

УДК 339.37

ХОМЕНКО О. І., ГЕСЕЛЕВА Н.В., СОКУРЕНКО Н. В.
Київський національний університет технологій та дизайну

РИНОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Мета. Дослідження ринку роздрібною торгівлі в Україні та оцінка стану ринку рітейлу в умовах кризи.

Методика. Використання методів статистичного аналізу товарообороту та обсягу реалізації, порівняльного аналізу цін та попиту, а також методів експертних та рейтингових оцінок у рітейлі.

Результати. Визначені основні показники, які характеризують ринок роздрібною торгівлі, проведена оцінка станів ринку на різних етапах.

Наукова новизна. Визначено стан ринку роздрібною торгівлі в Україні та запропоновано шляхи мінімізації негативних наслідків в умовах кризи.

Практична значимість. Проведення дослідження стану ринку роздрібною торгівлі в нестабільних умовах дозволяє оптимізувати діяльність компаній та запобігти збільшенню загроз та ризиків у їх діяльності.

Ключові слова: ринок роздрібною торгівлі, рітейл, торгові площі, супермаркети, роздрібні мережі, товарна структура .

Рушійною силою розвитку будь-якої країни є збільшення обсягів реалізації товарів та розвиток ринку роздрібною торгівлі. Саме тому, у провідних країнах світу сформовані та чітко організовані мережі супермаркетів, які постійно вдосконалюють свою діяльність.

При проведенні аналізу ринку роздрібною торгівлі України доцільно визначити поняття «роздрібною торгівлі».

Роздрібна торгівля (retailing) містить у собі види економічної діяльності, пов'язані із продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їхніми родинами. Однією з прогресивних форм роздрібною торгівлі, на даний час, виступають торгові мережі. Всесвітня мережева торгівля асоціюється з такими відомими гігантами, як, наприклад, Wal-Mart Stores .

Фундаментальні дослідження у галузі роздрібною торгівлі викладені у наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних учених, як: Біловодська О.А.[1], Савощенко А.С[2], Дашков Л.П.[3], Памбухчянц В.К.[3] ,Мешечкіна Р.П. [4] та інших. Аналізу вітчизняного роздрібною ринку присвячено також наукові роботи К. В. Беляєва [5], Ю. М. Хом`яка [6].

Проте, наразі, нерозкритим залишається питання стосовно стану роздрібною торгівлі в Україні в умовах кризи, що почалась у 2014 році.

На сучасному етапі розвитку економіки, ринок роздрібною торгівлі відіграє одну з провідних ролей. У нинішніх умовах, неможливо уявити роздрібну реалізацію товарів без наявності спеціальних мереж. Тому у галузі харчового роздрібу з'явилися мережі супермаркетів різноманітних типів, що реалізують товари різних груп.

Україна є країною з перехідною економікою. За умов, що Україна стала незалежною не так давно, зрозуміло: щоб досягти розвитку провідних країн світу вона має пройти через ряд змін, у тому числі у галузі обслуговування клієнтів.

З моменту розпаду радянського союзу у 1991 році, роздрібна торгівля в Україні зазнала значних змін. Замість універсамів та гастрономів, з'явилися сучасні формати, а застарілі торговельні точки, які продовжують функціонувати приходять до ідеї модифікувати методи роботи, або закриваються як неефективні та поглинаються більше успішними конкурентами [7].

Отже, еволюцію розвитку роздрібною торгівлі України можна зобразити у вигляді наступної схеми:

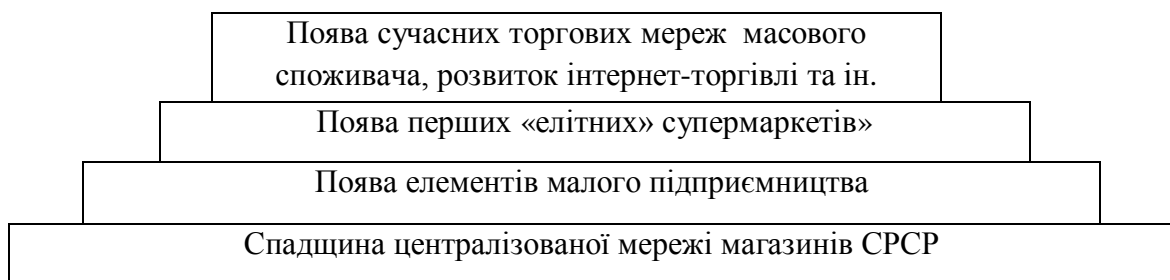


Рис. 1 Еволюція роздрібною торгівлі України[7]

Звертаючи увагу на структуру роздрібною ринку України, слід відзначити, що згідно з дослідженнями аналітичних організацій [8] на ринку домінують великі компанії організованою торгівлі (70%), але торгові мережі поступаються в даному обсязі торгівлі, займаючи 44% ринку організованою торгівлі. Все більшу з кожним роком роль на ринку роздрібною торгівлі в Україні відіграють мережі з універсальним асортиментом, де можна придбати не лише товари харчовою групи, а й побутову хімію, одяг та багато інших товарів.

Якщо поглянути на товарооборот у розрізі регіонів України, то можна зазначити, що даний показник вище за загальнодержавний тільки чотирьох територіальних одиниць: Одеській, Харківській, Дніпропетровській областях, м. Києві. До 2014 року високий показник товарообороту спостерігався у м. Севастополь, проте через політичні події цей регіон здобув особливий статус, а отже роздрібною мережам необхідно адаптуватися до нових умов. В Україні залишається проблемою роздрібна торгівля у невеликих містах та сільській місцевості.

Щодо забезпеченості України торговими роздрібною площами слід відзначити, що середній показник по країні склав 90 кв. м /1000 жителів, що значно менше провідних країн світу.

Аналізуючи тенденції роздрібною торгівлі України, неодмінно слід звернути увагу на провідних операторів в даному сегменті.

Станом на кінець 2013 року названо 10 найбільших роздрібною мереж України [9,10]. У таблицях.1, 2 наведено перші 5 за оборотом та кількістю торгових точок.

Таблиця 1

5 найбільших продуктових ритейлерів (за оборотом) (на основі [9])

№	Ритейлер	Оборот (за 2013 рік)	К-сть магазинів
1	АТБ-Маркет	28,16 млрд грн	829
2	Fozzy Group (Fozzy, Сільпо, Фора)	26 млрд грн	452
3	METRO Cash & Carry	850 млн євро (за 9 міс. 2013р.)	31
4	Рітейл Груп (Велика Кишеня)	6,2 млрд грн	106
5	Ашан Україна (Auchan)	6 млрд грн	10

Таблиця 2

10 найбільших продуктових ритейлерів (за кількістю магазинів)

№	Ритейлер	К-сть торговельних точок (2013 рік)	К-сть областей покриття (2013 рік)
1	АТБ-Маркет	829	17
2	Fozzy Group (Fozzy, Сільпо, Фора)	452	25
3	Volwest Group (Наш Край)	131	11
4	ТОВ "Український ритейл (Брусничка)	121	6
5	Фуршет	106	21

Незважаючи на те, що в 2014 році за рахунок кризи та змін у політичному житті України обсяги реалізації та кількість торгових точок дещо змінилися, структура основних гравців галузі залишається незмінною і нині. Варто зазначити, що до 2014 року галузь роздрібної торгівлі зростал, що свідчило про позитивні зрушення у економіці. Проте, Зз рис. 2 очевидно, що навіть у моменти значного підйому, Україна залишалася менш розвинутою порівняно з провідними країнами світу. [11].

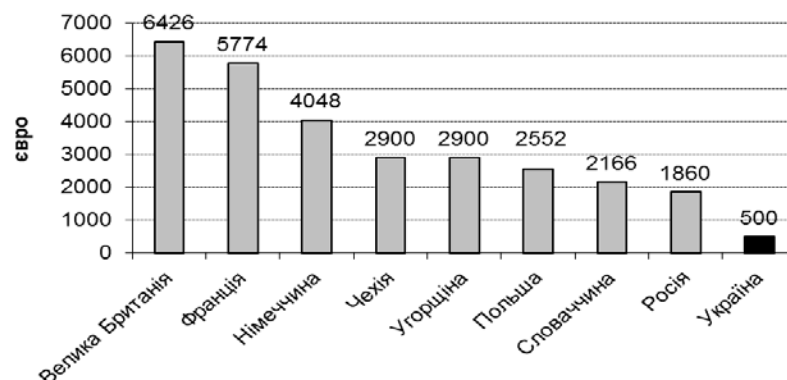


Рис.2 Обсяги роздрібного товарообороту на душу населення в країнах світу[11]

Останні ж роки стали великим випробуванням для гравців ринку та галузі загалом. У 2014 році роздрібний товарообіг в Україні скоротився на 8,6% порівняно з 2013 роком – до 903,535 млрд грн. Обіг роздрібною торгівлю в Україні в січні-лютому 2015 року знизився на 21,2% порівняно з аналогічним періодом 2014 року (у порівнюваних цінах) – до 139,965 млрд грн. найбільше знизився обіг роздрібною торгівлю в Луганській і Донецькій областях – на 89,8% і 66,8% до 746,1 млн. грн і 5,848 млрд грн відповідно. Найменше скорочення роздрібного товарообігу в січні-лютому спостерігалось в Київській (на 3,7%, до 6,472 млрд грн), Чернівецькій (на 5,6%, до 2,36 млрд грн) і Одеській (на 7,6%, до 10,19 млрд грн) областях. Роздрібний товарообіг у Києві за звітний період знизився на 17,3% - до 20,446 млрд грн.[12]

У розрізі товарної структури слід сказати, що найбільшу частку у роздрібному товарообороті торгової мережі статично займають тютюнові, та алкогольні вироби(сумарно по різних товарних категоріям), а також м'ясо та ковбаси. В умовах кризи, якої зазнала країна в 2014 році, велику частку стали займати також консерви, а також цукрові та кондитерські вироби. Детальну характеристику наведено у табл. 3.

Найменшу частку у структурі товарообороту займають сіль, тваринні жири, фруктові-ягідні консерви та маргарин. Така структура товарообороту обумовлена, перш за все, вартістю товарів та нормою використання за один раз.

Таблиця 3

Товарні категорії, що займають найбільшу частку у товарообороті
 (дані вказані за 9 місяців 2014 року) (удосконалено на основі [13])

№	Категорії товарів	% у підсумку	Сума тис грн
1	Вироби тютюнові	7,1	22143640
2	М'ясо та птиця свіжі та заморожені	2,4	7462369,5
3	Горілка та вироби лікєро-голірчані	2,2	6961540,5
4	Вироби цукрові кондитерські	2,1	6725375,6
5	М'ясо копчене солоне та ковбасні вироби	2,1	6574215,7

Незважаючи, на кризу галузі та значний спад попиту на більшість товарних категорій, існують категорії, попит на які суттєво зріс у 2014 порівняно з 2013.

Таблиця 4

Товарні категорії, на які зріс попит
 (дані вказані за 9 місяців 2014 року порівняно з даними за 9 місяців 2013)
 (удосконалено на основі [13])

№	Товарна категорія	Обсяг продажу за 9 місяців 2014 року (тис. грн.)	Обсяг продажу за 9 місяців 2013 року (тис. грн.)	Відсоток, на який збільшився обсяг
1	Сіль	527749,7	385745,3	36,8
2	Вироби макаронні	984380,6	745968	32
3	Чай кава та прянощі	245173,7	192025,6	27,7
4	Борошно	1415549,6	1156473,5	22,4
5	Крупи	1831884,7	1510395,2	21,3

Ріст попиту на вище вказані товарні категорії не є характерним для України за нормальних умов, проте в умовах кризи та за рахунок штучного ажіотажу попит зростає.

У 2014 році кризи зазнали багато країн світу, у тому числі Україна. Варто зазначити, що Україна відчула кризу гостро: вона негативно позначилась майже на всіх галузях економіки, а, як результат, на економіку країни загалом. На це вплинули як економічні, так і особливі політичні процеси, які спостерігаються і сьогодні.

До основних негативних наслідків у галузі роздрібної торгівлі слід віднести:

1. Небажання іноземних інвесторів вкладати гроші в українські мережі або відкривати власні через нестабільне політичне становище;
2. Різке та невиправдане зростання цін;
3. Погіршення відносин з постачальниками імпортованих товарів;
4. Негативний вплив коливань валютного курсу, що спричиняє постійну переоцінку товарів та складнощі закупівлі імпортованих товарів;
5. Втрати доходу від магазинів Донецької та Луганської областей через складну ситуацію у цих регіонах.

Варто зазначити, що криза, не зважаючи на домінуючу кількість негативних наслідків, дала можливість вітчизняному виробнику просунутись вперед. Роздрібні мережі отримали можливість налагоджувати власне виробництво, а також використовувати у своїй діяльності «Власний імпорт», що робить імпортовані товари дешевшими.

Спираючись на досвід провідних країн світу, слід зазначити, що ключовим шляхом подолання кризи у галузі реалізації харчових продуктів є налагодження вітчизняного виробництва і, як результат, реалізація вітчизняних товарів. Очевидно, що така стратегія позитивно позначиться на економіці країни, оскільки з одного боку задіє виробничі потужності країни, а з іншого – дозволить споживачу купляти якісні вітчизняні товари.

Безсуперечно, споживачі з високим рівнем матеріального забезпечення будуть купувати імпортовані товари престижного статусу, для чого у провідних країнах відкриті супермаркети елітного типу. В Україні, на разі, також існують такі супермаркети, зокрема це: «Фуршет Гурман», «Ля Сільпо», «Delight» тощо. А отже, існує реальна можливість зменшення наслідків кризи за рахунок збільшення кількості вітчизняних товарів у звичайних супермаркетах та зосередження імпортованих, а також елітних товарів у спеціальних магазинах.

Висновки. Отже, ринок роздрібної торгівлі є одним з ключових секторів економіки будь-якої країни. Очевидно, що розвиток даного ринку може не лише сприяти розвитку національних економік, а й регулювати їх. Для України, як для країни, що здобула незалежність порівняно нещодавно, ринок роздрібної торгівлі у форматі провідних країн світу є досить новим. Варто зазначити, що за останні роки він зазнав великих змін і до 2014 року постійно розвивався.

Проте, через кризу 2014 року, економіка України та майже всі її галузі зазнали падіння. Обсяги продажу значно скоротилися, а попит впав майже на всі категорії товарів. За рахунок нестабільного становища та штучного ажіотажу попит на деякі групи товарів зріс. Незважаючи на численні негативні наслідки криза дала можливість розвиватися національним підприємствам, а роздрібним мережам – оптимізувати власну діяльність за рахунок налагодження власного виробництва та «Власного імпорту».

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Роздрібна торгівля у каналах розподілу, Поняття, склад і функції роздрібної торгівлі, Маркетингова політика розподілу -
2. Савощенко А.С. Навч. посібник Інфраструктура товарного ринку– К.: КНЕУ, 2004.
3. Дашков Л.П., Памбухчянц В.К. [Організація](#), технологія і проектування торговельних підприємств: Підручник для [студентів](#) вищих навчальних закладів. - М.: ІОЦ "Маркетинг" 2006, 365с
4. Мешечкіна Р.П. Роздрібний продаж товарів та обслуговування покупців. - Білгород, 2002. - 168 с.
5. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения: ГОСТ 15467-79. –[Действителен с 01.07.1979] [Электронный ресурс] / Электронная библиотека стандартов и нормативов. — Режим доступа: <http://www.e-gost.org.ua/gost/9174-gost-15467-79.html>.
6. Quality management and quality assurance (ISO 8402:1994) [Электронный ресурс] / Сайт Міжнародної організації по стандартизації. — Режим доступа: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=20115.
7. Фейгенбаум А. Контроль качества продукции / А. Фейгенбаум ; пер. с англ. — М. : Экономика, 1994. — 471 с.
8. Parasuraman A. SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality / A. Parasuraman, B. Zeithaml, L. Berry // Journal of Retailing. — Spring 1988. P. 12—40.
9. Топ 10 крупнейших украинских продуктовых ритейлеров [Электронный ресурс] / Сайт Новини ЛігаНет — Режим доступа:liga.net
10. Топ-10 FMCG-ритейлерів України [Электронный ресурс] / Сайт Форбс Україна — Режим доступа:forbes.ua,
11. Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг / К. Гренроос. — М. : Прогресс, 2008. — 179 с.
12. Торгівля в Україні впала[Электронный ресурс] / Сайт Новини Уніан — Режим доступа: <http://economics.unian.ua/>
13. Державна служба статистики України [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

РЫНОК РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

ХОМЕНКО А. И., ГЕСЕЛЕВА Н.В., СОКУРЕНКО Н. В.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Исследования рынка розничной торговли в Украине и оценка состояния рынка ритейла в условиях кризиса.

Методика. Использование методов статистического анализа товарооборота и объема реализации, сравнительного анализа цен и спроса, а также методов экспертных и рейтинговых оценок ритейла.

Результаты. Определены основные показатели, характеризующие рынок розничной торговли, проведена оценка состояний рынка на различных этапах.

Научная новизна. Определено состояние рынка розничной торговли в Украине и предложены пути минимизации негативных последствий в условиях кризиса.

Практическая значимость. Проведение исследования состояния рынка розничной торговли в нестабильных условиях позволяет оптимизировать деятельность компаний и предотвратить увеличение угроз и рисков в их деятельности.

Ключевые слова: *рынок розничной торговли, ритейл, торговые площади, супермаркеты, розничные сети, товарная структура.*

RETAIL MARKET IN UKRAINE

KHOMENKO A., HESELEVA N., SOKURENKO N.

Kyiv National University of Technology and Design

Purpose. To make a research of the retail trade in Ukraine and assessment the retail market in crisis.

Methodology. It was used the methods of statistical analysis of turnover and sales volume, the comparative analysis of prices and demand, as well as methods and expert ratings of retail.

Findings. It identified the main indicators describing the retail market, evaluated the market conditions at various stages.

Originality. It was determined a condition of the retail market in Ukraine and ways to minimize negative consequences of the crisis.

Practical value. Conducting research of a condition the retail market in unstable conditions allows optimizing the companies' activity and to prevent the increase of threats and risks.

Keywords: *retail market, retail, shopping areas, supermarkets, retailers, commodity structure.*