

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
за освітньою програмою професійного спрямування «Економіка, планування  
та управління бізнесом»  
на тему: **«ОБҐРУНТУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ  
РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ (НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ)»**

**Виконавець:**

студент 6 курсу 7 групи ФЕУП  
Лисьонок Віктор Сергійович \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор  
Сментина Наталія Валентинівна \_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність.** Традиційно рушійною силою розвитку економіки вважається виробництво. Однак, не зважаючи на це, не слід знехтувати важливою роллю торгівлі. Саме завдяки ній вдається дотримувати баланс між виробництвом та споживанням.

Торгівля відіграє значну роль у створенні валової вартості та забезпечує економічно активне населення робочими місцями, тому вона є невід'ємною складовою економіки як регіону, так і країни в цілому.

Історія роздрібної торгівлі свої витоки бере у далекому минулому. Майже з часу самого існування людства, усі люди обмінювались, ділилися між собою, споживали та продавали певні ресурси. Країни та економіка розвивалися, підвищувався попит на товари, тому ринки збільшувалися, асортимент розширювався. Згодом, з'являлися вузько направлені ринки, на яких торгували певними товарами, наприклад, лише зерновими або лише скотом. Як правило, торгівлею займалися виробники, проте іноді вони спеціально для цього наймали людей – реалізатори та продавці у наш час.

Поступово все змінювалось: почали з'являтися магазини та крамниці. Саме це і стало кінцевим розподілом між виробництвом та торгівлею. Зазвичай, у магазинах реалізували лише товари спеціального призначення. Проте, згодом вони становилися більш універсальними, де продавалось все те, що власник магазину придбав заздалегідь.

З розвитком суспільства, у XX столітті, з'являються перші великі торгові центри у такому вигляді, як ми зараз знаємо їх. Це відбувалося у Сполучених Штатах у 1956 році. Саме тоді люди могли потрапити до однієї будівлі та придбати усе, що їм необхідно. Хоча, нічого з часів Давньої Греції та Риму не змінилося. Такі торгові центри стали лише новим образом тих самих ринків, куди раніше приходили люди, для того, щоб придбати необхідні товари.

Проте такі торгові центри були необхідні суспільству, адже вони поєднували у собі можливість не лише робити покупки, а об'єднували суспільство, де вони могли спілкуватися між собою. Згодом відбувся найпотужніший стрибок торгівлі – поява великого єдиного магазину. Ефективність такого типу магазинів була неймовірно високою, адже споживачі шукали для себе певну зручність та не хотіли зустрічатись із додатковими, частіше із зайвими, послугами. На відміну від ранніх аналогів таких універсальних магазинів, ці були більш зосереджені на самообслуговуванні та у вільному виборі покупця. У таких магазинах покупці мали можливість купити все необхідне за цінами значно нижчими від тих, що були на ринку.

Навіть у наш час такі великі магазини залишаються затребувані. Проте є велика кількість певних нюансів:

- новітні технології та електронна комерція.
- соціальні мережі.

Протягом останнього часу відбувається значний розвиток роздрібної торгівлі, а саме - розповсюдження інтернет-торгівлі. Велика кількість

покупців віддають перевагу інтернет-магазинам, адже вони зазнають багато переваг. По-перше, потенційний покупець може ознайомитися з товаром, який його цікавить та дізнатися відгуки реальних покупців. По-друге, подивитися аналоги цього товару та де його можна придбати дешевше. Торгівля через соціальні мережі - це один із видів інтернет-торгівля, який набув популярності завдяки тому, що там можна придбати більш варіативні, крафтові та авторські товари, які можуть зацікавити потенційного покупця.

У наш час роль торгівлі стала більш розвиненою: з'явилася велика кількість різноманітних інтернет-платформ для продажу товарів, велика кількість доступної інформації, яка може бути корисною при здійсненні вибору. З'явилася велика кількість нових типів товару та нових магазинів, які пропонують споживачу нові послуги та ін.

У часи пандемії COVID-19, роздрібна торгівля набула більшого розвитку, та перейшла на новий етап свого розвитку – посилилася онлайн торгівлі тощо.

Отже, роль роздрібною торгівлі скрізь роки залишається важливою, адже вона є невід'ємною складовою економіки країни. Тому дослідження цієї теми та перспектив її розвитку актуальне.

**Мета кваліфікаційної роботи** - теоретичні, методичні та прикладні аспекти визначення перспектив розвитку галузі роздрібною торгівлі.

Реалізація поставленої мети визначила необхідність вирішення наступних завдань:

- надати характеристику плануванню як методу державного управління та необхідності в його застосуванні в роздрібній торгівлі;
- провести аналіз нормативно-правового забезпечення галузі роздрібною торгівлі;
- розглянути методологію планування розвитку галузі роздрібною торгівлі;
- охарактеризувати Одеську область та зазначити місце галузі роздрібною торгівлі в економічному розвитку регіону;
- провести аналіз рівня розвитку роздрібною торгівлі в Одеському регіоні;
- оцінити конкурентні переваги роздрібною торгівлі в Одеському регіоні;
- визначити пріоритетні напрями розвитку роздрібною торгівлі в регіоні, можливі заходи активізації економічного розвитку роздрібною торгівлі;
- зазначити заходи щодо активізації економічного розвитку роздрібною торгівлі;
- спрогнозувати показники розвитку галузі роздрібною торгівлі в Одеському регіоні.

**Об'єкт дослідження** – процес визначення перспектив розвитку галузі роздрібною торгівлі Одеського регіону.

**Предмет дослідження** – сукупність теоретичних та прикладних аспектів обґрунтування перспектив розвитку галузі роздрібною торгівлі.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань в роботі використовувалися різні методи. Загальнонаукові методи: аналогія, системний аналіз, формалізація. Методи логічної абстракції: аналіз і синтез, індукція та дедукція. Економіко-математичні методи: факторний, системно-структурного аналізу. Методи економіко-статистичного аналізу: табличний, графічний, групування, класифікації. Маркетингові методи: SWOT-аналіз, матричний, спостереження; експертної діагностики: порівняння, оцінювання, та інші.

Обробка даних здійснювалася з використанням пакету EXCEL для Windows.

**Інформаційною базою дослідження** є Закони України, законодавчо-нормативні матеріали Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, офіційні дані органів державної статистики України, галузеві інструкції та нормативні документи, фактичні результати діяльності підприємств у сфері роздрібної торгівлі, результати маркетингових досліджень ринку, публікації науковців стосовно цієї сфери.

**Структура та обсяг роботи:** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (61 найменування). Загальний обсяг роботи становить 77 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 13 рисунків.

**Публікації та апробація результатів дослідження.** Результати дослідження апробовані на I студентській польсько-українській науково-практичній інтернет-конференції «Адміністрування та менеджмент в функціонуванні сучасної економіки та суспільства» (26-27 листопада 2021 р.); за результатами участі у конференції опубліковано статтю на тему: за результатами опубліковано статтю на тему: «Вибір стратегії розвитку підприємства роздрібної торгівлі в умовах глобальних викликів».

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти планування розвитку галузі роздрібної торгівлі**» розглядається планування як метод державного управління та необхідність його застосування у сучасних умовах, розглянуто нормативно-правове забезпечення та особливості організації планування розвитку галузі роздрібної торгівлі, описано методологію планування розвитку галузі роздрібної торгівлі.

У другому розділі «**Аналітична оцінка рівня розвитку галузі роздрібної торгівлі в одеському регіоні**» наведено загальну характеристику Одеської області та визначено місце галузі роздрібної торгівлі в економічному розвитку регіону, проаналізовано рівень розвитку роздрібної торгівлі в регіоні, визначено конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку галузі роздрібної торгівлі в Одеській області.

У третьому розділі «**Планування перспектив розвитку галузі роздрібної торгівлі в одеському регіоні**» визначено пріоритетні напрями розвитку роздрібної торгівлі в регіоні, запропоновані можливі заходи

активізації економічного розвитку роздрібної торгівлі, складено прогноз показників розвитку галузі роздрібної торгівлі в Одеському регіоні.

## ВИСНОВКИ

Результати проведених у роботі досліджень дозволяють зробити такі висновки.

1. Сутність роздрібної торгівлі розкривається як комплекс видів діяльності з реалізації товарів та послуг кінцевим споживачам для їх особистого використання або застосування в домашньому господарстві.

2. Державне регулювання роздрібної торгівлі відбувається на основі Закону України «Про внутрішню торгівлю», метою якого є визначення правових та організаційних засад здійснення господарської діяльності у сфері внутрішньої торгівлі в Україні та регулювання відносини при проведенні торговельної та виробничо-торгівельної діяльності.

Окрім закону, регулювання здійснюється також на основі Постанови Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів», що визначають загальні умови провадження торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі, роздрібної торгівлі, закладами ресторанного господарства, основні вимоги до торговельної мережі, мережі закладів ресторанного господарства і торговельного обслуговування споживачів (покупців), які придбавають товари у підприємств, установ та організацій незалежно від організаційно-правової форми власності, фізичних осіб-підприємців та іноземних юридичних осіб, що провадять підприємницьку діяльність на території України.

3. Процес розробки планів територіальної організації торгівлі важко формалізований. Дослідження планування розвитку та розміщення об'єктів торгівлі як в регіоні, так і в населеному пункті має складатися з таких етапів: аналіз та оцінка споживчого ринку; аналіз стану торговельної мережі; визначення необхідної потреби в об'єктах торгівлі; вибір форматів об'єктів торгівлі та їх розміщення; визначення ефективності організації нових об'єктів торгівлі; моделювання розвитку мережі об'єктів торгівлі; формування заходів, направлених на забезпечення розвитку торговельної мережі.

Отже, процес планування розвитку та розміщення об'єктів торгівлі вимагає проведення детального аналізу середовища функціонування торгівлі, що передбачає дослідження споживчого ринку та з'ясування тенденцій розвитку цього ринку на основі всебічної оцінки впливу факторів територіальної організації торгівлі.

4. Аналіз загальної характеристики Одеської області, а також дослідження місця галузі роздрібної торгівлі в економічному розвитку регіону, показало, що Одеський регіон – найбільший регіон України, який можна вважати багатофункціональним, а також він має вигідне географічне положення, широко розвинений у різних сферах економічного розвитку. Окрім цього, регіон має перспективи розвитку майже усіх галузей, та окремо галузі роздрібної торгівлі. Саме у цю галузь, згідно статистичним даним,

залучено більшу кількість суб'єктів малого та середнього підприємства. Отже, галузь роздрібної торгівлі займає одне з провідних місць серед усіх галузей, які функціонують в нашому регіоні.

5. Проведена характеристика основних показників галузі роздрібної торгівлі Одеської області свідчить, що в регіоні досить великі перспективи розвитку даної галузі.

Один із головних показників рівня розвитку роздрібної торгівлі є оборот роздрібної торгівлі. Динаміка зміни показника обороту роздрібної торгівлі Одеської області з кожним роком досліджує, і це є позитивним фактом. У 2017 році оборот роздрібної торгівлі Одеської області склав 62961,7 млн грн, у 2018 році - 69196,7 млн грн, у 2019 році - 81447,5 млн грн, та у 2020 році оборот роздрібної торгівлі вже склав 88061,4 млн грн. За весь період оборот роздрібної торгівлі Одеської області зріс на 39,87%.

Показник роздрібний товарообіг як по Одеській області, так і по країні, протягом досліджуваного періоду має позитивну тенденцію зростання, і це дає нам змогу наголосити на те, що галузь роздрібної торгівлі має великі перспективи розвитку. У 2017 році роздрібний товарооборот склав 47879,7 млн грн, у 2018 році - 52993,0 млн грн, що на 6,8% більше за попередній період. У 2019 році роздрібний товарообіг склав 63673,5 млн грн, у 2020 році - 67978,1 млн грн (це 7,8% від роздрібногo товарообороту України).

Було проаналізовано та визначено місце Одеської області за основними показниками роздрібної торгівлі на 2020 рік. Найбільший обсяг обороту роздрібної торгівлі спостерігався за наступними областями: Дніпропетровською - 114221,3 млн. грн, Київською - 99186,1 млн грн, Одеською - 88061,4 млн грн, Харківською - 87393,7 млн грн та Львівською - 70602,2 млн грн. Одеська область займає 3 місце.

За показником роздрібногo товарообігу області займають такі місця:

1 - Дніпропетровська область, з оборотом 87982,1 млн грн; 2 - Київська область - 78394,0 млн грн; 3 - Одеська область - 67978,1 млн грн; 4 - Харківська область - 62692,8 млн грн; 5 - Львівська область - 53341,7 млн грн.

За обома показниками Одеська область займає 3 місце в Україні. Згідно цих даних можна зробити висновок, що Одеський регіон має доволі конкурентні умови для галузі роздрібної торгівлі та в нього є гарні перспективи для подальшого розвитку галузі роздрібної торгівлі.

6. Було представлено SWOT-аналіз. Відповідно до SWOT-аналізу галузі роздрібної торгівлі в Одеському регіоні, можна впевнено стверджувати, що галузь роздрібної торгівлі має високий потенціал розвитку, який обумовлений високою щільністю купівельно-спроможного населення, вигідне географічне та транспортне розташування. На території області зосереджена велика кількість підприємств, що виробляють продукцію, яку можна реалізувати.

Проте присутні деякі недоліки. Для того, щоб галузь роздрібної торгівлі в Одеському регіоні могла вільно розвиватися - необхідно мінімізувати вплив негативних факторів, на скільки це можливо. Але не усі фактори можна мінімізувати, гарний приклад того, коли вся галузь та економіка України, в цілому не були готові - Пандемія COVID-19.

А також, зазначили перспективи розвитку галузі роздрібної торгівлі згідно Програми розвитку конкурентоспроможності малого та середнього підприємництва та Програми розвитку конкурентоспроможності малого та середнього підприємництва в Одеській області на 2021-2023 роки.

7. Задля розвитку галузі роздрібної торгівлі необхідно виділити напрями, які будуть найдієвішими. Пріоритетними напрями для розвитку роздрібної торгівлі визначено такі: якісне поліпшення роздрібної торговельної мережі; формування ефективного конкурентного середовища для усіх суб'єктів господарювання; забезпечення господарської надійності та економічної конкурентоспроможності кожного ринкового суб'єкта (пряма інтеграція – через мережу фірмових магазинів; запобігання скороченню або ліквідації деяких соціально важливих, але малоприбуткових і неконкурентоспроможних видів торговельної діяльності; максимальна адаптація структурної і територіальної організації роздрібної торговельної мережі до стереотипів і моделей поведінки споживачів та їх запитів (“престижні” та “доступні” магазини); поєднання принципів вільного (ринкового) і регульованого формування роздрібної торговельної мережі; впорядкування організації і ведення торговельної діяльності.

8. Одним із найголовніших шляхів економічного розвитку роздрібної торгівлі є активізація та розширення можливостей інтернет-торгівлі. Інтернет-торгівля дуже різноманітна та необхідно розвивати усі її аспекти. Доцільним буде використання досвіду інших країн у цьому. В умовах COVID-19 це вкрай актуально та необхідно для збереження позицій та подальшого розвитку галузі роздрібної торгівлі.

9. Прогноз показників розвитку галузі роздрібної торгівлі в Одеському регіоні на 2021 рік показав, що оборот роздрібної торгівлі та роздрібний товарооборот Одеського регіону буде продовжувати зростати, і це є позитивним моментом в розвитку галузі роздрібної торгівлі. Так, оборот роздрібної торгівлі у 2021 році буде складати 92 909,2 млн грн, а роздрібний товарооборот Одеського регіону у 2021 році складатиме 69 659 млн грн.

## АНОТАЦІЯ

**Лисьонюк В.С. «Обґрунтування перспектив розвитку галузі роздрібної торгівлі (на прикладі Одеського регіону)»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою професійного спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядається планування як метод державного управління та необхідність його застосування у сучасних умовах, розглянуто нормативно-правове забезпечення та особливості організації планування розвитку галузі роздрібної торгівлі, описано методологію планування розвитку галузі роздрібної торгівлі.

Наведено загальну характеристику Одеської області та визначено місце галузі роздрібної торгівлі в економічному розвитку регіону, проаналізовано рівень розвитку роздрібної торгівлі в регіоні, визначено конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку галузі роздрібної торгівлі в Одеській області.

Визначено пріоритетні напрями розвитку роздрібної торгівлі в регіоні, запропоновані можливі заходи активізації економічного розвитку роздрібної торгівлі, складено прогноз показників розвитку галузі роздрібної торгівлі в Одеському регіоні.

**Ключові слова:** торгівля, роздрібна торгівля, роздрібний товарооборот, конкурентні переваги, планування, капітальні інвестиції, аналіз, лінія тренду, прогнозування.

#### ANNOTATION

**V.Lysonok «Substantiation of prospects for the development of retail trade (on the example of the Odesa region)».**

Thesis for Master degree in speciality 076 «Entrepreneurship, Trade and Exchange Activity» under the educational program "Economics, planning and business management". – Odesa National Economic University. – Odessa, 2021

The paper considers planning as a method of public administration and the need for its application in modern conditions, considers the legal framework and organization of planning for the development of the retail sector, provides a methodology for planning the development of the retail sector.

The general characteristics of Odesa region and the place of retail trade in the economic development of the region have been given, the level of retail trade development in the region has been analyzed, competitive advantages and limitations of perspective development of retail trade in Odesa region have been determined.

The priority directions of development of retail trade in the region have been defined, examples of possible measures of activation of economic development of retail trade have been proposed, the forecast of indicators of development of branch of retail trade in the Odessa region has been carried out.

**Keywords:** trade, retail trade, retail trade turnover, competitive advantages, planning, capital investments, analysis, trend line, forecasting.