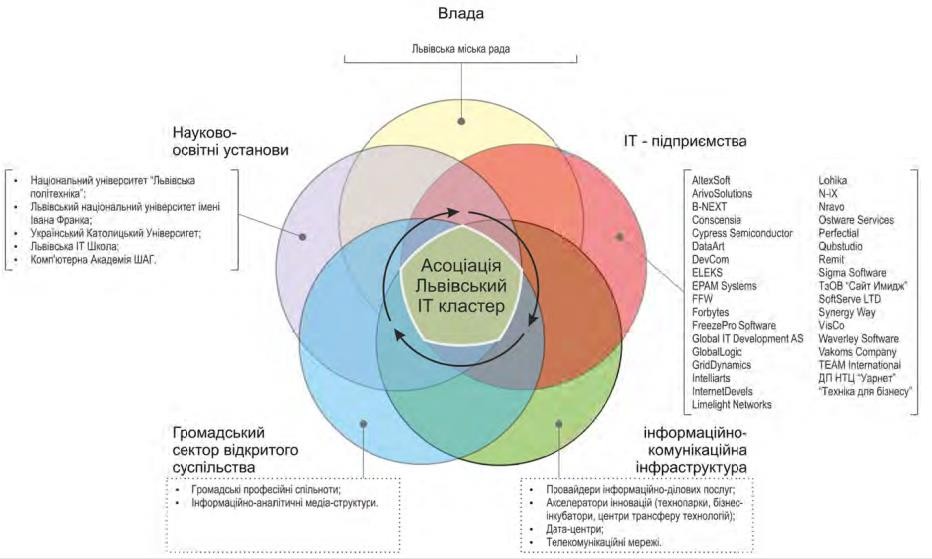


Рисунок 4.1 – Розширена модель “п’ятиелементної спіралі” взаємодії на прикладі Львівського ІТ-кластеру.

До основних видів діяльності підприємств сфери інформаційних технологій належать розробка тиражного програмного забезпечення; надання послуг у сфері інформаційних технологій, зокрема, розробка програмного забезпечення, проектування, впровадження та тестування інформаційних систем на замовлення, консультування з питань інформатизації; розробка апаратно-програмних комплексів з високою доданою вартістю програмної частини; віддалена обробка і надання інформації, в тому числі на сайтах в інформаційно-телекомунікаційній мережі "Інтернет", мережеве обслуговування.

В сфері інформаційних технологій України широко представлені сервісні компанії, що спеціалізуються на розробці, тестуванні і супроводі програмного забезпечення на замовлення, і працюють не тільки на внутрішньому ринку, але і на ринках Європи, США та інших країн, в тому числі на основі кластерної взаємодії. За даними Міжнародної асоціації IAOP,

13 як українських IT-компаній, так і міжнародних корпорацій з великими представництвами в Україні, увійшли в рейтинг 100 кращих аутсорсингових компаній світу (The Global Outsourcing 100). А саме, до топ-100 даного рейтингу увійшли: EPAM Systems, Ciklum, ELEKS, Luxoft, N-iX, Miratech, Intetics Inc, SoftServe, Softjourn Inc, Sigma Software, TEAM International Services Inc, Program-Ace та Softengi.

На даний час, українська IT-індустрія динамічно розвивається – це вже третя галузь за рівнем експорту. Сервісний сегмент забезпечує високий рівень гнучкості при вирішенні задач впровадження інформаційних систем і необхідний для комплексного розвитку галузі. У сегменті виробництва тиражного програмного забезпечення присутні вітчизняні компанії, які успішно працюють на глобальних ринках. З усіх галузевих сегментів компанії розробники програмного забезпечення створюють всередині країни максимальну додану вартість.

Найбільш цінним активом сучасного ІТ-сектора України є його висококваліфіковані спеціалісти, а рівень їх концентрації – провідним чинником для локалізації та подальшого розвитку ІТ-бізнесу в певному місті чи регіоні (рис. 4.2). На даний час в м. Києві, головному центрі ІТ-індустрії України, сконцентровано близько 44% ІТ-фахівців, в інших важливих ІТ- центрах України зайнято відповідно: Харкові – 15,5%; Львові – 11,5%; Дніпрі – 7,6%; Одесі – 5,4%; інших містах - близько 16% ІТ-фахівців. Проте, дефіцит висококваліфікованих ІТ-спеціалістів, здатних ефективно вирішувати бізнес-завдання з використанням інформаційних технологій, продовжує залишатися основним стримуючим чинником на шляху динамічного розвитку ІТ-сектора, а стрімке зростання попиту на них сприяє значному зростанню рівня заробітної плати в індустрії, що призводить до зниження загальної прибутковості ІТ-бізнесу.



Рисунок 4.2 – Локалізація аутсорсингових ІТ-компаній в Україні в 2017 р.

Для збереження високого рівня конкурентоздатності на глобальному ІТ- ринку, українським компаніям дуже важливо залучати все більшу кількість талановитих ІТ-фахівців із високим рівнем підготовки.

Зважаючи на те, що український ІТ-сектор, є здебільшого індустрією аутсорсингової розробки, цілком логічно, що саме провідні аутсорсингові ІТ- компанії стали ядром ІТ-кластерів у великих містах України. На даний час в Україні створено 16 ІТ-кластерів (в т.ч. 7 активно функціонуючих), які розміщені в Києві, Львові, Харкові, Одесі, Дніпрі, Луцьку, Івано- Франківську, Конотопі, Тернополі, Чернігові,Черкасах та Чернівцях (рис. 4.3).

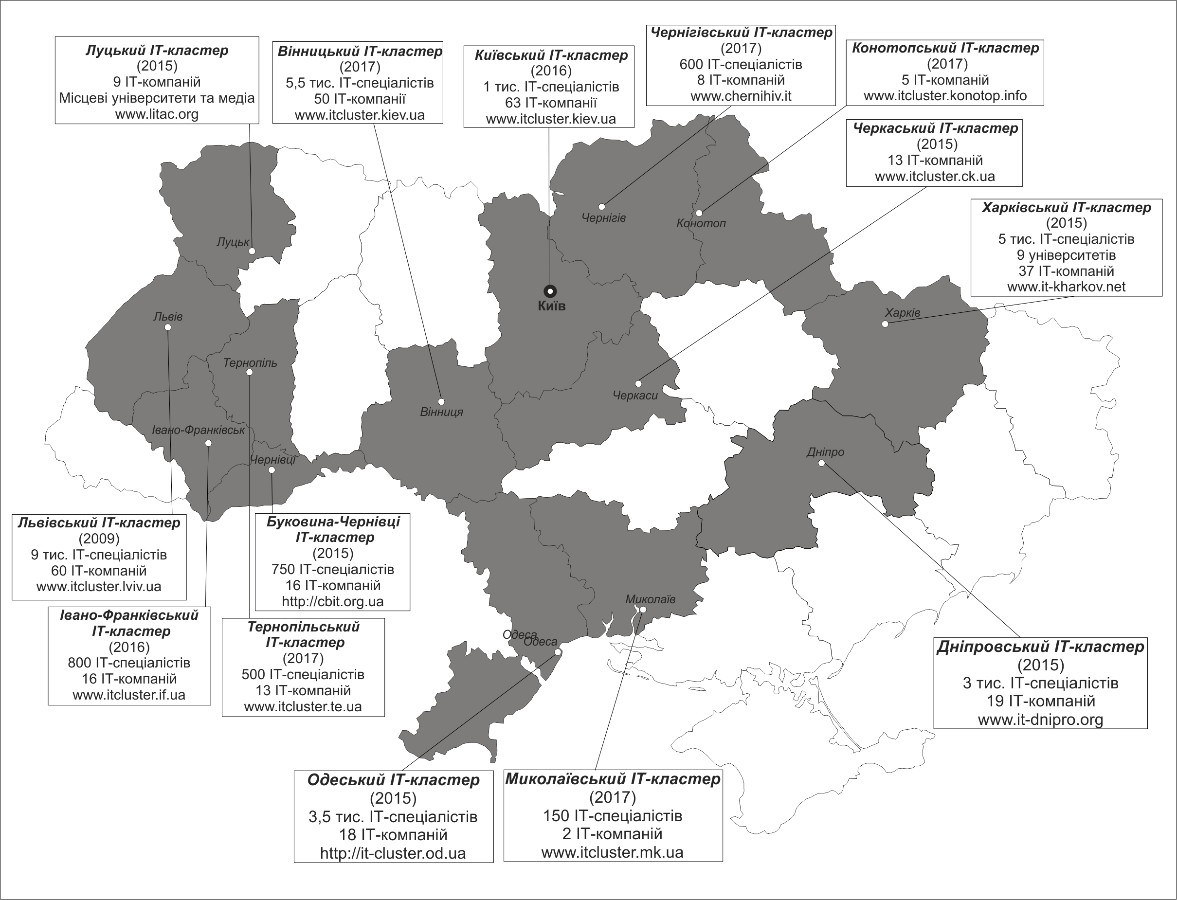


Рисунок 4.3 – Локалізація ІТ-кластерів в Україні

* **4.2 Тенденції та перспективи розвитку туристичних кластерів як ефективної форми просторової організації туристичного бізнесу.**

Туризм розглядається як потужний сектор реалізації підприємницького потенціалу населення особливо у контексті формування креативної економіки, адже залучення туристів до відвідин культурних об’єктів історичної спадщини, концертних, медійних, спортивних заходів є перспективним напрямом розвитку цієї сфери, сприяє покращенню іміджу туристичних територій та диверсифікації туристичних потоків. Більшість областей та міст України мають необхідні природні та культурні передумови для розвитку внутрішнього та в’їзного іноземного туризму. Однак реалізація туристичних ресурсів в сучасних умовах повинна відповідати пріоритетам сталого розвитку, що передбачає зміну їх експлуатації, трансформацію й розробку нових туристичних товарів та послуг. Адже відомо, що туристично атракційні території мають досить обмежений життєвий цикл без належних заходів раціонального використання туристичних ресурсів та підвищення якості надання туристичних послуг.

Об’єднання підприємств у туристичний кластер дасть змогу повною мірою використовувати потенціал та можливості розвитку регіону як просторової системи, враховуючи специфіку туристичної індустрії. Основною ознакою формування об’єднання на основі туристичного підприємства є територіальна обмеженість, адже основним, визначальним фактором виробництва у туризмі є природні та історико-культурні ресурси, які зосереджені в межах конкретної місцевості

Водночас, кластер в туризмі – це взаємопов’язана мережа підприємств, що сконцентровані на території туристичного регіону (міста, району), всі учасники якого беруть участь у формуванні єдиного ланцюжка створення вартості туристичного продукту та підпорядковані єдиному механізму управління економічною діяльністю й пов’язані з наданням туристичних послуг.

Діяльність регіонального туристичного кластера формує конкурентні переваги на трьох рівнях:

1. нанорівні – внутрішньокластерному, діяльнісно-видовому (між учасниками кластера);
2. мікрорівні – між різними формами просторової організації бізнесу (між кластером і вільними економічними зонами, курортополісом, асоціаціями та фаховими спілками тощо);
3. мезорівні – регіональному (між регіонами, у яких економіка кластеризована та некластеризована).

Важливою умовою для формування туристичного кластеру є ідентифікація ключових учасників туристичного ринку внутрішнього та зовнішнього туризму, тобто таких показників як кількість туристів, екскурсантів, кількість туристичних агентств та туристичних операторів, кількість підприємств, які надають супутні послуги (перевезення, розміщення, харчування, розваги, оздоровлення, страхування, дозвілля тощо), доходи від туристичної діяльності, здійсненої на певній території; кількість освітніх навчальних закладів, що займаються підготовкою кадрів для туристичної сфери (різного рівня акредитації); кількість громадських та некомерційних організацій, що сприяють розвитку та популяризації місцевого туризму; регулятори туристичного бізнесу, органи регіональної та місцевої влади. Оцінка потенціалу кластеризації полягає у вивченні можливості формування між усіма учасниками регіонального туристичного ринку зв’язків кооперування та співробітництва за взаємовигідних конкурентних засадах.

Аналіз формування туристичних кластерів у регіонах України дав змогу виявити різноманітні туристичні кластери, які діють з 1997 р. по сьогодні (табл. 4.1).

Таблиця 4.1Формування туристичних кластерів в Україні

|  |  |
| --- | --- |
| **Регіон** | **Назва кластеру** |
| Хмельницька обл. | кластер еко-агротуризму (смт Гриців, Шепетівського району Хмельницької області), «Кам’янець»,  «ЕКОТУР», «Дивосвіт» |
| Івано-Франківська обл. | туристичний; рекреаційно-туристичний |
| м. Севастополь | мегакластер «Севастополь»;  кластер «Херсонес»; кластер «Байдари-тур»; |
| Чернігівська обл. | Кластер водного туризму, «Чернігово – Сіверський»,  «Качанівка – Ніжинський» |
| АР Крим | «Південне туристичне кільце» |
| Херсонська обл. | кластер «Південні Ворота України». |
| Одеська обл. | зелений сільський туризм. |
| м. Львів | Кластер туризму |
| Львівська обл. | Туристично-рекреаційний кластер «Магура»,  курортополіс «Трускавець» |
| Київська обл. | «Славутич» |
| Миколаївська обл. | «Вознесенськ» |
| Полтавська обл. | «Гоголівські місця Полтавщини» |
| Тернопільська обл. | кластер сільського туризму «Мальовнича  Бережанщина» |

Відомо, що принципи сталості (збалансованості та гармонійності) лежать в основі туристичної діяльності, однак не всюди однаково їх дотримуються, надаючи перевагу швидкому фінансовому збагаченню, що може призвести у майбутньому до деградації туристичних територій. Зазначимо, що ООН проголосила 2017 р. міжнародним роком сталого розвитку туризму*.* За сприяння ВТО 2017 р. рік був спрямований на підвищення обізнаності урядів, компаній і туристів про роль, яку вони відіграють у перетворенні туризму на каталізатор позитивних змін у туристичних дестинаціях. Вітчизняний Уряд підтримав таку ініціативу і проголосив 2017 р. роком сталого туризму *в* Україні. Передбачалося, що протягом 2017 р. буде доповнена існуюча програма діяльності у цій сфері, розроблені механізми стимулювання українського туристичного бізнесу*.* Адже забезпечення сталості розвитку визнається перспективним показником добробуту, оскільки охоплює різноманітні соціальні процеси, зміни в довкіллі тощо.

Завдяки багатоплановому характеру туризм є потужним тригером у впровадженні й просуванні сталого розвитку міських й сільських територій. Причому для впровадження в життя стратегічних завдань сталого розвитку туризму суттєвої модернізації потребують механізми забезпечення соціоекологоекономічної безпеки як держави, так і регіонів. Такі механізми повинні базуватися на імперативах сталого розвитку та принципах функціонування «зеленої економіки». Туризм належить до провідної економічної сфери, яка тісно інтегрує безліч видів економічної діяльності (від транспорту – до ІТ-сектору та освіти), а відтак сприяє економічному зростанню місцевих громад, продуктивній зайнятості населення та формує стійку громадянську позицію щодо ощадливого використання туристично- рекреаційних ресурсів.

***Новими трендами розвитку сталого туризму та диверсифікації діяльності*** є формування екотуристичних кластерів, які інтегрують рекреаційну діяльність спрямовану на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, природним середовищем і місцевими громадами, що реалізується через екологізацію всіх видів туристичної діяльності. Основою такої інтеграції вбачається розробка спеціальної державної та регіональних програм із розвитку екологічного туризму та застосування підходу кластерного розвитку регіону в екотуристичній сфері. Все частіше, сконцентрована на певній території група взаємопов‘язаних підприємств і структур туріндустрії та інших пов‘язаних з нею галузей (транспорту, зв‘язку, охорони здоров‘я та інші), які взаємодіють і взаємодоповнюють один одного об‘єднуються у туристичний кластер для створення комплексного туристичного продукту території. Водночас, на думку науковців, екологічні туристичні кластери – кластерні об‘єднання, що забезпечують організацію туристичної діяльності відповідно до міжнародних та європейських документів сталого розвитку туризму, принципів збалансованого природокористування, репрезентують нові підходи у зацікавленості підприємств туристичної галузі у підвищення якості навколишнього середовища, що в подальшому дає змогу використовувати його як конкурентну перевагу, створюючи імідж екотуристичного регіону на ринку туристичних послуг.

* **4.3 Форми просторових освітніх систем у контексті формування креативної екосистеми регіону.**

Надання якісних освітніх послуг та формування просторових освітніх форм співпраці в умовах глобалізованої економіки розглядається як один з перспективних видів підприємницької діяльності. Запорукою успішного розвитку освіти у сучасних умовах є якість та мобільність освітніх послуг, зокрема, можливість вільного обміну інформацією, отримання освіти дистанційно (он-лайн освіта, дистанційна освіта) тощо. Це дозволяє залучати широку аудиторію споживачів, відтак з’являються можливості для створення нових просторових систем та форм підприємницької діяльності у сфері освіти.

Дослідження просторових освітніх систем дозволило розділити їх на дві великі групи:

* *віртуальні* (он-лайн платформи, он-лайн курси тощо);
* *територіально локалізовані* (науково-освітні (навчально-наукові комплекси, освітні кластери, освітні корпорації, транснаціональні освітні корпорації), бізнес-інкубатори (навчальні центри із спільним використанням сучасних технологій) тощо.

У регіональній економічній системі виділяють кілька просторових освітніх систем, які дедалі частіше функціонують як самостійні економічні одиниці та здійснюють позитивний вплив на активізацію інноваційної діяльності в регіоні.

*Освітні кластери –* є ефективною формою співпраці у сфері освіти, що розвивається в умовах регіоналізації суспільного життя. Застосування кластерних структур сприяє: становленню розвиненого господарства та конкурентоспроможної економіки; поєднанню кооперації та конкуренції між його учасниками, що дозволяє їм отримувати синергетичний ефект, підвищувати конкурентоспроможність об’єднання в порівнянні з окремими підприємствами; взаємодії між трьома групами учасників кластеру – органами державної влади та місцевого самоврядування, підприємствами та науково-освітніми установами. Освітні кластерні ініціативи в регіонах України показано в табл. 4.2.

Суть концепції освітнього кластеру полягає в об’єднанні на чолі з провідним ЗВО (заклад вищої освіти) закладів початкової, середньої і професійно-технічної освіти, профільних шкіл, базових підприємств, основних замовників і споживачів підготовлених спеціалістів. Така взаємодія дозволяє підвищити інноваційність економіки та стимулювати розвиток нових видів бізнесу.

Розвиток освітніх кластерів сприяє зростанню соціально-економічного потенціалу території шляхом: розвитку виробничого співробітництва на основі спеціалізації і кооперування; підвищення ефективності інноваційного розвитку регіонів; залучення прямих іноземних інвестицій; підвищення якісного показника підготовки кадрів; удосконалення інформаційно- комунікаційного та технологічного забезпечення науково-освітніх установ тощо. Створення кластерних мереж дозволить підвищити рівень конкурентоспроможності регіону, забезпечити робочими місцями населення регіону, в тому числі висококваліфікованих кадрів, збільшити податкові надходження до бюджету.

Таблиця 4.2 Освітні кластерні ініціативи в регіонах України

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Назва** | **Сфера**  **діяльності** | **Мета** | **Засновники, учасники** | **Територія функціонував- ння принципи**  **взаємодії** | **Дата і місце ство-**  **рення** |
| Інноваційно- освітній кластер "Агротехніка" | освіта, промисловість, наукова та інноваційна діяльність, інформаційна інфраструктура, новітні технології землеобробки і сучасного сільгоспмашино- будування | об'єднання провідних державних аграрних вузів, приватних промислових і агропромислових підприємств, науково- дослідних установ, інженерних центрів і органів державної влади та місцевого самоврядування для здійснення ефективної наукової, освітньої, інноваційної та виробничої діяльності в аграрному й  агропромисловому секторах економіки | Харківська обласна державна адміністрація; Індустріальна група УПЕК, сільськосподарські ВУЗ (Харківський, Миколаївський, Сумський) | приватно- державне партнерство, міжрегіональна | Харків, 24.06.  2015 р. |
| Education Cluster, освітній кластер Одеської  області | освіта | модернізація системи освіти | Об’єднання громадських організацій, фондів, департаментів та  ініціативних груп | регіональна | Одеса |
| Харківський освітній кластер Green jobs of Ukraine | Освітні зелені курси, семінари, тренінги.  Практичні професійні курси. | партнерські взаємини з зеленими роботодавцями в навчанні та підборі  «зелених кадрів» всіх рівнів | Асоціація суб’єктів зеленого бізнесу регіону, Асоціація Зелене Соціальный Энергетичний  Кластер АЗБ | регіональна | Харків |
| Науково- освітній кластер УМО  «ДВНЗ  Університет менеджменту та освіти» НАПН  України | Підвищення конкурентоспро- можності національної системи післядипломної педагогічної освіти | підвищення конкурентоспроможно сті національної системи післядипломної педагогічної освіти | колективи науково- педагогічних і педагогічних працівників навчальних закладів | віртуальна лабораторія, науково- дослідна робота; міжрегіональна | 15. 01.  2015 р.,  Київ |
| Освітній кластер | Стимулювати у молоді бажання здобувати якісну освіту | Утворення кластерів місцевих вузів із провідними вузами країни | Черкаський державний бізнес коледж; Київський національний університет технологій та дизайну; Вузи Латвії, Польщі та  Ірландії. | міжрегіональна, міждержавна | Черка- си, 2015 р. |
| Львівський кластер розвитку освіти  та креативно сті | інтернетизація шкіл, акцент на вивчення англійської мови, критичне мислення, підприємництво та бізнес-освіта, інклюзивне середовище | Неформальна освітня організація, платформа для виховання креативності, збереження креативних людей у Львові через реалізацію певних проектів | Український католицький університет, Львівська міська рада, КУ «Інститут міста», Науково- технічна лабораторія  MakerSpaisLviv, громадський сектор, навчальні заклади | Регіональна. Робоча група яка працює автономно, але звітує перед кластером та Радою конкурентоспро можності | Львів, 2017 р. |

Львівський кластер розвитку освіти та креативності − неформальна освітня організація, яка розпочала свою роботу у 2017 р., об’єднавши діяльність громадського сектору, управлінських структур, закладів освіти різного рівня тощо. Кластер зосереджує свою діяльність на 5 основних напрямах: інтернетизація шкіл, вивчення англійської мови (залучено 7 шкіл м. Львова), критичне мислення, розвиток підприємництва, інклюзивне середовище. Окрім того, Кластер стає активним учасником та співорганізатором низки проектів (форум «Креативний прорив» у Львові, проект в рамках напрямку "Інклюзивне середовище", які стосуються вивчення англійської мови тощо).

* **4.4. Корпоративні торговельні мережі та франчайзингової форми організації бізнесу в Україні.**

Важливе місце у соціально-економічному розвитку України посідають торговельні корпоративні мережі, які в останнє десятиліття є досить динамічними у своєму розвитку. Якщо 15 років тому основне місце у роздрібній торгівлі України посідали універсами та гастрономи (90%), то сьогодні відбулося зростання ролі мережевих підприємницьких структур, таких як торговельні мережі, фінансово-промислові групи, холдинги, консорціуми тощо.

Торговельні мережі сприяють збалансуванню виробництва і споживання, формуванню валової доданої вартості, зростанню зайнятості населення, підвищенню освітньо-кваліфікаційного рівня працівників тощо.

Мережева форма організації сфери торгівлі стала ефективним способом формування конкурентних переваг сучасних підприємств, характерними рисами якої є стратегічна мета, єдиний центр та принципи управління, спільна ресурсна база та автоматизація, використання передових технологій та інновацій.

Під корпоративними торговими мережами розуміють сукупність об’єктів торгівлі, що мають централізоване управління або довгострокові, цілеспрямовані угоди між взаємопов’язаними комерційними організаціями, мають єдину корпоративну стратегію, притримуються спільної маркетингової політики діяльності, зовнішнього та внутрішнього оформлення, поєднані спільними функціональними характеристиками, працюють в одному чи декількох споріднених форматах торгівлі, що дає можливість одночасного задоволення потреб споживачів різних сегментів ринку

У класифікації за територіальною ознакою виділяють мережі: місцеві – зона діяльності окреме місто або регіон; міжрегіональні – поширюють свою діяльність на кілька суміжних регіонів; національні – представлені в усіх регіонах України (серед яких АТБ, «Сільпо», «Фуршет»); міжнародні, що об’єднують торговельні підприємства в декількох країнах світу; глобальні − мають розгалужену мережу в багатьох країнах світу. В Україні швидко зростає присутність всесвітньовідомих корпоративних мереж

«Метро», «Ашан» тощо.

В Україні великі корпоративні мережі активно почали розвиватися з 2000 рр. Сьогодні до найбільших за часткою у роздрібному товарообороті належать мережі Корпорації АТБ (5 % від роздрібного товарообороту України у 2016 р.), ТОВ FOZZY GROUP (4,7%), ТОВ «Метро кеш енд Керрі Україна» (1,01%), Холдинг Ашан (0,99%). На ці чотири торговельні мережі в 2016 р. припадало 11,7% роздрібного товарообороту торгових підприємств України.

Корпорація FOZZY GROUP впродовж десяти років продовжує залишатися лідером за кількістю торгових площ на ринку (у 2016 р. її частка за вказаним показником становила 6,97%), на Корпорацію АТБ припадало 4,8%, ТОВ «Метро кеш енд Керрі Україна» − 2,38%, ПАО «Рітейл груп» − 1,48%. На ці чотири торговельні мережі в 2016 р. припадало 15,63% усієї торгової площі в Україні.

Корпорація АТБ показує найвище зростання торгових об’єктів мережі, кількість яких за останні десять років збільшилась на 666 одиниць, а темп зростання становив 494%. Друге місце за кількістю об’єктів мережі посідає ТОВ FOZZY GROUP, кількість яких за останнє десятиріччя збільшилась на 351 одиницю (темп зростання склав 296%).

*Вплив корпоративних торгових мереж на соціально-економічний розвиток регіонів полягає у стимулюванні:*

*Економічної складової,* що включає: розвиток підприємництва (зокрема шляхом поширення франчайзингу); підвищення інвестиційної привабливості регіонів; розбудову та удосконалення інфраструктурного забезпечення; підвищення рівня зайнятості населення; «дифузію» інновацій у регіоні; збільшення суми надходжень до регіональних бюджетів; активне просування товарів регіональних виробників, що стимулює їх розвиток та підвищує конкурентоздатність.

*Соціальної складової,* що включає: розвиток трудових ресурсів та підвищення рівня підготовки кадрів у регіонах (впровадження новітніх технологій у бізнес процеси, організація навчального процесу та підвищення рівня професійної кваліфікації для персоналу); підвищення якості обслуговування споживачів; реалізація соціальних проектів (популяризація здорового способу життя, підтримка соціально-вразливих верств населення, розвиток обдарованої молоді тощо).

1. *Креативної складової.* Стратегія розвитку торгових мереж еволюціонує від кількісного підходу (розширення мережі) до якісного (пошук нових напрямів залучення покупців шляхом використання емоційної складової). Наприклад, FOZZY GROUP зменшила темпи нарощування мережі, однак активно використовує креативний підхід при розширенні та оформленні нових торгових площ, що дозволяє привернули увагу потенційних покупців. У 2018 р. FOZZY GROUP відкрила супермаркет у стилі німецького села в Одесі, оформлений з використанням японських коміксів «манга» в Мукачеві, 2017 р. − у стилі оптичних ілюзій у Києві, «Чарівного замку» у Луцьку тощо.
2. *Містобудування та просторового планування розвитку міст та приміських зон*. Розвиток корпоративних торгових мереж, просування їх по території, пошук якісних торгових площ стимулює будівництво професійних торгових центрів. Відтак, девелопери почали розробляти проекти будівництва професійних ТРЦ (торгово-розважальні центри), зокрема і в містах Західної України.