

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки

Ефективна ЕКОНОМІКА

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет



№ 7, 2012

[Назад](#)

[Головна](#)

УДК 339.378:005.22

*Н. І. Верхоглядова,
д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи ДВНЗ «ПДАБА»
Р. С. Шостак,
аспірант кафедри економічної теорії, національної та прикладної економіки КПУ*

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ТОРГІВЛІ ДЛЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

N. I. Verhoglyadova, R. S. Shostak

ROLE AND IMPORTANCE OF TRADE IN DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY OF UKRAINE

У статті наведено огляд сучасних тенденцій функціонування торгівельної галузі України. Встановлено, що торгівля відіграє визначну роль в сталому розвитку національного господарства. Виявлено залежність між показниками функціонування торгівлі та показниками розвитку національної економіки.

Ключові слова: торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, торгівельна мережа, розвиток національного господарства.

This article provides an overview of current trends of trade functioning in Ukraine. Found that trade plays an important role in the sustainable development of national economy. Was proved the dependence between the trade functioning indicators and the indicators of national economy development.

Key words: trade, wholesale, retail, trade network, development of national economy.

ВСТУП

В сучасних післякризових умовах надзвичайної важливості набуває внесок кожної сфери економічної діяльності в розвиток національного господарства. Традиційно рушійною силою розвитку національної економіки вважається виробництво. Однак, визнаючи значимість галузей виробничої сфери, не слід применшувати роль торгівлі, завдяки якій стає можливим дотримання балансу між виробництвом і споживанням, формується суттєва частка валової доданої вартості в Україні, забезпечується робочими місцями економічно активне населення.

Торгівельна діяльність як одна з найважливіших складових економіки України, від якої залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність, сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап посткризового розвитку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питанням розвитку торгівлі та ринку присвятили роботи багатьох авторів: В.В.Радаєва, І.М.Мельник, В.В.Апопій, С.Г.Бабенко, О.І.Бланк, Я.А.Гончарук, В.П.Косаріна, І.Т.Мазаракі тощо. Роботи науковців висвітлюють еволюцію торгових форматів, специфіку та переваги оптової та роздрібно торгівлі, тенденції та перспективи подальшого розвитку торгівельної галузі. Багато матеріалу присвячено аналізу стану ринку, прогнозам його подальшого розвитку. Водночас, недостатньо уваги приділяється дослідженню взаємозв'язку, що існує між функціонуванням торгівлі та торговельних мереж та показниками, що характеризують розвиток національної економіки

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Все вищезазначене засвідчило високу актуальність та зумовило мету даної роботи – дослідити тенденції, що склалися в торгівельній галузі України на сучасному етапі її розвитку, зокрема формування торговельних мереж, як специфічних утворень в сфері торгівлі, встановити взаємозалежність між показниками функціонування торговельних підприємств та показниками розвитку національного господарства. Задля досягнення поставленої мети автором використано загальнонаукові методи дослідження, такі як аналіз, синтез, узагальнення, порівняння, а також інструментарій кореляційно-регресійного аналізу.

РЕЗУЛЬТАТИ

В першу чергу, варто акцентувати увагу на тому, що торгівля пройшла складний процес трансформації в ринкову економіку та зазнала значних витрат: кількісно зменшилася мережа торговельних підприємств, інфляція і гіперінфляція знецінила власні обігові кошти, а тривала збитковість підприємств галузі призвела до повної втрати власних обігових коштів у більшості обласних спілок споживчих товариств України. У процесі вдосконалення маркетингу, менеджменту й управління фінансами споживчій кооперації з часом вдалося змінити ситуацію на краще [1].

Про це свідчить динаміка оптового та роздрібно товарообороту України за 2007-2011 роки, наведена на рисунку 1.

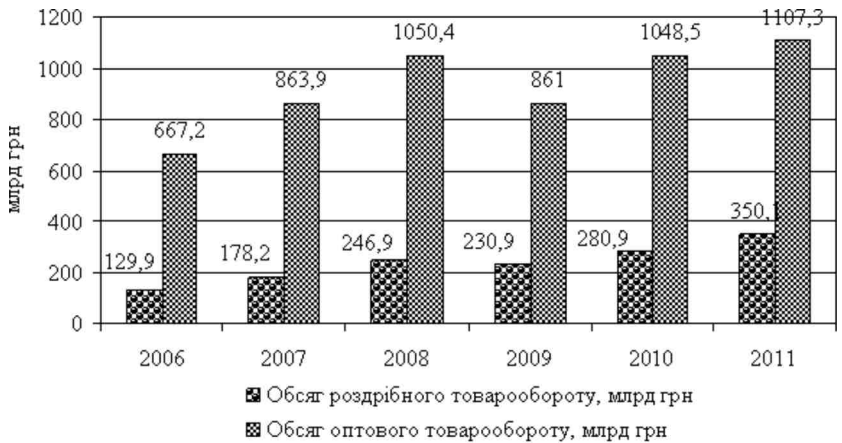


Рис. 1. Динаміка роздрібного та оптового товарообороту підприємств торгівлі України за 2006-2011 роки*
 * Побудовано на основі даних джерела [3]

Як видно з даних рисунку 1, як роздрібний, так і оптовий товарооборот підприємств торгівлі України змінювались хвилеподібно. Так, протягом трьох перших років досліджуваного періоду обсяги роздрібного товарообороту зросли в діючих цінах на 117 млрд грн. або на 90,1%, а обсяги оптового товарообороту – на 383,2 млрд грн. або на 57,4%. Наступний 2009 рік ознаменувався падінням величини оптового та роздрібного товарообороту на 16 та 189,4 млрд грн (6,5 та 18,0%) порівняно з 2008 роком відповідно. Таке скорочення було зумовлено, в першу чергу, розгортанням кризових процесів не лише в економіці України, але й у світі в цілому. Незважаючи на певне скорочення товарообороту, воно було порівняно невеликим та було призупинено вже наступного 2010 року. Протягом наступних років оптовий товарооборот 246,3 млрд грн або на 28,6%, в той час, як роздрібний товарооборот збільшився порівняно з 2009 роком на 119,2 млрд грн або на 51,6%. В цілому за 2006-2011 роки оптовий товарооборот в діючих цінах зріс на 440,1 млрд грн або на 66,0%. Зростання роздрібного товарообороту склало за 2006-2011 роки 220,2 млрд грн. або на 1,7%.

Щодо динаміки фізичного обсягу роздрібного товарообороту, то показники, які її характеризують, наведені на рисунку 2.

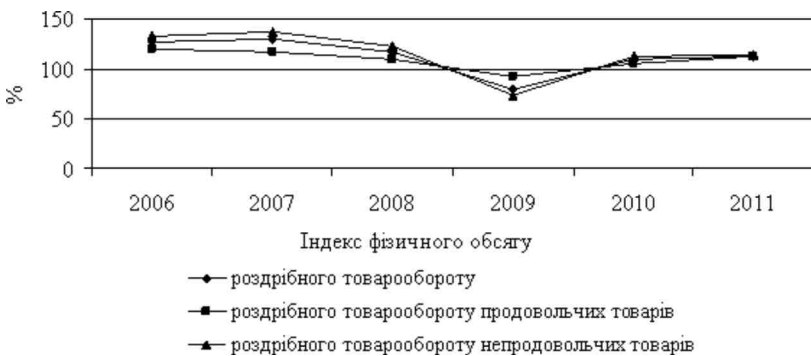


Рис. 2. Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту України*
 * Побудовано на основі даних джерела [3]

Індекси наведені на рисунку 2 засвідчують, що фізичний обсяг і роздрібного товарообороту в цілому, і товарообороту продовольчих та непродовольчих товарів зокрема протягом 2006-2008 років збільшувався. Кризовий 2009 рік відзначився скороченням фізичного обсягу роздрібного товарообороту на 20,9%. При цьому найбільше скоротився роздрібний товарооборот непродовольчих товарів (на 23%) при скороченні товарообороту продовольчих товарів лише на 8,4%. Протягом наступних 2010 та 2011 років індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту (в тому числі, і за групами товарів) знов перевищили 100%, що дає змогу говорити про його нарощування. У 2011 році збільшення фізичного обсягу товарообороту продовольчих товарів склало 12,8%, що на 7% більше за зростання 2010 року, однак на 6,2% менше за зростання 2006 року. Зростання фізичного обсягу товарообороту непродовольчих товарів у 2011 році склало 13,6%, що на 0,7% більше ніж у попередньому році але на 18,5% менше ніж у 2006 році.

На динаміку товарообороту значною мірою позитивно впливали різноманітні фактори, такі як збільшення кількості універсальних магазинів (універсамів, супермаркетів), добре оснащених сучасним холодильним і технологічним устаткуванням; упровадження нових форм торгівлі; рекламні та заохочувальні заходи тощо. Вони також сприяють зниженню витратомісткості товарообороту, збільшуючи фінансові можливості подальшого розвитку галузі.

Тенденція у функціональному розподілі роздрібного товарообороту підприємств вказує на те, що загалом цей економічний показник формується за рахунок розвитку роздрібної торгівлі через роздрібну торговельну мережу (у 2010 році частка товарообороту роздрібної мережі в загальному роздрібному товарообігу становила 96%).

За 2011 рік через торговельну мережу підприємств було продано споживчих товарів на суму 338,7 млрд грн. При цьому, частка продажу споживчих товарів, які вироблені в Україні, у структурі товарообороту торговельної мережі становить 61,4%, що на 2,9% менш, ніж за 2010 рік (рисунком 3).

Як наочно видно з даних рисунку 3, найбільш стабільною лишалась частка продовольчих споживчих товарів, які вироблені на території України, у товарообігу торговельної мережі – близько 88% з незначним зниженням наприкінці досліджуваного періоду (за 2006-2011 роки зниження склало 2,1%).



Рис. 3. Частка продажу споживчих товарів, які вироблені на території України, через торговельну мережу, % *
* Побудовано на основі даних джерела [3]

Щодо товарів непродовольчих, вироблених на території України, то їх частка у товарообороті торговельної мережі є значно нижчою і має загальну тенденцію до зниження. Протягом 2006-2011 років цей показник скоротився на 8% і наприкінці досліджуваного періоду був меншим за 50%. Це говорить про поступову експансію ринку товарами зарубіжного виготовлення.

Найбільша частка продажу товарів, які вироблені на території України, спостерігалась у Черкаській, Кіровоградській, Житомирській, Сумській, Чернігівській та Херсонській областях (75,1-72,6%). У містах Києві та Севастополі, Закарпатській, Одеській, Донецькій, Харківській, Луганській областях ця частка в товарообороті була меншою, ніж у середньому по Україні (51,9-60,1%).

Товарну структуру роздрібно та оптового товарообороту підприємств України за 2006-2011 роки наведено в таблиці 1.

З даних таблиці 1 видно, що як в структурі роздрібно, так і в структурі оптового товарообороту переважають непродовольчі товари. При цьому, якщо питома вага продовольчих товарів в структурі роздрібно товарообороту протягом досліджуваного періоду коливається в межах від 34 до 40%, то в структурі оптового товарообороту частка продовольчих товарів є значно нижчою (в межах від 15,2 до 19,5%).

Таблиця 1. Товарна структура роздрібно та оптового товарообороту торговельних підприємств в Україні*

Рік	Питома вага в структурі роздрібно товарообороту, %		Питома вага в структурі оптового товарообороту, %	
	продовольчих товарів	непродовольчих товарів	продовольчих товарів	непродовольчих товарів
2006	38,2	61,8	15,5	84,5
2007	35,3	64,7	15,2	84,8
2008	34,4	65,6	14,8	85,2
2009	40,0	60,0	19,5	80,5
2010	39,5	60,5	18,5	81,5
2011	38,9	61,1	17,6	82,4

* Побудовано на основі даних джерела [3]

Щодо динаміки змін в структурі товарообороту, то однозначною її назвати важко. Адже протягом першої половини досліджуваного періоду питома вага продовольчих товарів в структурі роздрібно та оптового товарообороту зростала, але останніми роками зростання даного показника поступилося його зниженню. В цілому, в структурі роздрібно товарообороту частка продовольчих товарів зросла з 38,2 % у 2006 році до 38,9% у 2011 році. Щодо оптового товарообороту, то частка продовольчих товарів в його структурі за 2006-2011 роки зросла з 15,5 до 17,6%. Натомість торгівля непродовольчими товарами змінює свою значущість повторюючи зміну частки продовольчих товарів з протилежним знаком.

Поряд із зростанням обсягів роздрібно та оптового товарообороту та змінами в його структурі, останніми роками спостерігаються й інші зміни показників в торговельній сфері. Так, за даними Державного комітету статистики України кількість об'єктів роздрібно торгівлі України за 2006-2011 роки постійно знижується (таблиця 2). Наприкінці 2011 року в Україні функціонувало 64,2 тис. об'єктів роздрібно торгівлі, серед яких 48,4 тис. магазинів та 15,8 тис. кіосків та автозаправних станцій. В порівнянні з початком досліджуваного періоду кількість об'єктів роздрібно торгівлі у 2011 році скоротилась на 9,4 тис. од. або на 12,8%. Найбільше скоротилась кількість магазинів (на 6,2 тис. од. або на 11,4%).

Таблиця 2. Кількість та склад об'єктів роздрібно торгівлі України 2006-2010 рр.*

Роки	Наявність об'єктів роздрібно торгівлі, на кінець року, тис. одиниць	У тому числі	
		магазини	кіоски і автозаправні станції
2006	73,6	54,6	19,0
2007	71,9	52,3	19,6
2008	69,2	50,5	18,7
2009	65,3	47,6	17,7
2010	64,8	48,0	16,8
2011	64,2	48,4	15,8

* Побудовано на основі даних джерела [3]

Щорічне зменшення кількості об'єктів торгівлі при загальній тенденції обсягів товарообороту до збільшення, дозволяє дійти логічного висновку про те, що більш крупні учасники ринку поглинають своїх конкурентів. Це можна пояснити також тим, що дрібні торговельні об'єкти об'єднуються задля змоги протистояти зовнішньому середовищу (конкурентам, економічній та політичній ситуації в Україні).

Домінуючою тенденцією останніх часів є поява сучасних торговельних форматів та посилення ролі великих корпоративних угруповань у сфері торгівлі, тож підвищену увагу слід приділяти торговельним мережам та їх функціонуванню на сучасному етапі розвитку національного господарства.

Нижче наведена інформація про найбільш розповсюджені торговельні мережі (таблиця 3).

Як бачимо з даних таблиці 3, за географічним охопленням лідерами серед торговельних мереж є Сільпо, яка охопила 25 регіонів, та Фуршет, представлена в 21 регіоні України. Водночас за кількістю охоплених міст та магазинів беззаперечним лідером лишається АТБ (147 міст, 521 магазин). Найбільшу середню площу магазину має торговельна мережа Амстор (4100 кв.м).

Таблиця 3. Основні характеристики торговельних мереж України на 1 грудня 2011 р.*

	АТБ	Сільпо	Фора	Фуршет	Брусниця	Велика Кишеня	Еко-маркет	Амстор	Таврія В	Білла	NOVUS
Кількість регіонів	15	25	5	21	5	13	13	4	5	10	6
Кількість міст	147	56	11	58	44	19	26	11	8	13	8
Кількість магазинів	521	219	65	108	88	43	83	24	41	22	18
Середня торгівельна площа, кв. м	490	1100	290	1800	360	1950	840	4100	2400	1200	2100
Загальна торгівельна площа, тис. кв.м	≈255	≈240	≈19	≈194	≈32	≈85	≈70	99	98	25	38
Чисельність персоналу, тис. осіб	>26	>20	н/д	>18	>3	>7	≈7	10	8	1,5	3,5
Кількість власних ТМ	25	5	5	2	1	4	17	1	1	1	н/д

* сформовано в результаті власних досліджень

Щодо загальної торгівельної площі, то лідерами за цим показником лишаються АТБ (близько 255 тис. кв.м), Сільпо (близько 240 тис. кв.м) та Фуршет (близько 194 тис. кв.м). Так само ці торговельні мережі лідирують і за чисельністю персоналу. Наразі, популярною тенденцією є відкриття торговельними мережами власних торгових марок. Найбільше власних торгових марок має наразі АТБ (25 од.), Еко-маркет (17 од.).

Серед розглянутих торговельних мереж Сільпо, Фуршет, Велика Кишеня, Екон-маркет, Таврія В, Білла, NOVUS надають перевагу такому торговельному формату, як супермаркет. Домінуючим форматом торговельних мереж Фора та Брусниця є «магазин біля дому», АТБ – м'який дискаунтер, Амстор – гіпермаркет.

Значний внесок торгівельної галузі в розвиток національного господарства України можна охарактеризувати, вивчивши офіційні статистичні дані.

Галузь внутрішньої торгівлі є провідною галуззю економіки України та за деякими показниками посідає друге – третє місце в країні [4]. Так, частка торгівлі в загальному випуску товарів та послуг по країні складає 12,5%, а в структурі валової доданої вартості – 15,4% (друге місце після промисловості). За обсягами реалізованої продукції торгівельна діяльність у 2011 році посіла перше місце, принісши в економіку України 1550,9 млрд грн. або 38,9% загального обсягу реалізованої продукції.

В сфері торговельної діяльності у 2011 році було освоєно 17264,1 млн. грн. інвестицій в основний капітал, що на 28,2% більше за рівень 2010 року. При цьому, найбільше зростали обсяги інвестицій в основний капітал в оптовій торгівлі (на 59,5%) В сфері роздрібно торгівлі зростання було менш суттєвим – лише 10,7%. Натомість, в сфері торгівлі автомобілями інвестиції в основний капітал взагалі зменшились (на 2,7%). Інвестиції, залучені в сферу торгівлі, у 2011 році склали 7,3% загального обсягу інвестицій в основний капітал, освоєних в економіці України.

Незважаючи на зростання внутрішніх інвестицій, світові інвестори не вважають Україну привабливою для інвестування. Відповідно до звіту міжнародної консалтингової компанії А.Т.Keamey «Індекс розвитку глобального ритейлу», Україна посідала у 2006 році 4 місце, 5-те – у 2007 році, 17-те – у 2008-2009 році, а протягом останніх років (2010-2011 рр.) взагалі не ввійшла до тридцятки найпривабливіших для даного роду інвестицій країн. Невисоку привабливість України експерти пояснюють поганою інфраструктурою, бюрократизацією, політичною нестабільністю і високою інфляцією.

Все вищезазначене не могло не відзначитися на фінансових результатах торговельних підприємств України (рисунок 4).

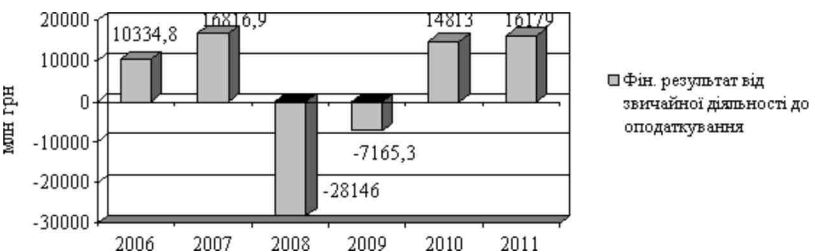


Рис. 4. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування підприємств торгівлі України за 2006-2011 роки, млн грн.*

* Побудовано на основі даних джерела [3]

Як бачимо з даних рисунку, у 2008-2009 кризових роках збитки торговельних підприємств перевищували прибутки, що мало наслідком негативний фінансовий результат по торговельних підприємствах. Наступні 2010-2011 роки фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування по підприємствах торгівлі знов набув позитивного значення. До того ж намітилась позитивна тенденція до його зростання. В цілому фінансовий результат від звичайної діяльності підприємств торгівлі забезпечив 14,3% фінансового результату по економіці в цілому (друге місце після промисловості).

Ще один велими важливий показник значимості галузі – кількість робочих місць, яке вона генерує. За цим показником торгівля займає одне з провідних місць, адже є одним з найкрупніших в країні роботодавців. У 2011 році в торговельній сфері були працевлаштовані 152,2 тис. осіб (19,9% усіх працевлаштованих громадян України). Кількість зайнятих працівників в торгівлі складала у 2011 році 1262,5 тис. осіб (16,2% з загальної кількості по Україні), найманих – 1236,0 тис. осіб (16,0% загальної кількості найманих працівників). За кількістю зайнятих та найманих працівників торгівельна галузь посідає друге місце в економіці, поступившись лише промисловості. Щоправда рівень заробітної плати в галузі є на 12% меншим за середню зарплату в Україні.

Представимо дані, що підтверджують важливість торгівельної діяльності для розвитку національного господарства України, на рисунку 5.



Рис. 5. Значення торгівлі для розвитку національного господарства

Як наочно демонструє рисунок 5, торгівля відіграє визначальну роль в забезпечення розвитку національного господарства. Для підтвердження взаємозв'язку між показниками, що характеризують торгівельну діяльність (обсяг роздрібною та оптовим товарообороту), та показниками, які традиційно використовуються для оцінки розвитку національного господарства (ВВП та ВВП на душу населення) можна скористатися інструментарієм кореляційно-регресійного аналізу. Для цього розрахуємо коефіцієнт кореляції Пірсона, який дозволяє визначити щільність зв'язку між ознаками. За властивостями коефіцієнт кореляції Пірсона аналогічний коваріації, але завдяки нормуванню (у знаменнику – добуток стандартних відхилень обох величин) є безрозмірною величиною:

$$r_{xy} = \frac{\sum (X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X - \bar{X})^2 \sum (Y - \bar{Y})^2}}$$

де X, Y - окремі значення ознак між якими встановлюється щільність зв'язку;

\bar{X}, \bar{Y} - середні значення ознак між якими встановлюється щільність зв'язку за ряд періодів.[2]

Розраховані коефіцієнти кореляції засвідчили наявність надзвичайно сильного зв'язку між обсягами товарообороту та показниками розвитку національного господарства: так, коефіцієнт кореляції між обсягом роздрібною товарообороту та ВВП склав 0,999, так само як між цим показником та ВВП на душу населення. Коефіцієнти кореляції між оптовим товарооборотом та показниками ВВП і ВВП на душу населення складають 0,915 та 0,911 відповідно.

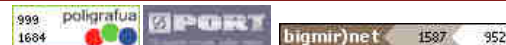
ВИСНОВКИ

В ході дослідження було встановлено, що торгівля відіграє важливе значення для розвитку національного господарства. Вона створює нові робочі місця, забезпечуючи роботою економічно-активне населення України, посідає перше місце за обсягами реалізованої продукції та друге місце за внеском галузі у валову додану вартість. Крім того, торгівельна галузь приносить 14,3% прибутку, отриманого економікою в цілому. З огляду на таке значення торгівлі для розвитку національного господарства та все більшу роль, яка в торгівельній сфері відводиться мережним структурам, регулювання функціонування торгівельних мереж набуває пріоритетного значення. Саме розробці механізму такого регулювання планує присвятити увагу автор даного дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

- Біла О. Г., Боднарчук І. Л. Торговельна галузь споживчої кооперації в контексті тенденцій розвитку роздрібною торгівлі України / О. Г. Біла, І. Л. Боднарчук // Українська кооперація.- №2. – 2009: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2009-2/content.htm>
- Клебанова Т. С. Економетрія : учеб. пособие / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, Е. В. Раевнева ; Харьк. нац. экон. ун-т. – Х. : ИД «Инжэк», 2005. – 156 с.
- Матеріали Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Рейтинг крупнейших компаний Украины – Ритейл: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://retailstudio.org/stats/>

Стаття надійшла до редакції 19.07.2012 р.



ТОВ "ДКС Центр"