

РОЗДРІБНИЙ ТОВАРООБІГ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНДИКАТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Голубєв М. І.¹, Ольвінська Ю. О.²

1 – студент, кафедра статистики,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра статистики
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Голубєв М. І., Ольвінська Ю. О. Роздрібний товарообіг підприємств як індикатор соціально-економічного розвитку України. Проаналізовано роздрібний товарообіг українських підприємств в регіонах та по окремих товарних групах. Виявлено основні проблеми розвитку роздрібного товарообігу українських підприємств на сучасному етапі.

Ключові слова: роздрібний товарооборот підприємств, роздрібний товарооборот торговельної мережі підприємств, роздрібний товарооборот на 1 особу.

Голубев М. И., Ольвинская Ю. О. Розничный товарооборот предприятий как индикатор социально-экономического развития Украины. Проанализирован розничный товарооборот украинских предприятий в регионах и по отдельным товарным группам. Выявлены основные проблемы развития розничного товарооборота украинских предприятий на современном этапе.

Ключевые слова: розничный товарооборот предприятий, розничный товарооборот торговой сети предприятий, розничный товарооборот на 1 человека.

Golubev M. I., Olvinskaya J. O. Retail commodity turnover of enterprises as an indicator of Ukraine social-economic development. The retail commodity turnover of Ukrainian enterprises in regions and commodity groups is analyzed. The main problems of the development of the retail commodity turnover of Ukrainian enterprises on the current stage are revealed.

Keywords: retail commodity turnover of enterprises, retail commodity turnover of trading network of enterprises, retail commodity turnover per capita.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Голубєв, М. І. Роздрібний товарообіг підприємств як індикатор соціально-економічного розвитку [Текст] / М. І. Голубєв, Ю. О. Ольвінська // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 2 – Одеса, ОНЕУ. – 2016. – С. 178 – 184.

Одним з головних показників господарської діяльності підприємств

торгівлі та важливим чинником забезпечення сталого економічного зростання країни в цілому є товарооборот. Його обсяги, структура і динаміка не лише виступають однією з головних характеристик стану внутрішньої торгівлі та індикатором необхідності змін, а й дозволяють оцінити результативність запланованих заходів з реалізації програми стратегічного розвитку торгівлі. Як визначили Т. Гайдук і О. Олендій [1], наявні проблеми розвитку торгівлі в Україні мають вирішуватися в напрямі прискореного збільшення товарообороту між резидентами національної економіки.

Товарооборот – один з важливих макроекономічних показників соціально економічного розвитку країни в цілому та кожного її регіону зокрема. Державні статистичні органи на різних рівнях управління збирають і обробляють дані про товарооборот з метою виявлення загальних закономірностей і тенденцій, місцями окремих субринків, аналізують міжрегіональний обмін, соціальні та регіональні відмінності в середньодушових рівнях товарообороту. Саме останній характеризує процеси, які відбуваються у сфері товарного обігу, та є показником, через який змінюється вартість споживчих товарів, сформована в процесі виробництва. Також він впливає на стан грошового обігу в країні, стійкість національної валюти, визначає масштаби зовнішньоекономічної діяльності, бюджетних надходжень та інші макроекономічні показники. Обсяги залучення грошових доходів споживачів, розмір і структуру суспільних потреб, масштаби та ступінь задоволення попиту на товари, рівень життя, матеріального та культурного добробуту населення країни дозволяють оцінити обсяги та структура роздрібного товарообороту, який, за визначенням Н.В. Стасюк, являє собою комплексну систему соціально орієнтованих економічних відносин суспільного відтворення на стадії обміну грошових доходів населення на споживчі товари [2]. Саме у такому трактуванні наголошується на виконанні товарооборотом найважливішої соціальної функції – підвищення добробуту та якості життя населення, а в підсумку – і здоров'я нації.

Регулювання роздрібного товарообороту на макrorівні потребує розгляду всієї сукупності суб'єктів торговельного підприємництва для оцінки загального макроекономічного значення показників товарообороту в контексті характеристики стану сфери товарного обігу. З огляду на це, дослідження тенденційних, структурних, регіональних особливостей розвитку роздрібного товарообороту є необхідною передумовою визначення пріоритетних напрямів регулюючого впливу держави на сферу виробництва та інфраструктуру ринку, задоволення суспільних потреб і підвищення рівня життя населення.

Згідно з існуючою в Україні системою статистичних спостережень у сфері роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, на ринку споживчих товарів виділено такі основні канали реалізації продукції [3]:

- продаж споживчих товарів суб'єктами господарювання – юридич-

ними особами, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства;

- продаж споживчих товарів фізичними особами підприємцями і громадянами, у тому числі фізичними особами підприємцями, які мають або орендують мережу роздрібною торгівлі та ресторанного господарства; громадянами на організованих ринках сільськогосподарських продуктів; громадянами на неформальних ринках.

У загальному обсягу продажів товарів за усіма каналами реалізації частка підприємств – юридичних осіб та сукупна частка фізичних осіб підприємців і громадян співвідносяться практично як 50:50 з несуттєвим переважанням обороту перших. Слід наголосити, що з 2007 р. в Україні у структурі продажу товарів насамперед за всіма каналами реалізації питома вага підприємств – юридичних осіб скорочується. Проте саме цю складову загального обсягу продажів товарів населенню найповніше відображено у вітчизняній статистиці. На сучасному етапі гостроти набули проблеми територіальної організації роздрібною торгівлі в Україні. Роздрібний товарооборот підприємств у 2006–2016 Якщо до 2008 р. більш високими темпами зростали обсяги роздрібного товарообороту підприємств у міських поселеннях, то з 2009 р. має місце протилежна тенденція, яку слід розглядати як позитивну, оскільки вона зумовлює скорочення розриву в роздрібному товарообороті на 1 особу в міських поселеннях та сільській місцевості. Так, якщо у 2006 р. роздрібний товарооборот підприємств на 1 особу в перших перевищував аналогічний показник у других у 5,3 раза, то у 2011 р. він зменшився до 4,8 раза. Слід зазначити, що скорочення роздрібною торговельною мережі на селі гальмує позитивні зрушення у територіальній організації роздрібною торгівлі. Так, з 2005 р. кількість її об'єктів тут знизилася майже на третину. З метою підвищення ефективності функціонування роздрібною торговельною мережі в сільській місцевості, насамперед, необхідно забезпечити територіальну та цінову доступність споживчих товарів і послуг для сільського населення, переорієнтувати пільговий режим оподаткування для торговельних об'єктів, розташованих у сільській місцевості, покращити систему підготовки та заохочення кадрів до роботи на селі. Торговельні об'єкти, розташовані в сільській місцевості, повинні мати універсальний характер – суміщувати магазини з пунктами прийому замовлень від населення за каталогами, хлібопекарнями, кафетеріями тощо.

Ще одним важливим аспектом аналізу розвитку роздрібного товарообороту підприємств України є його регіональний розподіл.

Як свідчать дані, у 2016 р. найбільші обсяги роздрібного товарообороту припадали на підприємства Києва – 18,9%. Така ситуація пояснюється в першу чергу чисельністю його мешканців (на 1 січня 2012 р. кількість постійного населення Києва становила 2772951 особу, концентрацією значних обсягів грошових доходів населення та їх витрачанням на придбання товарів саме в даному регіоні. Слід зазначити, що

станом на цю дату в Україні налічувалося 29282 підприємства із сфери роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, з них у Києві – 1952 таких підприємства. Зпоміж інших регіонів країни помітними обсягами роздрібного товарообороту характеризуються підприємства Дніпропетровської, Харківської та Одеської областей. Така закономірність є природною, оскільки саме ці регіони є промисловими та економічними центрами України з розвинутою інфраструктурою та високою густотою населення. Крім того, саме там зосереджено найбільшу кількість підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства.

Офіційні статистичні дані свідчать, що забезпеченість населення мережею роздрібної торгівлі (підприємствами – юридичними особами) у розрахунку на 10000 жителів у цілому по Україні за 2009–2015 рр. склала в середньому 14 од. (у 2007 р. – 16 од., у 2008 р. – 15 од.), у тому числі магазинами – 11 од. Незважаючи на те, що забезпеченість населення торговельною площею магазинів усіх видів і типів (юридичних осіб) у розрахунку на 10000 жителів поступово зростає та у 2011 р. досягла 1975 м², серед європейських країн Україна демонструє одні з найнижчих показників, отже, має місце дефіцит цивілізованих площ для торговельної діяльності.

Враховуючи те, що темпи зростання обсягу роздрібного товарообороту підприємств в окремих регіонах значною мірою пов'язані з динамікою чисельності їх населення, розглянемо ці показники в розрахунку на 1 особу. Наявна вихідна інформація дозволяє здійснити кластеризацію регіонів України за обсягами роздрібного товарообороту підприємств у розрахунку на 1 особу. Отримані в результаті дослідження п'ять кластерів регіонів України були охарактеризовані як найвищий, високий, середній, низький і найнижчий. Як бачимо, найбільше значення роздрібного товарообороту на 1 особу у 2016р. було в Києві – 23527 грн., де спостерігалися найвищий в країні рівень грошових доходів населення в розрахунку на 1 особу і значний обсяг реалізованого попиту на споживчі товари населення інших регіонів та інших країн. Найнижче значення роздрібного товарообороту в розрахунку на 1 особу мало місце в Сумській області – 4321 грн. Слід зазначити, що за останні роки розрив у екстремальних значеннях роздрібного товарообороту на 1 особу за окремими регіонами зменшився. Так, якщо у 2007 р. він становив 6,5 раза (Тернопільська область і Київ), то у 2015 р. – 5,4раза (Сумська область і Київ). З позицій регіональної політики держави цю тенденцію слід розглядати як позитивну. Крім того, протягом 2006–2015 рр. у роздрібному товарооборіті підприємств України відбулися певні зміни у співвідношенні обсягів реалізації продовольчих і непродовольчих товарів.

На підставі наведених даних робимо висновок, що у досліджуваному періоді в роздрібному товарооборіті підприємств України обсяг продажів непродовольчих товарів зростав значно вищими темпами, ніж продовольчих (винятком був лише 2008 р., коли при зростанні обсягу продажів продовольчих товарів відбулося скорочення обсягів продажів

непродовольчих). Такий розвиток роздрібного товарообороту підприємств за двома основними його товарними групами призвів до помітних змін питомої ваги цих груп товарів у загальному його обсягу. Причому тенденція до скорочення питомої ваги продажів продовольчих товарів (з 38,2% у 2006 р. до 34,4% у 2008 р.) у 2009 р. змінилася на зростання частки продажів цих товарів до 40%. Цю тенденцію в розвитку роздрібного товарообороту підприємств слід розглядати як негативну, оскільки вона пов'язана із зниженням життєвого рівня населення внаслідок фінансовоекономічної кризи. Так, із падінням рівня грошових доходів українців споживчий попит був спрямований здебільшого на задоволення потреб у продовольчих товарах: у 2014 і 2015 рр. частка їх роздрібного продажу становила, відповідно, 39,5% та 38,9%.

У 2006–2016 рр. відбулося певне поліпшення структури продажу окремих груп продовольчих товарів у їх роздрібному товарообороті. Значними темпами здійснювалася реалізація таких високоякісних продуктів харчування, як плоди, фрукти, ягоди, баштання; овочі; сичужні, плавлені та кисломолочні сири; тощо. Як результат, зросла питома вага цих груп продовольчих товарів у роздрібному товарообороті торговельної мережі підприємств. Дана тенденція свідчить про позитивну роль профільних підприємств у формуванні раціональної структури споживання продуктів харчування домогосподарствами України. При цьому знизилася питома вага продажів таких продовольчих товарів, як м'ясо і м'ясопродукти, хлібобулочні вироби, овочеві та фруктовоягідні консерви, картопля, тваринні жири, сіль та ін. Негативною тенденцією ми вважаємо суттєве зростання обсягів продажів тютюнових виробів. У досліджуваному періоді найбільш високими темпами відбулася реалізація взуття; трикотажних і панчішношкарпеткових виробів; одягу, білизни, головних уборів та виробів з хутра. З року в рік зростали обсяги продажів практично всіх позицій товарів тривалого користування. Винятком став 2009 р., коли на фоні фінансовоекономічної кризи населення заощаджувало свої доходи, у результаті чого обсяги продажів товарів тривалого користування скоротилися вдвічі.

Зниження реальних доходів, не спроможних забезпечувати відтворення робочої сили, призвело до скорочення більшою частиною населення споживання найважливіших продуктів харчування та придбання товарів культурно-побутового призначення, що у кінцевому підсумку спричинило зниження життєвого рівня громадян. Особливо гострою ця проблема є в сільській місцевості.

Важливим аспектом дослідження розвитку роздрібного товарообороту підприємств України є визначення частки в ньому продукції вітчизняних підприємств, що виробляють споживчі товари.

Слід акцентувати увагу на тому, що з 2006 р. спостерігалось зменшення частки у роздрібному товарообороті підприємств товарів вітчизняного виробництва, причому як продовольчих, так і непродоволь-

чих. У 2000–2005 рр. вона становила в середньому понад 70%, у тому числі продовольчих – більш як 90%, а непродовольчих – понад 60%. Як і раніше, національні товаровиробники більшою мірою панують на продовольчому споживчому ринку України, де їх питома вага в реалізації продукції через торговельну мережу підприємств у 2006–2011 рр. коливалася в межах 88,2–89,3%. Отже, є всі підстави говорити про проблему імпортозалежності по продовольчих товарах, причому найбільш уразливими за цією позицією є такі товарні групи, як плоди, ягоди, виноград, горіхи, фруктовоягідні консерви, риба і харчові морепродукти, частка продажу товарів вітчизняного виробництва за якими у 2011 р. становила, відповідно, 57,5, 60,1 та 68,8%. У роздрібному товарообороті підприємств низькою виявилася питома вага продажу кави та чаю, вироблених на території України.

За непродовольчими товарами частка національних виробників у роздрібному товарообороті профільних підприємств була дещо нижчою та скоротилася з 55,2% у 2006 р. до 47,2% у 2011 р. Особливо невеликою вона виявилася за такими групами непродовольчих товарів, як мотоцикли, моторолери, мопеди (0,8%), аудіо та відеообладнання (2,5%), шкіряне, текстильне, комбіноване взуття, у тому числі спортивне (3,4%), годинники (3,8%), фотографічне обладнання (3,9%). Продовжує знижуватися питома вага національних товаровиробників за такими товарами, як одяг, парфумернокосметичні вироби, товари культурнопобутового призначення, що зумовлено їх вузьким асортиментом і низькими конкурентними характеристиками (насамперед – співвідношенням ціни та якості).

У цих умовах, на наш погляд, необхідно вжити заходів, спрямованих на підтримку українських товаровиробників. Основна увага при цьому має приділятися стимулюванню споживчого попиту на вітчизняні товари та створенню необхідної нормативноправової бази для забезпечення їх доступності для населення. Поряд з прямими заходами стимулювання споживчого попиту (зростанням реальних доходів населення), слід розробити інструменти непрямого, зокрема, через вплив на уподобання споживачів шляхом пропаганди вітчизняних товарів. З метою створення умов, за яких продукція українських товаровиробників буде належним чином представленою на споживчому ринку та доступною за ціною, необхідно на законодавчому рівні закріпити обов'язкову вимогу до наявності в асортиментному переліку торговельних об'єктів певної частки соціально значущих товарів вітчизняного виробництва і сфокусувати зусилля на підтримці особистих підсобних і фермерських господарств.

У даному контексті слід відзначити той факт, що вітчизняна статистика повною мірою не відображає обсяги роздрібного товарообороту, оскільки в окремих випадках він виступає джерелом формування прибутку для особистого збагачення суб'єктів господарювання без користі для суспільства в цілому. Йдеться про приховування (або заниження) роздрібного товарообороту підприємствами торгівлі. Так, роздрібна

торгівля вважається лідером за темпами нарощування нелегальних оборотів, які, за оцінками експертів, складають 40–60%. У справі детінізації роздрібної торгівлі найбільш дієвими є заходи, спрямовані на поліпшення інвестиційного клімату, зниження фіскального та регуляторного тиску, спрощення дозвільної системи, реформування системи правосуддя, забезпечення прав власності та боротьбу з корупцією.

Проведений аналіз підтвердив велике значення показників роздрібно-го товарообороту в характеристиці масштабів та рівня задоволення попиту населення, стимулюванні розвитку виробництва та прискоренні обігу капіталу виробничих підприємств, підвищенні швидкості грошового обігу та покращенні інших макроекономічних показників. Його результатом стало виявлення стрижневих проблем у розвитку роздрібного товарообороту підприємств України, до яких можна віднести, зокрема, низьку частку продажів товарів вітчизняного виробництва за рядом груп продовольчих і непродовольчих товарів, істотні диспропорції у регіональному розвитку роздрібного товарообороту та його товарної структури. У розробці конкретних адресних заходів щодо подолання перелічених проблем і полягатимуть перспективи подальших досліджень з даного напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гайдук Т., Олендій О. Особливості проведення аудиту бюджетних програм розвитку торгівлі // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 6. – С. 404–407.
2. Стасюк Н.В. Організаційно-економічний механізм управління товарооборотом підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. – Донецьк, 2008. – С. 16.
3. Методика визначення обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.org/uk/metod_polog/metod_doc/2005/15/metod.htm
4. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2016 року : стат. зб. – К. : Держслужба статистики України, 2016. – 125 с.
5. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках : стат. зб. – К. : Держкомстат України, 2016. – 191 с.
6. Олівінська Ю. О. Розвиток інфраструктури малого і середнього бізнесу в Україні / Ю. О. Олівінська, О. В. Самоєнкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2009. – Вип. 37. – С. 254–258.
7. Підгорний, А. З. Статистика ринку товарів і послуг: навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – 238 с.
8. Самоєнкова, О. В. Статистичний моніторинг кон'юнктури товарного ринку / О. В. Самоєнкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2008. – Вип. 31. – С. 324–330.