

УДК 339.372.84(477)

Гришук Д.В.

*аспірант кафедри фінансів, кредиту і страхування
Львівського торговельно-економічного університету*

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ РОЗВИТКУ ТОРГОВИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена аналізу торгових мереж за основними економічними показниками. Розглянуто динаміку розвитку торговельних мереж України, ефективність діяльності роздрібно-товарообігу, її структурні характеристики. Запропоновано методи покращення розвитку роздрібно-торгівлі в Україні.

Ключові слова: торгова мережа, роздрібний товарообіг, роздрібно-торгівля.

Гришук Д.В. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В УКРАИНЕ

Статья посвящена анализу торговых сетей по основным экономическим показателям. Рассмотрены динамика развития торговых сетей Украины, эффективность деятельности розничного товарооборота, ее структурные характеристики. Предложены методы улучшения развития розничной торговли в Украине.

Ключевые слова: торговая сеть, розничный товарооборот, розничная торговля.

Hryshchuk D.V. THE ANALYSIS OF FEATURES AND ECONOMIC PARAMETERS OF SALES NETWORKS IN UKRAINE

This article analyzes retailers for major economic indicators. Deals with the dynamics of retail chains in Ukraine, the effectiveness of retail turnover, its structural characteristics. Proposed methods of improvement of retail in Ukraine.

Keywords: retail chain, retail turnover, retail, sales network.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки України, зокрема роздрібно-торгівлі, характеризується високим ступенем невизначеності зовнішнього середовища та високим рівнем конкуренції. Це зумовлює високі вимоги до оцінки ефективності функціонування діяльності підприємств. Розвиток роздрібно-торгівлі в Україні супроводжується складними динамічними процесами. Поточна економічна ситуація і складність її прогнозування позначаються на стані розвитку роздрібних підприємств України. Роздрібно-торгівля в Україні зазнає трансформації під впливом сучасних інформаційних технологій, становлення вітчизняних торговельних мереж і виходу на ринок України іноземних суб'єктів рітейлу та інших факторів.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Дослідження проблем ефективного розвитку торгівлі в Україні відноситься до сфери наукових інтересів таких провідних вітчизняних дослідників, як, зокрема, А.А. Мазаракі, І.О. Бланк [1], В.В. Апопій [3], Н.О. Голошубова [4]. Досліджувалися ключові принципи розвитку торговельних мереж, визначалися пов'язані з цим завдання, проводився аналіз організаційних структур і результатів діяльності торговельних мереж тощо. Однак, незважаючи на раніше проведені дослідження стану розвитку торговельних мереж, проблемам в управлінні приділялося недостатньо уваги.

Мета статті. На основі викладеного можна сформулювати мету дослідження, яка полягає в доцільності аналізу специфіки розвитку торговельних мереж для покращення системи управління та підвищення ефективності їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вітчизняний ринок роздрібно-торгівлі стає все більш цивілізованим. З кожним роком частка стихійної торгівлі скорочується на користь крупних роздрібних торгових мереж. Роздрібні мережі намагаються конкурувати за споживача, забезпечуючи його кращим обслуговуванням.

Фактично процесу формування торговельних мереж притаманний переважно екстенсивний характер. При цьому особливо активно торговельні мережі

корпоративного типу розвиваються у роздрібно-торгівлі продовольчими товарами у найбільших містах України. Така тенденція пояснюється диференціацією соціально-демографічних характеристик мешканців залежно від типу населених пунктів та переважанням більш високої купівельної спроможності споживачів у великих містах.

Останнім часом ситуація на ринку не є простою. По-перше, спостерігається стагнація ринку роздрібно-торгівлі. Як констатують рітейлери, споживчий попит мають акційні товари або товари нижчого цінового сегменту. По-друге, різке падіння курсу гривні призвело до подорожчання більшості продуктів харчування. Роздрібні мережі, як і постачальники, виявилися в складній ситуації, адже у зв'язку з вищевказаним загострилася конкуренція.

Щоб зміцнити свою позицію на ринку і розвиватися далі, постачальникам і дистрибуторам дуже важливі надійність, конкурентоспроможність, вигідні умови співпраці з підприємствами роздрібно-торгівлі тощо.

Діяльність торговельних підприємств в умовах конкурентного середовища приводить до необхідності розширення сфери їх господарської активності. Важливу роль торгівля відіграє у збалансуванні виробництва і споживання, завдяки чому формується значна частка валової доданої вартості, забезпечується зайнятість населення, адже сьогодні у цій сфері працює шоста частина всього економічно активного населення, що відповідає рівню економічно розвинутих країн. Звертаючи увагу на зовнішні чинники середовища, оцінюючи зміни у власній діяльності, діяльності підприємств-конкурентів, слідкуючи на змінами тенденцій на ринку, можна ефективно здійснювати господарську діяльність торговельним підприємством.

Останніми роками кількість об'єктів роздрібно-торгівлі зменшується. Особливо суттєве зменшення торгових точок спостерігалось у 2014 році. Як відомо, у 2014 році відбувся суттєвий скачок валютного курсу. Через те, що здебільшого об'єкти роздрібно-торгівлі відкриваються на орендних площах, збільшення орендної плати може призвести до

зниження рентабельності торгової точки. Підприємства роздрібно торгівлі у діяльності, крім власного капіталу, використовують кредитні кошти, зокрема валютні кредити. При скачках валютного курсу збільшується сума сплати відсотків. Крім того, відсоткові ставки за кредитами в Україні дуже високі – на рівні 23% річних (для порівняння в Європі відсоткові ставки становлять 1,5–2%), – що також впливає на можливість використання кредитних коштів підприємствами роздрібно торгівлі для розширення мережі.

Важливим критерієм розвитку торгівлі є наявність об'єктів роздрібно торгівлі (рис. 1).

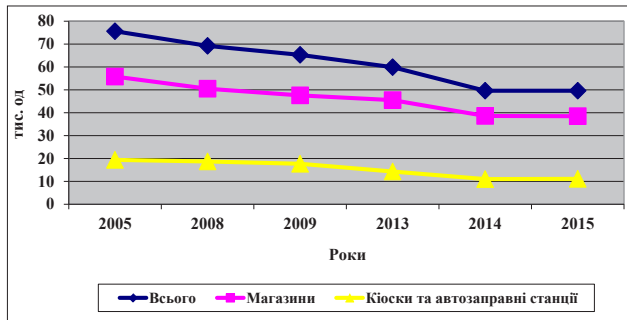


Рис. 1. Динаміка розвитку роздрібно торгівельної мережі України за 2005–2015 роки

Джерело: складено автором на основі даних з сайту Державної статистичної служби України

Простежується зменшення кількості торговельних мереж. Вважаємо, що це може бути зумовлене зменшенням платоспроможності населення. Така ситуація типова для країн із трансформаційними економіками і відображає недостатнє виконання роздрібно торгівлю функції забезпечення платоспроможного попиту споживачів.

Важливими для розвитку торговельної мережі є обсяги діяльності в роздрібно торгівлі. Після аналізу основних показників діяльності роздрібно торгівлі (табл. 1) нами було виявлено зростання товарообігу, що дає змогу покривати збитки та в подальшому збільшувати прибутки.

Порівняно з минулими роками торгові площі зменшились. Це може бути зумовлено тим, що значно підскочив курс валют, відповідно до цього стали дорожчими комунальні послуги, що призвело до збільшення орендної плати за приміщення. Відповідно до цього власники підприємств почали відкривати більше магазинів біля дому та експрес-маркетів, що займають меншу площу та, відповідно, мають меншу кількість товару – зосереджені більше на товарах широкого вжитку. Також через неспро-

можність керівників утримувати орендовані приміщення почали зменшувати кількість магазинів.

Також можна помітити, що чисельність зайнятих зменшилась по відношенню до попередніх років, але кількість підприємств збільшилась (рис. 2). Це також може бути зумовлене відкриттям новоформатних магазинів, де потрібно менше персоналу, ніж у супермаркеті. Також у зв'язку з економічною ситуацією власники не завжди можуть запропонувати працівникові відповідну заробітну плату. На нашу думку, можливим варіантом вирішення питання зі зменшення персоналу є його матеріальне стимулювання, наприклад, заохочування персоналу преміями за перевиконання плану.



Рис. 2. Динаміка чисельності зайнятих осіб на підприємствах роздрібно торгівлі в Україні за 2005–2014 роки

Успішність діяльності підприємства значною мірою зумовлена матеріальною складовою його ресурсного потенціалу, тому, вважаємо за доцільне розглянути ефективність діяльності роздрібно торгівлю в Україні (табл. 2).

Дослідження показало, що прибуток збільшився на 26,5% у відношенні до попереднього року. Проте нестабільна політико-економічна ситуація в Україні негативно впливає на споживчий попит, а девальвація національної валюти знижує купівельну спроможність населення, тому зростання ринку обумовлене здебільшого збільшенням цін.

Через те, що країна перебуває у складній економічній ситуації, є недостатня кількість товарної пропозиції споживчих товарів вітчизняних та іноземних виробників. Ціни на товари (зокрема, на соціально значущі товари) перевищують купівельну спроможність споживачів.

Однозначно позитивні зміни простежуються у продуктивності праці, що може бути зумовлене тим, що на підприємствах стали більше приділяти уваги внутрішнім відносинам, почали проводити різноманітні

Таблиця 1

Обсяги діяльності в роздрібно торгівлі в Україні за 2005–2014 роки

Показник	Роки					Темпи зростання, %	
	2005	2008	2009	2013	2014	2014–2005	2014–2013
Товарообіг, млн. грн.	94 332	246 903	230 955	433 080	438 342	4,6 р.	101,2
Активи, млн. грн.	1 034 651,3	924 947,6	1 113 394,1	1 625 072,4	1 703 677,8	164,7	104,8
Витрати, млн. грн.	503 641,3	490 222,5	459 443,3	516 725,3	549 918,7	109,2	106,4
Кількість підприємств, тис. од.	14 959	12 832	11 951	24 679	25 144	168,1	101,9
Чисельність зайнятих, тис. од.	9429,9	8969,4	8274,8	9965,1	6298,5	66,8	63,2
Товарні запаси, тис. од.	9 560	25 703	26 867	46 799	45 870	4,8 р.	98
Торгові площі	6 359	8 089	8 015	9 419	7 753	121,9	82,3

Примітка: дані з сайту Державної статистичної служби України

анкетування щодо комфортності перебування працівників на підприємстві, задоволення їхніх потреб та зважання на їхнє самопочуття. Також одним з важливих факторів зростання продуктивності праці є чітке і сформоване виконання процесів на підприємстві, тому вважаємо за доцільне для покращення цього показника впроваджувати процесно-орієнтовану систему управління.

Також вважаємо важливим звернути увагу на те, що виробники почали випускати власну продукцію, що, безумовно, є позитивною зміною та дасть змогу просувати торговельну мережу не тільки на українському ринку, але й на європейському. Це дасть змогу значно скоротити ціни, привернути увагу покупців і підвищити їх лояльність. Це може стати важливим кроком у розвитку економіки країни. Проте частка продажу вітчизняних товарів нині не є такою високою (табл. 3). Це може бути зумовлене тим, що покупці ще не до кінця довіряють вітчизняному виробнику, відповідно, надаючи перевагу імпортним продуктам. Але, враховуючи позитивні зрушення у виробництві українських товарів, можна сказати, що з часом вітчизняна продукція має потенціал вийти на відповідний рівень,

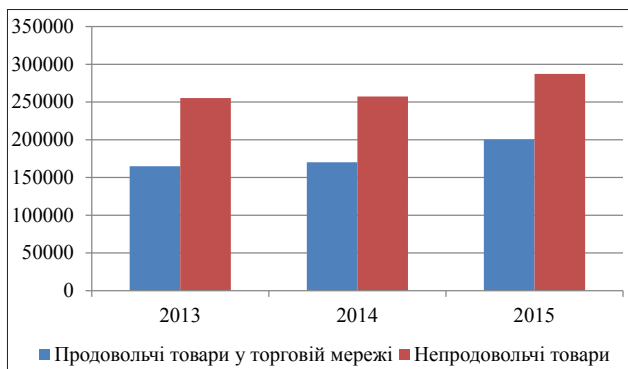


Рис. 3. Співвідношення продовольчих та непродовольчих товарів роздрібногo товарообігу підприємств в Україні за 2013–2015 роки

Джерело: складено на основі даних з сайту Державної статистичної служби України

що дасть змогу збільшити продажі та експортувати товари в інші країни.

Вважаємо за доцільне дослідити товарну структуру роздрібногo товарообігу та динаміку розвитку стосовно об'єктів роздрібної торгівлі. Розглянемо співвідношення продовольчих та непродовольчих товарів (рис. 3).

Загалом середня частка продовольчих товарів у роздрібному товарообігу залишається на рівні 40%. Спостерігається незначна динаміка до збільшення – в середньому на 1% на рік, а саме у 2013 році частка продовольчих товарів у структурі роздрібногo товарообігу складала 39%, у 2014 та 2015 роках 39,8% та 41% відповідно.

Вважаємо, що частка непродовольчих товарів в структурі роздрібногo товарообігу є більшою за рахунок того, що асортимент непродовольчих товарів містить категорії, необхідні для споживання та досить дорогі за вартістю (одяг, взуття, побутові, господарські, будівельні товари тощо). За сферами застосування ніша непродовольчих товарів також є ширшою.

Якщо продовольчий роздріб постарався мінімізувати імпорتنу залежність за рахунок переорієнтації на українські товари і розвитку власних торгових марок, то у ритейлерів, які працюють в непродовольчому сегменті, цієї можливості здебільшого не було. Також в Україні активно розвивається електронна комерція, яка дає покупцям змогу вибирати товари за вигідними цінами, не виходячи з дому, а ритейлерам – заощадити на оренді та утриманні торгових площ. Збір даних про користувачів он-лайн дає змогу проводити більш ефективні маркетингові кампанії.

У роздрібному товарообігу країні показники з продажу мають непродовольчі товари. Але продовольчі товари, які вироблені на території України, мають більший успіх у споживачів (табл. 3).

Таким чином, можна зробити висновок, що ринок роздрібної торгівлі внаслідок кризи переживав не найкращі часи, характеризується зменшенням попиту і купівельної спроможності. Проте сьогодні ситуація поступово вирівнюється.

За січень-листопад 2015 року обсяг роздрібногo товарообігу скоротився до 918,38 млрд. гривень, що на 21,4% менше, ніж в аналогічному періоді мину-

Таблиця 2

Ефективність діяльності роздрібногo товарообігу в Україні за 2005–2014 роки

Показник	Роки					Темпи зростання, %	
	2005	2008	2009	2013	2014	2014–2005	2014–2013
Прибуток, млн. грн.	86 003,9	173 573,6	94 496,1	35 748,3	45 236,6	52,6	126,5
Рентабельність, %	7	3,9	3,3	3,9	4,3	61,4	110,3
Частка прибуткових підприємств, %	65,9	62,1	60,1	66	66,5	100,9	100,8
Продуктивність праці	10	27,5	27,9	43,5	69,6	6,9 р.	160
Оборотність активів	0,9	0,29	0,2	0,27	0,26	28,9	96,3
Товарообіг на м ² площі	14,8	30,5	28,8	45,98	56,5	3,8 р.	122,9

Примітка: дані з сайту Державної статистичної служби України

Таблиця 3

Товарна структура роздрібногo товарообігу підприємств в Україні за 9 місяців 2012–2015 років

Рік	Роздрібний товарообіг		Продано товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу	
	Продовольчі товари	Непродовольчі товари	Продовольчі товари	Непродовольчі товари
2012	109 214 280,4	174 041 346,9	94 891 270,5	74 203 575,9
2013	119 159 075,6	183 969 202,9	102 560 526,1	73 376 860,3
2014*	123 873 991	181 358 816,2	106 961 682,7	73 053 793,1
2015*	144 306 062,6	201 647 201,1	124 178 171,9	81 981 163,1

Примітка: дані з сайту Державної статистичної служби України

лого року. У натуральному вираженні зниження виглядає більш вражаючим.

Низькі реальні доходи змусили покупців шукати більш прийнятні альтернативи. Для збільшення доходів підприємства почали замінити більш дорогі товари альтернативними, що відобразилося на прибутках не дуже позитивно. Спостерігається відмова підприємств від певних товарів або максимальне зменшення їх, що не відповідає платоспроможності покупців. Також зростає популярність дискаунтерів, які стимулюють продажі за рахунок знижок на базові продукти. Внаслідок відтоку депозитів у банків обмежені вільні кошти для кредитування – в таких умовах підприємствам роздрібною торгівлі цікавіше відкривати магазини невеликого формату, які вимагають менших інвестицій і швидше окупаються. Певну роль у зміні пріоритетів за форматом зіграла відсутність відповідних великих приміщень, але все ж основна причина носить економічний характер. Переструктурування ринку може стимулювати прихід іноземних дискаунтерів.

Якщо продовольчий роздріб постарався мінімувати імпорту залежність за рахунок переорієнтації на українські товари і розвитку власних торгових марок, то у підприємств, які працюють в непродовольчому сегменті, цієї можливості здебільшого не було. Природно, що за такої несприятливої ринкової ситуації ніякого агресивного розвитку бути не могло.

Висновки. Дослідження динаміки розвитку роздрібною торгівлі в Україні за основними економічними показниками, зокрема за інвестиціями в торгівлю,

вказує на те, що в Україні є об'єктивні передумови для розвитку роздрібною торгівлі і для активізації інноваційних засад цього розвитку. Динаміка показників роздрібною торгівлі за останні роки відображає вплив геополітичної ситуації в Україні на споживчий попит. Роздрібною торгівля є однією з найважливіших сфер економічної діяльності, від якої значно залежать якості життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність у глобалізованому світі. Розвиток мереж супермаркетів, відкриття магазинів формату експрес-маркет, магазинів біля дому дасть змогу збільшити роздрібною товарообіг, розширити кількість нових робочих місць, залучити інвестиції, що позитивно вплине на розвиток країни загалом, а в майбутньому вітчизняні компанії матимуть можливість вийти на міжнародний ринок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Внутрішня торгівля України: економічні умови ефективного розвитку : [монографія] / [А.А. Мазаракі, І.О. Бланк, Л.О. Лігоненко та ін.] ; за заг. наук. ред. А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 195 с.
2. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації : [монографія] / [Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 334 с.
3. Внутрішня торгівля України: нові вектори розвитку / [В.В. Аполій, В.О. Горбатюк, О.Р. Процишин] // Вісник Львівської комерційної академії : збірник наук. праць. Серія: Економічна. – 2011. – Вип. 37. – С. 178–184.
4. Голошубова Н.О. Роздрібною торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку / Н.О. Голошубова // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 74–85.

УДК 338.2

Готра В.В.

*доктор економічних наук,
професор кафедри економіки підприємства
Ужгородського національного університету*

Данайканич О.В.

*старший викладач кафедри економіки підприємства
Ужгородського національного університету*

Варшава О.В.

*студент
Ужгородського національного університету*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Стаття присвячена аналізу особливостей управлінської діяльності на вітчизняних підприємствах в умовах глобалізації та економічної кризи, оскільки від ефективності прийнятих управлінських рішень залежить результативність всієї діяльності підприємства. У ході дослідження було проаналізовано економічний та фінансовий стан ПрАТ «Ужгородська швейна фабрика», що підтвердило необхідність застосування прогресивних методів управління для активізації господарської діяльності. Ефективна та дієва система управління діяльністю дасть можливість підвищити інвестиційну привабливість підприємства, конкурентоспроможність продукції на зовнішніх та внутрішніх ринках, але тільки за умови застосування інноваційних технологій та новацій.

Ключові слова: управління (менеджмент), управлінський процес, структура управління, принципи управління, фінансовий стан, ліквідність, платоспроможність підприємства, управління фінансовою безпекою, активізація господарської діяльності.

Готра В.В., Данайканич О.В., Варшава О.В. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена анализу особенностей управленческой деятельности на отечественных предприятиях в условиях глобализации и экономического кризиса, поскольку от эффективности принятых управленческих решений зависит результативность всей деятельности предприятия. В ходе исследования было проанализировано экономическое и финансовое состояние ЧАО «Ужгородская швейная фабрика», что подтвердило необходимость применения прогрессивных методов управления для