



УДК 339.37+339.5.053

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ СТАНУ ВНУТРІШНЬОЇ РОЗДРІБНОЇ І ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Гапоненко Ольга Євгенівна,
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»
e-mail: gaponenko_oe@mail.ru

Анотація. Досліджено практичні аспекти стану функціонування роздрібно-торговельної мережі України за 2011–2015 рр. Проаналізовано показники, що характеризують ефективність функціонування внутрішньої роздрібно-торговельної мережі, зокрема: 1) ступінь забезпеченості населення торговельною площею; 2) середня кількість потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі; 3) середній розмір підприємства торгівлі за масштабами торговельної площі, м² на одне підприємство; 4) середній розмір товарообігу роздрібно-торговельної мережі, млн грн на одне господарство; 5) рівень спеціалізації торговельної мережі, %. Охарактеризовано показники зовнішньоторговельного балансу України шляхом аналізу експортно-імпорتنих операцій, у тому числі у відсотках до ВВП.

Ключові слова: роздрібно-торговельна мережа, забезпеченість населення торговельною площею, кількість потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі, середній розмір підприємства торгівлі за масштабами торговельної площі, розмір товарообігу роздрібно-торговельної мережі, рівень спеціалізації торговельної мережі, зовнішньоторговельний баланс, експорт, імпорт, ВВП.

Формул: 5; рис.: 1; табл.: 5; бібл.: 10.

THE ANALYSIS OF INDICATORS INTERNAL RETAIL AND EXTERNAL TRADE OF UKRAINE

Gaponenko Olga,
Ph. D. in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of FEA and finance Department
of the National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»
e-mail: gaponenko_oe@mail.ru

Abstract. It is studied practical aspects of functioning of the retail trade network of Ukraine for 2011–2015. It is analyzed the indicators, characterizing efficiency of functioning of the domestic retail trade, in particular: 1) the degree of security of the population of the trade area; 2) average number of potential buyers on 1 000 m² of retail space; 3) the average size of trade enterprise scale retail space, m² per 1 enterprise; 4) the average size of retail trade turnover, mln. per farm; (5) the level of specialization of the trade network, %. It is characterized by the indicators of foreign trade balance of Ukraine by analyzing the export-import operations, including in percentage to GDP.

Key words: retail trade network, provision of population with shopping area, the number of potential buyers on 1 000 m² of retail space, the average size of trade enterprise scale retail space, the size of the retail trade turnover, level of specialization by distribution network, trade balance, exports, imports, GDP.

Formulas: 5; fig.: 1; table: 5; bibl.: 10.

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОСТОЯНИЯ ВНУТРЕННЕЙ РОЗНИЧНОЇ І ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Гапоненко Ольга Евгеньевна,
доцент, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности и финансов
Национального технического университета
«Харьковский политехнический институт»
e-mail: gaponenko_oe@mail.ru



Аннотация. Исследованы практические аспекты состояния функционирования розничной торговой сети Украины за 2011–2015 гг. Проанализированы показатели, характеризующие эффективность функционирования внутренней розничной торговли, в частности: 1) степень обеспеченности населения торговой площадью; 2) среднее количество потенциальных покупателей на 1 000 м² торговой площади; 3) средний размер предприятия торговли по масштабам торговой площади, м² на одно предприятие; 4) средний размер товарооборота розничной торговли, млн грн на одно хозяйство; 5) уровень специализации торговой сети, %. Охарактеризованы показатели внешнеторгового баланса Украины путем анализа экспортно-импортных операций, в том числе в процентах к ВВП.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, обеспеченность населения торговой площадью, количество потенциальных покупателей на 1 000 м² торговой площади, средний размер предприятия торговли по масштабам торговой площади, размер товарооборота розничной торговли, уровень специализации торговой сети. Формул.: 5; рис.: 1; табл.: 5; библи.: 10.

Вступ. Торгівля є однією з найважливіших сфер економічної діяльності, від якої значно залежить якість життя населення, розвиток економіки та її конкурентоспроможність у світі в цілому. Розвиток внутрішньої і зовнішньої торгівлі України є складним динамічним процесом, який відбувається в умовах трансформаційних змін національної економіки під впливом низки чинників правового, соціального та економічного характеру. Саме тому розрахунок показників стану внутрішньої роздрібною і зовнішньої торгівлі є вкрай важливим для розуміння.

Аналіз досліджень і постановка завдання. Одним із напрямів соціально-економічний розвитку на мікро- і макрорівні є забезпечення ефективності функціонування внутрішньої та розвитку зовнішньої торгівлі. Тому виникає потреба в аналізі та обґрунтуванні основних показників стану торгівлі, що відображено в роботах О. М. Азаряна [1], В. В. Апопія [2], Ю. Василенко [3], В. Ф. Єгорова [4] та інших авторів [5; 6]. Дослідження літератури в цьому напрямі дозволило виділити основні характеристики стану торгівлі та критерії їх ідентифікації. Проте проведений аналіз джерел потребує аналізу всього комплексу параметрів, що можуть бути покладені в основу формування оцінки сучасних тенденцій розвитку торгівлі (на прикладі внутрішньої роздрібною та зовнішньої торгівлі).

Мета статті полягає в аналізі показників стану ефективності функціонування торгівлі в Україні та в обґрунтуванні практичних аспектів факторів і результатів цього стану.

Теоретичну і методологічну основу досліджень становлять наукові праці та методичні розробки вітчизняних і зарубіжних фахівців, що аналізують параметри розвитку зовнішньої та внутрішньої торгівлі. Крім того, у процесі дослідження було використано методи системного аналізу економічних явищ, графічний метод.

Результати досліджень. Для комплексного оцінювання стану роздрібною торговельною мережі України у вітчизняній практиці розраховуються такі ключові показники [1; 2]:

- 1) ступінь забезпеченості населення торговельною площею, у м² на 1 000 осіб;
- 2) середня кількість потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі, осіб на 1 000 м²;
- 3) середній розмір підприємства торгівлі за масштабами торговельної площі, м² на одне підприємство;
- 4) середній розмір товарообігу роздрібною торгівлі, млн грн на одне господарство;
- 5) рівень спеціалізації торговельною мережі, %.

1 етап: аналіз ступеня забезпеченості населення торговельною площею, у м² на 1 000 осіб.

Ступінь забезпеченості населення торговельною мережею характеризують коефіцієнти щільності торговельною мережі щодо населення і щодо території.

Коефіцієнт щільності торговельною мережі населення розраховується на 1 000 мешканців, що обслуговуються магазинами, за формулою:

$$k_{щн} = \frac{n \cdot 1\,000}{ЧН}, \quad (1)$$

де n – чисельність роздрібних торговців у регіоні, од.;
 $ЧН$ – чисельність населення в регіоні, чол.

Коефіцієнт щільності території визначається в розрахунку на 1 000 м² за формулою:

$$k_{щт} = \frac{n \cdot 1\,000}{S_{тер}}, \quad (2)$$

де $S_{тер}$ – площа регіону, в якому розташована торговельна мережа (га, м², тис. м²).

На основі формул (1) і (2) проведено розрахунок відповідних коефіцієнтів щільності торговельною мережі України за 2011–2015 рр. Результати розрахунків представлено в *табл. 1*.

Таблиця 1

Динаміка коефіцієнта щільності торговельною мережі щодо населення і щодо території України за 2011–2015 рр.

Рік	Усього об'єктів торгівлі, од.	Чисельність населення, тис. чол.	Торгова площа, тис. м ²	Коефіцієнт щільності торговельною мережі щодо населення, на 1 000 осіб	Коефіцієнт щільності торговельною мережі щодо території, на 1 000 м ²
2011	64 815	45 962	8 431	1,41	0,18
2012	64 211	45 778	9 013	1,40	0,20
2013	62 250	45 633	9 294	1,36	0,20
2014	59 818	45 553	9 419	1,31	0,21
2015	49 607	45 426	7 753	1,09	0,17

Примітка. Розраховано за [7].



На основі проведених розрахунків (див. *табл. 1*) можна стверджувати, що за досліджуваний період коефіцієнт щільності торговельної мережі щодо населення скоротився на 22,7%, в абсолютному вираженні цей коефіцієнт скоротився на 0,32. Ключовим фактором такого скорочення слугувало зменшення кількості об'єктів роздрібною торгівлі на території України із 64 815 до 49 609 одиниць.

Здійснивши розрахунок показника щільності торговельної мережі щодо території в масштабах України, можна стверджувати, що за досліджуваний період цей показник досягав позначки 0,21 у 2014 році, але на останню звітну дату показник становить 0,17, що є свідченням тенденції скорочення кількості магазинів, які здійснюють торговельну діяльність на території в 1 тис. м².

2 етап: аналіз середньої кількості потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі (осіб на 1 000 м²) розраховуємо за формулою:

$$k_{нт} = \frac{ЧН}{S_M}, \quad (3)$$

S_M – торгова площа магазинів регіону (га, м², тис. м²).

На основі формули (3) проведено розрахунок цього показника за досліджуваний період. Результати відображено в *табл. 2*.

Таблиця 2

Динаміка середньої кількості потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі, у масштабах України за 2011–2015 рр.

Рік	Чисельність населення, тис. чол.	Торгова площа, тис. м ²	Кількість потенційних покупців на 1 000 м ² торговельної площі, осіб
2011	45 962	8 431	5 452
2012	45 778	9 013	5 079
2013	45 633	9 294	4 910
2014	45 553	9 419	4 836
2015	45 426	7 753	5 359

Примітка. Розраховано за [7].

На основі даних *табл. 2* можна стверджувати, що за досліджуваний період динаміка чисельності потенційних покупців на 1 000 м² торговельної площі мала як позитивну, так і негативну тенденції. Зокрема, на базовий 2011 рік цей показник становив 5 452 особи, починаючи з 2012 року та до 2014-го показник скоротився на 616 осіб. Варто відзначити, що на останню звітну дату показник досяг максимуму і становив 5 359 на 1 000 м² торговельної площі.

Зростання обсягів цього показника є свідченням скорочення торговельної площі (див. *табл. 2*). Це може бути спричинено несприятливою економічною ситуацією у країні, що сприяє закриттю комерційних закладів малого і середнього бізнесу.

3 етап: аналіз середнього розміру підприємства за масштабами торговельної площі, м² на одне підприємство:

$$p_{підп} = \frac{S_M}{n}. \quad (4)$$

Дані розрахунків представлено в *табл. 3*.

Таблиця 3
Динаміка показника середнього розміру підприємства торгівлі за масштабами торговельної площі, м² на одне підприємство

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	Темп приросту 2015 / 2011
Середній розмір підприємства торгівлі за масштабами торговельної площі, м ² на 1 підприємство	205,7	192,9	178,9	189,7	188,8	0,92

Примітка. Розраховано за [7].

Темп росту показників вказує, на скільки у процентному співвідношенні змінився показник. Виходячи з даних *табл. 3*, можна зробити висновок: показник 2015 року має на 16,9 од. менше значення у порівнянні з показником 2011 року. Це пов'язано, насамперед, з економічною ситуацією у країні.

4 етап: аналіз середнього розміру товарообігу, млн грн на одне господарство. Результати розрахунків представлено в *табл. 4*.

Таблиця 4

Середній розмір товарообігу роздрібною торгівлі, млн грн на одне господарство за період 2011–2015 рр.

Показники	2011	2012	2013	2014	2015	Темп приросту 2015 / 2011
Середній розмір товарообігу роздрібною торгівлі, млн грн на 1 господарство	0,7	0,9	1,1	1,2	0,9	1,24

Примітка. Розраховано за [7].

5 етап: аналіз рівня спеціалізації роздрібною торговельною мережі. Узагальнюювальним показником спеціалізації роздрібною торговельною мережі є рівень спеціалізації, що розраховується за формулою:

$$P_{сп} = \frac{Q_{сп}}{Q_{заг}}, \quad (5)$$

де $Q_{сп}$ – кількість спеціалізованих і універсальних роздрібних торговців, од.;

$Q_{заг}$ – загальна кількість роздрібних торговців у регіоні, од.

Результати розрахунку рівня спеціалізації роздрібною торговельною мережі України за період з 2005 до 2015 рр. представлено на *рис.*

На основі аналізу даних (див. *рис.*) можна стверджувати про достатньо високий рівень спеціалізації торговельною мережі України за період з 2005 до 2015 рр. Так, за досліджуваний період цей показник не опускався нижче позначки в 95,5%, мав позитивну тенденцію росту і на останню звітну дату становив максимальний показник у 97,85%.

У процесі аналізу зовнішньої торгівлі країни у практиці та теорії міжнародної економіки застосовують абсолютні і відносні показники структури та ефективності експортно-імпорتنних операцій [8].

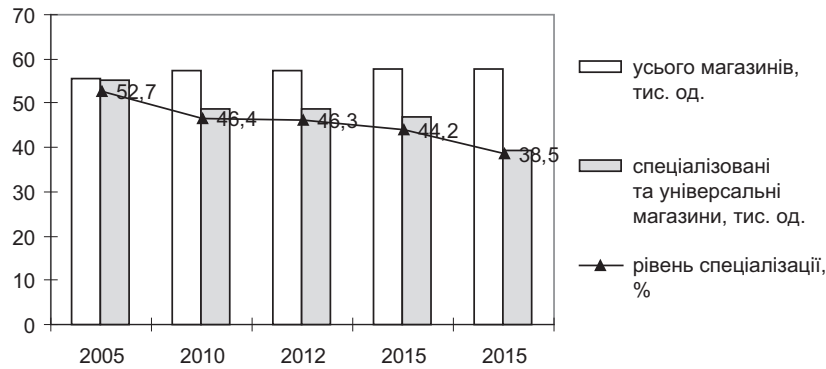


Рис. Динаміка рівня спеціалізації роздрівної торговельної мережі України

Примітка. Побудовано за [7]

Для характеристики тенденцій експортних та імпорتنних операцій України застосовано відповідні абсолютні і відносні показники (табл. 5).

Виходячи з даних табл. 5 видно, що, поряд зі зростанням обсягу експортно-імпорتنних операцій, імпорту в Україні постійно перевищує експорт, а їхня різниця іноді досягає 8% ВВП. Зазначена тенденція є вагомим

підставою твердження і визнання доцільності реформ глобального рівня в зовнішньоторговельних відносинах України.

Кардинальна переорієнтація на імпорту несе низку фінансових загроз, зумовлених, зокрема, відповідними змінами митних і податкових надходжень до бюджету.

Таблиця 5

Зовнішньоторговельний баланс України

Номинальний ВВП		Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Сальдо (експорт – імпорту)	
			% ВВП		% ВВП		% ВВП
2005	441 452	227 252	51,5%	-223 555	-50,6%	+3 697	+0,8%
2006	544 153	253 707	46,6%	-269 200	-49,5%	-15 493	-2,8%
2007	720 731	323 205	44,8%	-364 373	-50,6%	-41 168	-5,7%
2008	948 056	444 859	46,9%	-520 588	-54,9%	-75 729	-8,0%
2009	913 345	423 564	46,4%	-438 860	-48,0%	-15 296	-1,7%
2010	1 082 569	549 365	50,7%	-580 944	-53,7%	-31 579	-2,9%
2011	1 316 600	707 953	53,8%	-779 028	-59,2%	-71 075	-5,4%
2012	1 408 889	717 347	50,9%	-835 394	-59,3%	-118 047	-8,4%
2013	1 454 931	681 899	46,9%	-805 662	-55,4%	-123 763	-8,5%
2014	1 566 728	770 121	49,2%	-834 133	-53,2%	-64 012	-4,1%
2015	1 979 458	1 044 541	52,8%	-1 084 016	-54,8%	-39 475	-2,0%

Примітка. Розраховано за [9].

У зв'язку із ситуацією, що склалася, автори [10] наголошують про потребу підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності за допомогою таких напрямів удосконалення митно-тарифного регулювання в Україні: підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробника на світових ринках шляхом державного стимулювання розвитку експортноорієнтованих галузей; сприяння залученню вітчизняних та іноземних інвестицій; збільшення обсягу виробництва і підвищення якості вітчизняних товарів з метою зменшення імпорту; забезпечення функціонування механізмів кредитування і страхування експорту за участі держави, а також надання державних гарантійних зобов'язань щодо експортних кредитів; розроблення нових видів унікальної про-

дукції з високим технічним рівнем; організація оперативної роботи державних органів щодо активного просування української експортної продукції на зовнішні ринки та захист інтересів вітчизняних експортерів за кордоном; гнучка податкова, цінова, депозитна, кредитна, фінансова і валютна політика, що стимулює диверсифікацію експортно-імпорتنних операцій.

Висновки. У сфері роздрівної торгівлі за останні роки спостерігається скорочення показників ефективності функціонування роздрівної торговельної мережі.

У зовнішній торгівлі Україна має від'ємне сальдо зовнішньоторговельного балансу, що негативно впливає на розвиток держави загалом, на стан платіжного балансу і, зрештою, на добробут населення.

Список використаної літератури

1. Азарян О. М. Організація і технологія торгівлі : навч. посіб. / О. М. Азарян, Е. М. Локтев, В. П. Оліфіров. – Донецьк : Дмитренко, 2007. – 528 с.
2. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук ; за ред. В. В. Апопія. – [3-тє вид.]. – Київ : Центр учбової літератури, 2009. – 632 с.



3. Василенко Ю. Экспортная деятельность Украины / Ю. Василенко // Экономика Украины. – 2003. – № 7. – С. 17–21.
4. Егоров В. Ф. Организация торговли : учебник / В. Ф. Егоров. – СПб. : Питер, 2010. – 352 с.
5. Основы организации деятельности розничного торгового предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://korolewstvo.narod.ru/torgstat/roznpr.htm>.
6. Бодрягин В. И. Развитие внутренней торговли в условиях рыночной экономики // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 11. – С. 1533–1542.
7. Споживчий ринок. Обсяги обороту роздрібної торгівлі за періоди 2011–2015 рр. [Електронний ресурс] / Сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность / Е. Ф. Прокушев. – Москва : ИВЦ «Маркетинг», 1998. – 207 с.
9. Экспорт и импорт (внешнеторговый баланс) Украины (2005–2015) [Электронный ресурс] / Финансовый портал Минфина. – Режим доступа : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/eximp>.
10. Колобердянко І. І. Державне регулювання експортно-імпортних операцій України в сучасних умовах / І. І. Колобердянко, С. П. Козакова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 4. – С. 171–176.

References

1. Azaryan, O. M., Loktyev, E. M., & Olifirov, V. P. (2007). Orhanizatsiya i tekhnolohiya torhivli [Organization and technology of trade]. Donetsk : Dmytrenko [in Ukrainian].
2. Apopi, V. V. (Eds.), & Mishchuk, I. P. (2009). Orhanizatsiya torhivli : pidruchnyk [Organization of trade]. (3rd ed, rev.). Kyiv : Tsentr uchbovoyi literatury [in Ukrainian].
3. Vasilenko, Yu. (2003). Eksportnaya deyatel'nost' Ukrainy [Export activity of Ukraine]. Ehkonomika Ukrainy – Economy of Ukraine, 7, 17–21 [in Ukrainian].
4. Egorov, V. F. (2010). Organizatsiya trgovli [Organization of trade]. St. Petersburg : Piter [in Russian].
5. Osnovy organizatsii deyatel'nosti roznichnogo trgovogo predpriyatiya [Fundamentals of organization of activity of the enterprise of retail trade]. (n. d.). korolewstvo.narod.ru. Retrieved from <http://korolewstvo.narod.ru/torgstat/roznpr.htm> [in Russian].
6. Bodryagin, V. I. (2015). Razvitie vnutrennej trgovli v usloviyah rynochnoj ehkonomiki [The development of domestic trade in a market economy]. Rossijskoe predprinimatel'stvo – Russian Entrepreneurship, 11 (16), 1533–1542 [in Russian].
7. Sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Spozhyvchyi rynek. Obsyahy oborotu rozdribnoi torhivli za periody 2011–2015 rr. [The site of the State Statistics Service of Ukraine. The consumer market. Turnover of retail trade for the period 2011–2015]. (n. d.). <http://www.ukrstat.gov.ua>. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
8. Prokushev, E. F. (1998). Vneshneehkonomicheskaya deyatel'nost' [Foreign Economic Activity]. Moscow : IVC «Marketing» [in Russian].
9. Finansovyy portal. Minfin. Ehksport i import (vneshnetorgovyy balans) Ukrainy (2005–2015). [Financial Portal. Ministry of Finance. Exports and imports (trade balance) of Ukraine (2005–2015)]. (n. d.). index.minfin.com.ua. Retrieved from <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/eximp> [in Ukrainian].
10. Koloberdyanko, I. I., & Kozakova, S. P. (2015). Derzhavne rehulyuvannya eksportno-importnykh operatsiy Ukrainy v suchasnykh umovakh [The state regulation of export-import operations of Ukraine in modern conditions]. Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky – Global and national economic problems, 4, 171–176 [in Ukrainian].