

Волкова Н.А.

к.е.н., доцент кафедри економічного аналізу
Одеського національного економічного університету

Гогняк І.О.

магістрант
Одеського національного економічного університету

АНАЛІЗ СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА НАПРЯМКИ ЇЇ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена аналізу сучасного стану галузі роздрібною торгівлі в Україні та динаміці її розвитку. Визначено характерні зміни у структурі роздрібною торгівлі у зв'язку з економічними змінами. Проаналізовано динаміку роздрібною торгівлі по областях України та у розрізі кількісних характеристик підприємств. Надано висновки щодо подальшого розвитку та трансформування галузі.

***Ключові слова:** роздрібна торгівля; товарооборот; оптова торгівля; галузь торгівлі; торгова площа.*

Волкова Н.А., Гогняк И.А. Анализ состояния розничной торговли Украины и направления ее развития

Статья посвящена анализу современного состояния отрасли розничной торговли в Украине и динамике ее развития. Определены характерные изменения в структуре розничной торговли в связи с экономическими изменениями. Проанализирована динамика розничной торговли по областям Украины и в разрезе количественных характеристик предприятий. Предоставлены выводы по дальнейшему развитию и трансформации отрасли.

***Ключевые слова:** розничная торговля; товарооборот; оптовая торговля; отрасль торговли; торговая площадь.*

Volkova N., Hohniak I. An analysis of the retail situation in Ukraine and the direction of its development

This article analyzes the current state of the retail industry in Ukraine and dynamics of its development. Identified characteristic changes in the structure of retail trade due to economic changes. Analyze the dynamics of retail trade in Ukraine and the regions in terms of quantitative characteristics of enterprises. Submitted the conclusions on further development and transformation of the industry.

***Keywords:** retail; turnover; wholesale; trade; trading area.*

Постановка проблеми. В Україні відбуваються трансформаційні процеси, пов'язані, насамперед, з євроінтеграцією, які торкаються як політичного устрою країни, так і її економіки та громадського життя. Роздрібна торгівля завжди була та буде важливою ланкою розвитку регіональної та національної в цілому економік, а також стимулятором розвитку інших галузей, а у період трансформаційних змін вона набуває ще більшого значення. Такі процеси змінюють економічні умови, у яких функціонують об'єкти роздрібної торгівлі, викликають непропорційність їх розвитку. Максимально якісне, повне та швидке задоволення потреб населення вимагає збалансованого розвитку роздрібної торгівлі, раціональної територіальної організації, об'єктивної специфікації об'єктів роздрібної торгівлі. Це вимагає докладного аналізу стану галузі та дослідження процесів її розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні засади та проблематика даного питання були досліджені багатьма як вітчизняними так і зарубіжними вченими. Зокрема, вони знайшли відображення у роботах таких авторів як Амош О.І., Антонюк В.П., Апопій В.В., Афендікова Н.О., Гейц В.М., Гнибіденко І.Ф., Голошубова Н.О., Гончаров П.Г., Губеня Ю.Е., Міщук І.П., Новікова О.Ф., Памбухчянц О.В., Платонов В.М., Соболев В.О. Проте ряд проблем, що пов'язані з самим визначенням роздрібної торгівлі,

аналізом стану галузі, напрямів розвитку та системою показників оцінки і досі не вирішені, що вимагає подальших глибоких досліджень.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз сучасного стану роздрібної торгівлі в Україні та регіонах, а також визначення напрямків розвитку галузі, ґрунтуючись на вимогах, що трактують трансформаційні процеси та процес євроінтеграції.

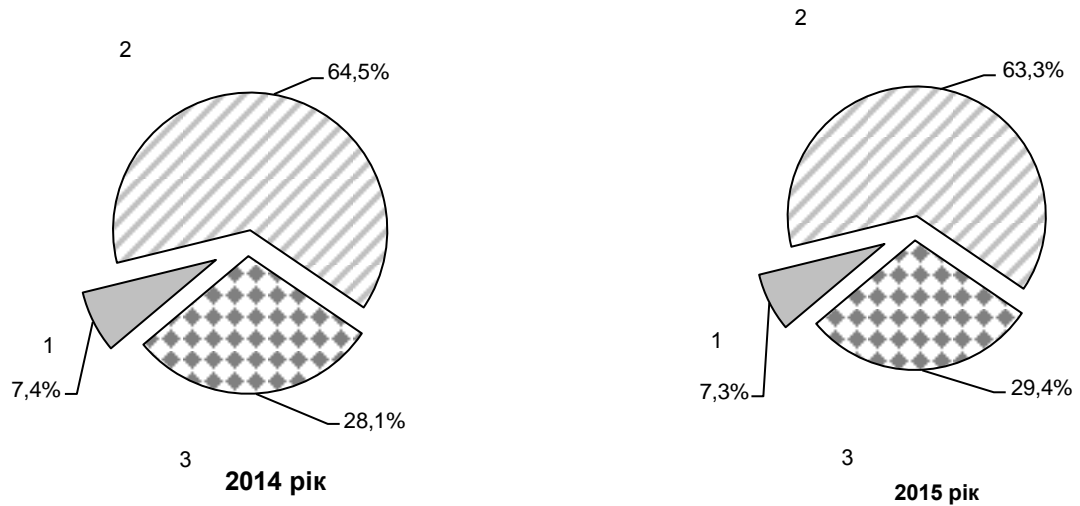
Виклад основного матеріалу дослідження. У першу чергу необхідно дослідити саме поняття «роздрібна торгівля». Зараз є досить багато наукових праць, які дають визначення роздрібної торгівлі та торговельної мережі, що різняться за своєю суттю. Бергер І.М. визначає торговельну мережу як сукупність роздрібних підприємств, які працюють на конкретній території, яка є окремою адміністративною одиницею [1; 2]. А Бланк І.О. зазначає, що реалізація товарів покупцям здійснюється через певні пункти продажу, які формують роздрібну торгівлю певного регіону [3, с.45; 4]. Памбухчіянц В.К. та Дашкова Л.П. зробили вагомий внесок у розвиток роздрібної торгівлі. У своїх дослідженнях вони визначили, що процес обігу товарів і доведення їх до безпосередніх споживачів закінчується в роздрібній торговельній мережі, що складає основу матеріально-технічної бази торгівлі та є сукупністю торговельних підприємств [5, с.25]. Памбухчіянц О.В. зауважує, що роздрібна торгова мережа – це сукупність великої кількості роздрібних торгових підприємств, що здійснюють купівлю-продаж товарів і надання послуг покупцям для їх особистого, сімейного та домашнього використання [6, с. 9]. У своїх працях Голошубова Н.О. характеризує роздрібну торгівлю як основну складову частину інфраструктури споживчого ринку. І якщо першою умовою розвитку роздрібного товарообороту є наявність товарів і послуг, які відповідають попиту покупців за асортиментом, якістю і ціною, то другою, не менш важливою умовою є наявність широко розгалуженої, сучасно обладнаної та з високим рівнем якості обслуговування покупців роздрібної торговельної мережі. Продаж товарів населенню здійснюється через різні види об'єктів торгівлі, сукупність яких і складає в цілому

роздрібну торгову мережу [7, с.8]. За Єгоровим В.Ф. роздрібна торгова мережа – це сукупність підприємств роздрібної торгівлі, розміщених в межах конкретної території [8, с.27]. У роботах Апопія В.В., Міщука І.П., Ребицького В.М. роздрібна торгівля – це “загальну сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб’єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об’єднаних за територіальною ознакою [9, с.300]. У роботах Платонова В.М. роздрібна торгова мережа трактується як сукупність пунктів роздрібного продажу товарів [10, с.20]. Голошубова Н.О. та Тимафєєва О. дають наступну характеристику торговій мережі – «сукупність однотипних або різнотипних бізнес-одиниць, які здійснюють роздрібну торгівлю під однією торговою маркою, мають корпоративну стратегію діяльності, єдиний центр управління, координації та контролю, власний розподільчий склад, з якого здійснюється товаропостачання бізнес-одиниць, що входять до складу об’єднання» [11, с.69].

З вище наведеного можна дати загальну характеристику роздрібної торгівлі. Вона представляє собою діяльність, що пов’язана з купівлею і продажем товарів і послуг кінцевим споживачам для особистого, сімейного та домашнього використання, що не пов’язане з підприємницькою діяльністю. Через виконання перерахованих функцій задовольняються потреби споживачів. Також, функціонування підприємств роздрібної торгівлі, як і усіх інших комерційних підприємств, направлене на отримання валового прибутку.

Ефективного розвитку роздрібної торгівлі, як і будь-якої іншої галузі, неможливе без ефективного аналізу її функціонування та виявлення оптимальних напрямлень подальшого зростання.

У 2015 році на території України працювало 12,1 тисячі підприємств, що займалися роздрібною торгівлею. У 2014 році їх кількість була на 5,1% вища. З них, кількість підприємств, що займаються роздрібною торгівлею (без продажу автомобілів, мотоциклів та пального) – 7,8 тисяч, що на 3,3% менше за 2014 рік.



1. Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт
2. Роздрібна торгівля (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами)
3. Інші види економічної діяльності

Рис.1 Спеціалізація підприємств галузі торгівлі

На розвиток роздрібно́ї торгівлі впливає також і оптова торгівля, так як саме оптові торговельні підприємства у більшості випадків є постачальниками для роздрібних торгових підприємств. Аналіз сфери торгівлі України показав, що співвідношення між обсягами товарообороту роздрібно́ї та оптової торгівлі склалися наступним чином:

Таблиця 1. Структура обсягу торгівлі України

	2014р.	2015р.
Оптовий товарооборот підприємств, млн.грн	987957	1178887,1
Оптовий товарооборот підприємств у % (у порівнянних цінах) до відповідного періоду попереднього року	82,1	87,8
Оборот роздрібно́ї торгівлі, млн.грн	901923,7	1018778,2
Оборот роздрібно́ї торгівлі у % (у порівнянних цінах) до відповідного періоду попереднього року	91,1	79,3
Сума	1889880,7	2197665,3

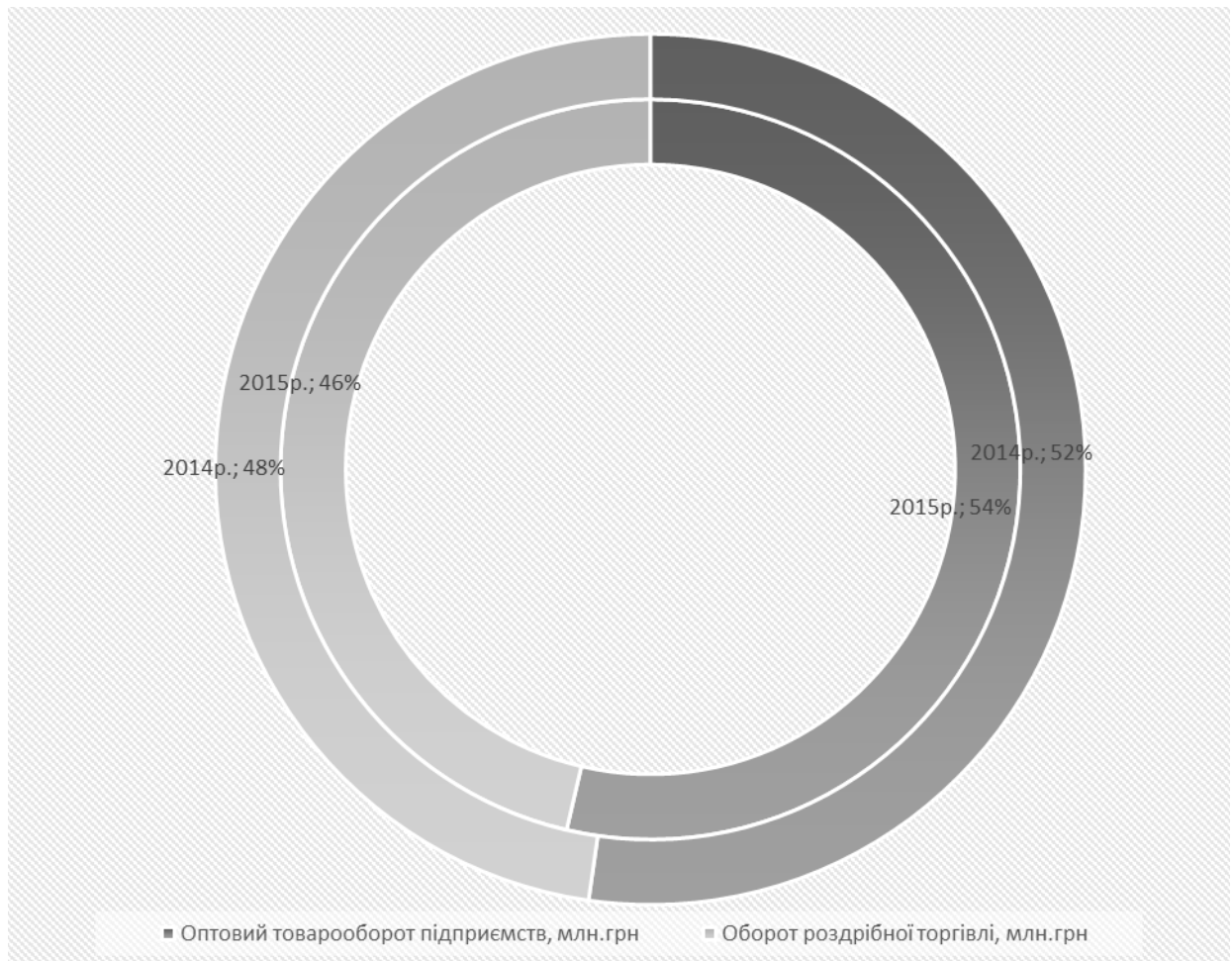


Рис.2 Структура обсягу торгівлі України

Аналіз даних з таблиці 1 показує, що як у 2014, так і у 2015 роках обсяг оптового товарообороту був більшим за обсяг роздрібного. Так, у 2014 році абсолютна різниця між показниками склала 86033,3 мільйонів гривень, при цьому частка роздрібної торгівлі склала 47,72%, а оптової – 52,28%. А у 2015 році різниця склала 160108,9 мільйонів гривень, при цьому треба звернути увагу на те, що обсяг у порівняних цінах значно зменшився: оптовий товарооборот на 87,8%, а роздрібний – на 79,3%. Видно, що крім того, що у оптового товарообороту більший об’єм, з ним відбулося менше падіння. Відповідно, він почав займати більшу частку у загальному обсязі торгівлі (у порівняних цінах). У 2015 році частка роздрібної торгівлі склала 43,84%, а оптової – 56,16%.

Необхідно звернути увагу на структуру роздрібної торгівлі по регіонах України.

Таблиця 2. Структура роздрібної торгівлі по регіонам України

	Оборот роздрібної торгівлі за 2015р., млн.грн	Оборот роздрібної торгівлі 2014р., млн.грн.	Індекси фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі (у порівнянних цінах), %
Україна	1 018 778,2	903 534,5	80,2
Вінницька	34 345,6	29 566,1	86,3
Волинська	26 502,3	21 156,9	87,0
Дніпропетровська	95 160,5	80 894,6	80,6
Донецька	31 163,5	65 744,6	37,0
Житомирська	28 018,4	22 755,9	86,7
Закарпатська	24 749,6	20 200,4	86,9
Запорізька	47 998,7	43 742,0	79,3
Івано-Франківська	34 093,5	27 638,5	86,7
Київська	52 123,5	42 492,3	90,6
Кіровоградська	21 653,4	17 191,4	86,5
Луганська	7 871,3	21 969,9	29,6
Львівська	56 720,5	45 027,4	87,3
Миколаївська	28 595,1	23 903,6	81,9
Одеська	72 438,9	61 923,1	84,2
Полтавська	29 747,1	26 080,6	81,7
Рівненська	23 853,6	19 548,6	83,7
Сумська	22 551,0	18 701,2	84,1
Тернопільська	20 284,7	16 895,6	86,9
Харківська	83 475,6	71 640,3	81,1
Херсонська	26 497,3	21 538,5	86,1
Хмельницька	25 693,0	22 550,6	83,5
Черкаська	27 778,5	23 656,4	85,3
Чернівецька	17 324,4	14 777,0	86,3
Чернігівська	21 614,9	18 007,1	82,7
м. Київ	158 523,3	125 931,9	86,1

Дані таблиці 2 показують, що у 2015 році порівняно з 2014 роком обсяг роздрібної торгівлі зріс на 115243,7 мільйонів гривень у абсолютному вираженні. Але важливо приймати до уваги інфляцію, зміну курсу та інше, тому співставлення необхідно робити у порівнянних цінах - у такому випадку інформація є об'єктивною. Тому, використовуючи такий метод, видно, що у

2015 році обсяг впав на 19,8%, тобто на 1\5, що є суттєвим показником. Причиною є як економічна криза, так і політичні проблеми.

Звертаючи увагу на регіони, видно, що відбулося майже рівномірне зниження на 13-19%. Найбільш стійкою виявилася Київська область, яка втратила 9,4% обсягу роздрібної торгівлі, а найбільше зниження спостерігається у Запорізькій області – 20,7% (якщо не приймати до уваги Донецьку та Луганську області). В Одеській області обсяг роздрібної торгівлі у порівняних цінах знизився на 15,8%, тоді як абсолютний приріст склав 10515,8 мільйонів гривень.

Найбільшою складовою в обсязі роздрібної торгівлі України є місто Київ, на який приходить 15,56% загального обсягу. При цьому у 2015 році він зазнав зменшення на 13,9% порівняно з 2014 роком.

Наведені данні у графічному вигляді представлені на рисунку 3.

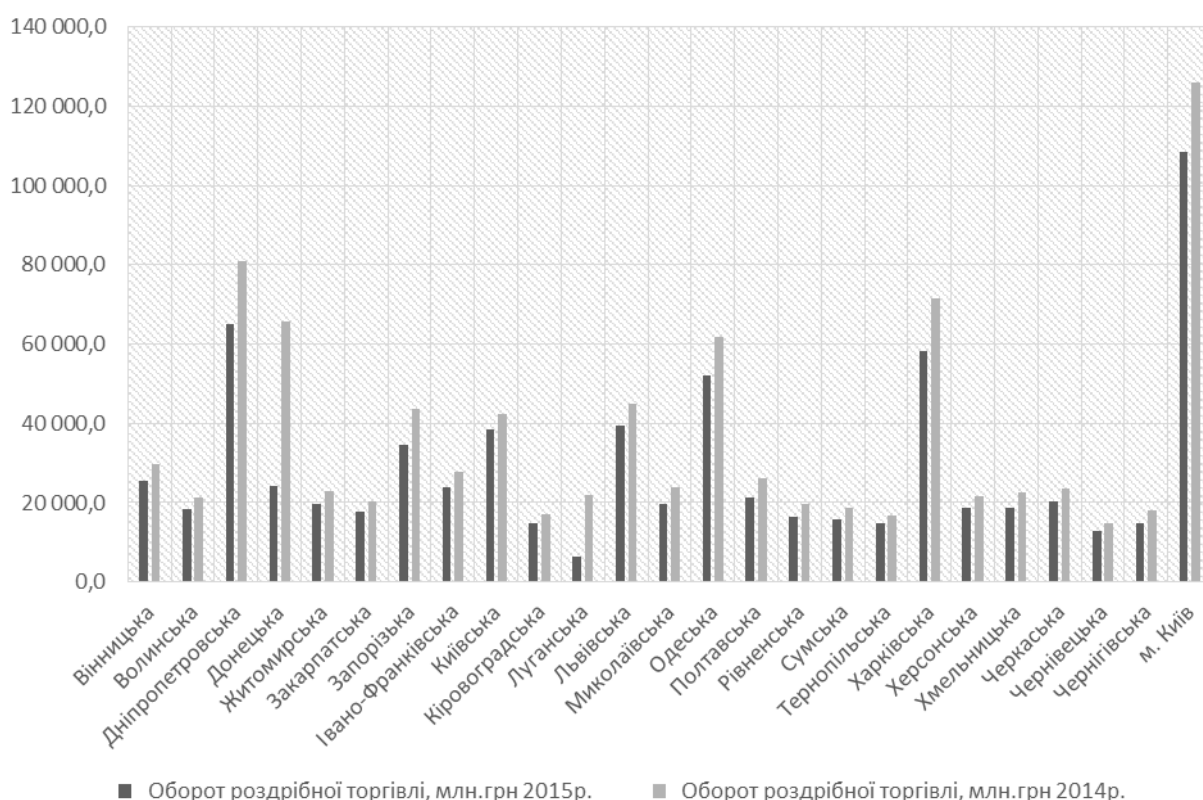


Рис.3. Обсяг роздрібної торгівлі у 2014 та 2015 роках за регіонами України

Аналіз показав, що у 2015 році обсяг роздрібної торгівлі знизився, як і у 2014 році. Проте, для аналізу якої самої галузі та послуг, що надаються, а

також перспектив розвитку, необхідно звернути увагу на кількість діючих підприємств та площу, яку вони займають.

За організаційними формами суб'єктів економіки найбільша кількість підприємств, які здійснювали роздрібну торгівлю, припадала на товариства з обмеженою відповідальністю (49,4%).

У 2015 році в Україні на балансі підприємств (юридичних осіб), які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлю, налічувалося 38,5 тис. магазинів. Проти 2014 року кількість магазинів у цілому зменшилася на 0,4%, у тому числі у містах та селищах міського типу їх кількість зросла на 1,3%, у сільській місцевості – зменшилася на 5,9% і становила відповідно 30,2 тис. та 8,3 тис. магазинів.

Торгова площа магазинів проти 2014 року зменшилася на 0,4% і на у 2015 році становила 7,7 млн.м². При цьому в містах та селищах міського типу вона скоротилася на 0,5% і склала 7 млн.м², у сільській місцевості – збільшилася на 0,7% і становила 0,7 млн.м². Торгова площа в розрахунку на один міський магазин була в 2,6 рази більша, ніж на один сільський – 231 м² і 89 м² (попереднього року відповідно 236 м² і 83м²).

У 2015 році діяло 17,9 тис. продовольчих і 20,6 тис. непродовольчих магазинів. Порівняно з 2014 роком кількість продовольчих магазинів скоротилася на 0,2%, непродовольчих – на 0,5%.

Видно, що не дивлячись на зменшення обороту, кількість магазинів майже не змінилася, як і їх площа. Це говорить про те, що удар кризи по роздрібній торгівлі у вигляді підвищення закупівельних цін та падіння платоспроможності населення був відчутним, але не низив прибутки такою мірою, щоб призвести до закриття точок продажу.

Найбільш відсутні зміни торкнулися сільської місцевості, де доходи населення похитнулися найбільш суттєво. Так, якщо загальний тем зниження кількості магазинів склав 0,4%, то у сільській місцевості – 5,9%. Але треба зауважити, що попри загальне скорочення торговельної площі, у сільській місцевості вона зросла на 0,7%. Можна зробити висновки, що частина

дрібних магазинів закрилася, не витримавши кризи та конкуренції, а більші частково розширилися за рахунок нових споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені аналітичні та теоретичні дослідження дозволяють визначити основні напрямки розвитку роздрібною торгівлі в Україні:

- Раціоналізація розміщення роздрібною торговельної мережі, підвищення доступності у сільській місцевості.
- Удосконалення логістики для більш швидкого надходження товарів та їх збуту.
- Диверсифікація магазинів по потребам районів, де вони розміщуються.
- Інтенсивне впровадження нових методів продажу для удосконалення розвитку торгівлі, впровадження нових послуг, клієнтоорієнтованість.
- Інтенсивне удосконалення «інтернет-торгівлі» - напрямку, яких займає надзвичайно велику частку у всіх розвинутих країнах.

Таким чином, запропоновані заходи дозволять оптимізувати роздрібну торгівлю, диверсифікувати її, удосконалити територіальну організацію, зробити більш доступною для споживачів та покращити задоволення їх потреб. Шлях інтенсивного розвитку дозволить зменшити негативні наслідки кризи та піднесе на новий рівень саму галузь торгівлі.

Бібліографічний список

1. Бергер И.Н., Чижевская Е.А. Торговые услуги / И.Н.Бергер, Е.А.Чижевская. – К. : Техника, 1984 – 192с.
2. Бергер И.Н., Задорожний В.К., Огородник М.А. Построение и размещение розничной торговой сети / И.Н.Бергер, В.К.Задорожний, М.А.Огородник. – К., 1974 – 114с.
3. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – К. : УФИМБ, 1997. – 408 с.
4. Бланк И.А. Торговый менеджмент : учебный курс / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 488 с.

5. Дашкова Л.П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л.П. Дашкова, В.К. Памбухчянц. – М. : ИВЦ Маркетинг, 2000. – 336 с.
6. Памбухчянц О.В. Технология розничной торговли : учебник для начального профессионального образования по профессии «Продавец, контролер-кассир» / О.В. Памбухчянц. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 284 с.
7. Голошубова Н.О. Організація торгівлі : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н.О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с. Економічний форум 2/2016 67
8. Егоров В.Ф. Организация торговли : учебник для вузов / В.Ф. Егоров. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 352 с.
9. Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. / Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
10. Платонов В.Н. Организация торговли : учеб. пособие / В.Н. Платонов. – Минск : БГЭУ, 2002. – 287 с.
11. Тимофеева О. Проблеми розвитку продовольчих торгових мережі в Україні // Вісник КНТЕУ. – 2007. – №6. – С.69–76.