

УДК 332.133:339.3

Ковальська Л.Л., д.е.н., професор

Речун О.Ю., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ: СУТНІСТЬ, ОЦІНКА ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

У статті досліджено сутність поняття «роздрібна торгівля». Подано авторське бачення сутнісної характеристики роздрібною торгівлі. Проведено аналіз та оцінку розвитку роздрібною торгівлі в Україні та регіонів зокрема. Запропоновано напрями розвитку роздрібною торгівлі регіонів держави

Ключові слова: торгівля, роздрібна торгівля, торговельна мережа, регіон, оцінка, розвиток, об'єкти торгівлі

Kovalska L., Rechun A.

RETAIL: ESSENCE, ASSESSMENT AND AREAS OF DEVELOPMENT

In the article the essence of the concept of "retail." Posted authors' view of the essential characteristics of retailers. The analysis and assessment of retail development in Ukraine and the regions in particular. Directions retail development regions of the country

Keywords: trade, retail trade, retail chain, region, assessment, development, trade objects

Ковальська Л.Л., Речун А.Ю.

РОЗНИЧНА ТОРГОВЛЯ: СУЩНОСТЬ, ОЦЕНКА И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В статье исследована сущность понятия «розничная торговля». Представлено авторское видение сущностной характеристики розничной торговли. Проведен анализ и оценка развития розничной торговли в Украине и регионов в частности. Предложены направления развития розничной торговли регионов страны.

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, торговая сеть, регион, оценка, развитие, объекты торговли

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Роздрібна торгівля як ланка розвитку національної та регіональної економік зокрема, набуває особливого значення в умовах активізації трансформаційних процесів. Трансформаційні процеси призвели до радикальних змін економічних умов функціонування об'єктів роздрібною торгівлі, виникнення значних диспропорцій у рівнях її розвитку. Максимальне задоволення попиту та потреб населення у різних видах товарів та торговельних послуг вимагає збалансованого та раціонально організованого процесу розвитку роздрібною торгівлі. З іншої сторони, вагомим значення набувають питання територіальної організації роздрібною торгівлі та територіальної доступності до об'єктів торгівлі. Це вимагає детального обґрунтування та дослідження процесів розвитку роздрібною торгівлі у регіонах держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Теоретичні та прикладні засади розвитку роздрібною торгівлі знайшли своє відображення в роботах провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема таких як Апопій В.В. [1], Голошубова Н.О. [2], Гончаров П.Г. [3], Мішук І.П. [1], Памбухчянц О.В. [4], Платонов В.М. [5], Соболев В.О. та ін. Проте ряд питань, пов'язаних із визначенням сутнісної характеристики роздрібною торгівлі, вибором системи показників оцінки роздрібною торгівлі, напрямів забезпечення її розвитку і досі залишаються невирішеними, що зумовлює необхідність подальших поглиблених

досліджень.

Цілі статті. Основною ціллю досліджень є визначення напрямів розвитку роздрібної торгівлі регіонів держави на основі з'ясування сутнісної характеристики поняття «роздрібна торгівля» та проведення її оцінки.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Зважаючи на поставлені цілі дослідження, першочергово дослідимо та деталізуємо сутність поняття «роздрібна торгівля». У сучасній економічній науці є досить багато публікацій з приводу змісту роздрібної торгівлі та торговельної мережі зокрема, які різняться за своєю суттю. На думку Бергер І.М., торговельна мережа – це сукупність роздрібних підприємств, що діють на визначеній території, яка є окремою адміністративною одиницею. В свою чергу, Бланк І.О. зазначає, що реалізація товарів покупцям здійснюється через певні пункти продажу, які формують роздрібну торгівлю певного регіону [1, с.45; 2]. Вагомий внесок у розвиток роздрібної торговельної мережі внесли такі науковці, як Дашкова Л.П. та Памбухчянц В.К., які в своїх дослідженнях зазначали, 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 [3, с.25]. Памбухчянц О.В. роздрібну торгову мережу трактує як сукупність великої кількості роздрібних торгових підприємств, що здійснюють купівлю-продаж товарів і надання послуг покупцям для їх особистого, сімейного та домашнього використання [4, с. 9]. В структуру роздрібної торговельної мережі він включає магазин, магазин-склад, павільйон, кіоск, палатку, посылкову торгівлю. На думку Голошубової Н.О., роздрібна торгівля є основною складовою частиною 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 [5, с.8]. Інші науковці (Єгоров В.Ф.) роздрібну торгову мережу представляють як сукупність підприємств роздрібної торгівлі, розміщених в межах конкретної території [6, с.27]. Колектив науковців Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. роздрібну торгову мережу трактують як “загальну сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою” [7, с.300]. Платонов В.М. роздрібну торгову мережу представляє як сукупність пунктів роздрібного продажу товарів [8, с.20]. На думку Тимофєєвої О. та Голошубової Н.О., торгова мережа являє собою 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 [9, с.69]

Зважаючи на це, у своїх дослідженнях будемо виходимо з того, що роздрібна торгівля представляє собою діяльність, пов'язану із купівлею-продажем товарів та послуг кінцевим споживачам для особистого, сімейного і домашнього використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю. Здійснюючи купівлю-продаж товарів безпосередньо кінцевому споживачу та надаючи різні види послуг, вона задовольняє потреби споживача в них.

Забезпечення ефективного розвитку роздрібної торгівлі неможливе без комплексного аналітичного дослідження передумов та результатів її функціонування. Зокрема, важливим є вибір показників та індикаторів, що дозволяють дати кількісну оцінку динаміки та основних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі держави в цілому та її регіонів зокрема.

В цілому, по Україні на початок 2015р. в Україні діяло 12,7 тис. підприємств (юридичних осіб), які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлю. З них підприємств, основним видом діяльності яких за класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) є роздрібна торгівля (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) - налічувалося 8,1 тис. підприємств, оптової та роздрібною торгівлю автотранспортними засобами та мотоциклами – 0,9 тис., підприємств інших видів економічної діяльності – 3,7 тис. У загальній кількості підприємств роздрібною торгівлю 45,7% (3,7 тис.) становили підприємства з торгівлю продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами у неспеціалізованих магазинах, 41,4% (3,3 тис.) – підприємства торгівлю непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах, з яких 53,3% (1,8 тис.) займалися торгівлю фармацевтичними товарами.

За організаційними формами суб'єктів економіки найбільша кількість підприємств, які здійснювали роздрібну торгівлю, припадала на товариства з обмеженою відповідальністю (48,6%).

На 1 січня 2015р. в Україні на балансі підприємств (юридичних осіб), які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлю, налічувалося 38,6 тис. магазинів. Проти 1 січня 2014р. кількість магазинів у цілому зменшилася на 10%, у т.ч. у містах та селищах міського типу – на 10%, у сільській місцевості – на 10,2% і становила відповідно 29,8 тис. та 8,8 тис. магазинів.

Торгова площа магазинів проти 1 січня 2014р. зменшилася на 13,3% і на початок 2015р. становила 7,8 млн.м². При цьому в містах та селищах міського типу вона скоротилася на 13,9% і склала 7 млн.м², у сільській місцевості – на 7,4% і становила 0,8 млн.м². Торгова площа в розрахунку на один міський магазин у 2014р. була майже в 3 рази більша, ніж на один сільський – 235 м² і 83 м², відповідно у 2013р. – 246 м² і 81 м². Таку динаміку можна простежити на даними наведеними у табл.1.

Таким чином, здійснимо аналіз та оцінку роздрібною торгівлю, які передбачають два напрями дослідження:

- 1) аналіз забезпеченості регіону торговельними об'єктами;
- 2) аналіз результативності функціонування об'єктів роздрібною торгівлю.

Аналіз забезпеченості регіону торговельними об'єктами здійснюється за такими показниками, як кількість підприємств роздрібною торгівлю; забезпеченість населення мережею роздрібною торгівлю; забезпеченість населення торговою площею у магазинах; кількість об'єктів ресторанного господарства; кількість місць у мережі ресторанного господарства; забезпеченість населення мережею ресторанного господарства.

Аналізуючи мережу роздрібною торгівлю за кількістю об'єктів торгівлю, слід відмітити наступне. У динаміці за період 2005–2013 років спостерігається щорічне зменшення кількості об'єктів торгівлю як в цілому по Україні, так і по регіонах зокрема. У 2013 році найбільша кількість об'єктів торгівлю була зосереджена у Донецькій (5,2 тис.од.), Дніпропетровській (3,9 тис.од.), Львівській (3,7 тис.од.), Харківській (3,5 тис.од.) областях та м. Києві (5,1 тис.од.). Водночас, найменше їх зосереджено у Чернівецькій (0,9 тис.од.), Тернопільській (1,1 тис.од.), Сумській (1,3 тис.од.), Закарпатській (1,3 тис.од.). Розглядаючи мережу роздрібною торгівлю у міській та сільській місцевостях, необхідно відмітити, що вона також значно різниться у регіональному розрізі. Якщо аналізувати їх зосередженість у регіонах, то найбільше їх у м. Києві, м. Донецьку, м. Львові.

Аналізуючи забезпеченість населення торговельною площею у магазинах, необхідно відмітити, що у динаміці за досліджуваній період на фоні зменшення кількості об'єктів торгівлю спостерігається зростання торговельної площі магазинів. Це обумовлено розширенням магазинів, диверсифікацією продукції для більш комплексного задоволення потреб споживачів. Найбільша площа магазинів у розрахунку на 10000 осіб спостерігається у Дніпропетровській (786 тим.м²), Харківській (582 тим.м²), Запорізькій (414 тим.м²), Одеській (636 тим.м²), Львівській (436 тим.м²) областях,

м.Києві (1438 тис.м²). Найменший рівень забезпеченості населення торговою площею у Чернівецькій (116 тис.м²), Тернопільській (117 тис.м²) областях.

Таблиця 1

Мережа роздрібної торгівлі підприємств по Україні (на кінець року)*

	Кількість магазинів, од			Торгова площа магазинів, тис.м ²			Кількість кіосків та АЗС, од		
	2014р.	2013р.	2014р. у % до 2013р.	2014р.	2013р.	2014р. у % до 2013р.	2014р.	2013р.	2014р. у % до 2013р.
Україна	38621	42922	90,0	7752,9	8946,1	86,7	10986	13363	82,2
Вінницька	1548	1692	91,5	202,0	232,1	87,0	421	456	92,3
Волинська	1097	1124	97,6	159,7	160,9	99,3	322	335	96,1
Дніпропетровська	3050	3106	98,2	722,6	786,1	91,9	587	795	73,8
Донецька	1693	3782	44,8	438,4	878,4	49,9	288	1259	22,9
Житомирська	1360	1458	93,3	161,2	184,8	87,2	302	284	106,3
Закарпатська	957	987	97,0	177,7	177,0	100,4	285	332	85,8
Запорізька	1729	1752	98,7	314,2	413,9	75,9	512	545	93,9
Івано-Франківська	1166	1210	96,4	168,5	179,6	93,8	294	301	97,7
Київська	2060	2136	96,4	421,5	407,5	103,4	697	745	93,6
Кіровоградська	1133	1183	95,8	137,9	153,6	89,8	306	324	94,4
Луганська	493	1763	28,0	73,4	353,1	20,8	73	770	9,5
Львівська	3018	2899	104,1	437,8	435,4	100,6	763	829	92,0
Миколаївська	952	986	96,6	209,4	235,8	88,8	406	453	89,6
Одеська	2318	2321	99,9	584,5	636,8	91,8	720	708	101,7
Полтавська	1510	1605	94,1	241,3	266,1	90,7	381	422	90,3
Рівненська	1217	1231	98,9	200,7	197,0	101,8	258	248	104,0
Сумська	1021	1090	93,7	171,2	171,4	99,9	216	255	84,7
Тернопільська	820	826	99,3	109,2	117,1	93,3	247	287	86,1
Харківська	2317	2221	104,3	571,3	581,6	98,2	1272	1256	101,3
Херсонська	1015	974	104,2	209,3	208,6	100,3	286	309	92,6
Хмельницька	1427	1421	100,4	212,2	226,5	93,7	342	349	98,0
Черкаська	1167	1273	91,7	177,7	204,6	86,9	402	425	94,6
Чернівецька	666	688	96,8	108,4	116,4	93,2	203	187	108,6
Чернігівська	1164	1311	88,8	161,2	184,0	87,6	276	304	90,8
м.Київ	3723	3883	95,9	1381,6	1437,8	96,1	1127	1185	95,1

* - за даними Державного комітету статистики України

Аналізуючи мережу ресторанного господарства у 2013 році, необхідно відмітити, що існує значна диференціація у їх розміщенні за регіонами держави. Найбільша їх зосередженість спостерігається у Львівській (1,3 тис.од.), Харківській (1,7 тис.од.), Дніпропетровській (1,1 тис.од.) областях та м.Києві (1,7 тис.од.). Водночас, найменше їх

– у Чернівецькій (0,3 тис.од.), Чернівецькій (0,3 тис.од.), Херсонській (0,3 тис.од.), Закарпатській (0,3 тис.од.), Миколаївській (0,4 тис.од.) областях. Аналізуючи їх кількість в цілому по Україні, необхідно зазначити тенденцію до зменшення кількості об'єктів ресторанного господарства у 2013 році порівняно з минулими періодами (табл. 2).

Таблиця 2

Кількість об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств (на кінець року, тис.)*

Показники	Роки							
	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Роздрібна торгівля								
Усього	75,2	71,9	69,2	65,3	64,8	64,2	62,2	59,8
Магазини	55,8	52,3	50,5	47,6	48,0	48,4	47,2	45,5
У міських поселеннях	36,8	36,1	35,4	33,7	34,6	35,7	35,8	35,3
У сільській місцевості	19,0	16,2	15,1	13,9	13,4	12,7	11,4	10,2
На 10 тис. населення								
Об'єктів роздрібної торгівлі, од.	16	16	15	14	14	14	14	13
Торгової площі магазинів, м ²	1355	1616	1753	1744	1842	1975	2040	2073
Ресторанне господарство								
Усього	27,3	26,1	24,9	24,0	23,4	22,9	21,6	20,6
У міських поселеннях	19,2	18,2	17,4	16,3	15,9	15,7	14,6	14,0
У сільській місцевості	8,1	7,9	7,5	7,7	7,5	7,2	7,0	6,6
На 10 тис. населення								
Об'єктів ресторанного господарства, од.	6	6	5	5	5	5	5	5
Місць	361	361	354	353	348	344	334	324

* - за даними Державного комітету статистики України

Аналізуючи результативність функціонування об'єктів роздрібної торгівлі доцільно проаналізувати показники роздрібного товарообороту. Аналізуючи обсяг роздрібної торгівлі в цілому по Україні, необхідно відмітити тенденцію до його зростання, що свідчить про диверсифікацію роздрібної торговельної мережі у регіонах держави. Так, оборот роздрібної торгівлі в цілому по Україні зріс з 174,4 млрд.грн у 2005 році до 888,8 млрд.грн у 2013 році (табл. 3).

Значну частку обороту роздрібної торгівлі у загальному товарообороті займають такі регіони держави, як м. Київ (114351 млн грн), Дніпропетровська (68175 млн грн), Харківська (61979 млн грн), Одеська області (55568 млн грн).

Роздрібний товарооборот торговельної мережі свідчить про значні його розбіжності за регіонами держави. Лідерами є Дніпропетровська, Львівська, Одеська та Харківська області. Обсяги роздрібного товарообороту тісно пов'язані з кількістю їх розташування по території України. Найбільша щільність їх розміщення спостерігається у Дніпропетровській, Львівській та Харківській областях. Цікавим є аналіз результативності функціонування роздрібної торговельної мережі з позиції роздрібного товарообороту на душу населення. Роздрібний товарооборот на одну особу по Україні з кожним роком зростає. Якщо у 2005 році цей показник становив 2003 грн., то у 2013 році зріс майже у 5 раз склав 9520 грн.

Таблиця 3

Товарооборот торгівлі та ресторанного господарства (млрд.грн.)*

Роки	Оборот роздрібної торгівлі	Оборот ресторанного господарства	Роздрібний товарооборот підприємств
2005	174,4	7,5	94,3
2006	237,8	9,1	130,0
2007	325,1	11,7	178,2
2008	456,0	15,6	246,9
2009	444,3	15,4	231,0
2010	541,5	17,9	280,9
2011	685,7	21,2	350,1
2012	812,1	23,5	405,1
2013	888,8	24,6	433,1

* - за даними Державного комітету статистики України

Лідерами по обсягах роздрібного товарообороту на душу населення є Дніпропетровська область, де припадало 11436 грн. на одну особу, Київська область, що відповідно склало 13072 грн., аутсайдером є Тернопільська область, де на одну особу припадало 4693 грн. обсягу роздрібного товарообороту. Отож, можемо спостерігати регіональні асиметрії по цьому показнику майже у 3 рази. Це вказує на значну територіальну неоднорідність розміщення об'єктів роздрібної торгівлі по території держави та про різну результативність їх функціонування.

Зважаючи на проведені теоретичні та аналітичні дослідження, визначимо перспективні напрями розвитку роздрібної торгівлі регіонів держави:

- підтримка позитивних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі, пошук резервів підвищення результативності її функціонування, забезпечення територіальної доступності роздрібної торговельної мережі, розширення торговельної мережі, збільшення кількості надання торговельних послуг, удосконалення логістичного ланцюга «постачання–виробництво–збут»;

- інтенсивне впровадження новітніх видів торговельних послуг, впровадження геоінформаційних технологій, забезпечення високої результативності функціонування роздрібної мережі, застосування інтелектуального потенціалу для впровадження ефективних методів удосконалення розвитку роздрібної торгівлі;

- підвищення конкурентоспроможності товару, пошук цільових сегментів вітчизняних та іноземних ринків збуту, освоєння нових каналів просування товару;

- створення регіональних торговельних мереж, формування регіональної логістичної системи торгівлі; інтеграція усіх елементів регіональної логістичної системи у єдиний логістичний ланцюг;

- удосконалення територіальної структури торгівлі регіону шляхом формування «полюсів» росту, як напряму розвитку економічних зв'язків всередині регіональної логістичної системи;

- запровадження та удосконалення «електронної комерції» чи «інтернет-торгівлі» як важливого чинника диверсифікації роздрібної торгівлі.

Висновки. Таким чином, запропоновані заходи дозволять диверсифікувати мережу роздрібної торгівлі, удосконалити її територіальну організацію, територіально наблизити споживача до об'єктів роздрібної торгівлі та максимально задовольнити його потреби.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – К. : УФИМБ, 1997. – 408 с.
2. Бланк И.А. Торговый менеджмент : учебный курс / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 488 с.
3. Дашкова Л.П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / Л.П. Дашкова, В.К. Памбухчиянц. – М. : ИВЦ Маркетинг, 2000. – 336 с.
4. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли : учебник для начального профессионального образования по профессии «Продавец, контролер-кассир» / О.В. Памбухчиянц. – М. : Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. – 284 с.
5. Голошубова Н.О. Организация торговли : учеб. для студ. высш. навч. закл. / Н.О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с.

6. Егоров В.Ф. Организация торговли : учебник для вузов / В.Ф. Егоров. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 352 с.
7. Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник. – 2-ге вид., перероб. та доп. / Апопій В.В., Мішук І.П., Ребицький В.М. та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
8. Платонов В.Н. Организация торговли : учеб. пособие / В.Н. Платонов. – Минск : БГЭУ, 2002. – 287 с.
9. Тимофеева О. Проблеми розвитку продовольчих торгових мережі в Україні // Вісник КНТЕУ. – 2007. – №6. – С.69–76.