

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

**Ефективна
ЕКОНОМІКА**

Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 7, 2013 [Назад](#) [Головна](#)

УДК 311.172

Д. А. Бесчастная,
старший преподаватель, старший преподаватель кафедры статистики, учёта и экономической информатики,
Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепропетровск
О. В. Лящевская,
студентка, Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепропетровск

СТАТИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА РАЗВИТИЯ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ

D. A. Beschastnaya,
senior teacher, senior teacher senior teacher of department of statistics, account and economic informatics,
Oles Gonchar Dnepropetrovsk national university
O. V. Lyashevskaya,
student, Oles Gonchar Dnepropetrovsk national university

STATISTICAL ASPECTS OF THE ANALYSIS OF THE RETAIL MARKET IN UKRAINE

Проведен анализ рынка розничной торговли Украины с использованием экономико-статистических методов анализа, выявлено характер развития данного рынка, а также проводится прогнозирование развития рынка розничной торговли Украины.

The analysis of the Ukrainian retail market was made with the economical and statistical methods of the analysis, also made the forecast of development of the Ukrainian retail market.

Ключевые слова: рынок розничной торговли, торговые сети, многофакторное прогнозирование, тенденция, сезонность.

Key words: retail market, distribution networks, multiple-factor forecasting, tendency, seasonality.

Актуальность проблемы: Внутренний рынок потребительских товаров является обобщающим индикатором развития экономики, поскольку от его размеров и эффективности, в частности активности деловой среды, открытости и интенсивности конкуренции, ориентированности на потребителя зависит производительность других секторов экономики и обеспечения равновесия между спросом и предложением. Объемы структура и эффективность внутреннего рынка являются определяющими факторами конкурентоспособности национальной экономики и обеспечения постоянного экономического роста.

Начиная с 2000 года, рынок розничной торговли активно развивается. За последние годы доля торговли в ВВП Украины складывает больше, чем 15%, увеличение объемов розничного товарооборота является одним из ключевых факторов устойчивого экономического развития страны.

Эффективное функционирование потребительского рынка сегодня для многих регионов мира, в том числе и нашей страны, является чрезвычайно актуальным. В экономике Украины проблема балансированности спроса и предложения потребительского рынка в целом.

Анализ последних научных исследований: Анализу украинского рынка розничной торговли посвящено довольно большое число научных работ, среди которых работы В.В.Апопия, Л.Л. Ковальская, К.В. Беляева, Ю.М. Хомяка и других ученых [1-2]. Работы В.В. Апопия касаются теоретических аспектов организации рынка розничной торговли, анализу её основных структурных элементов и их взаимодействию.

Работы Л.Л.Ковальской касаются такой проблемы, как оптимальное размещение торговых точек на территории страны путём анализа потребности населения в них.

Беляева К.В. и Хомяк Ю.М. рассматривают региональные особенности развития рынка розничной торговли на примере Львовской и Донецкой областей..

Однако недостаточное представление практических аспектов применения статистических методов для анализа развития рынка розничной торговли является проблемой данных работ.

Цель исследования: экономико-статистический анализ развития рынка розничной торговли Украины, выявление основных тенденций.

Основные результаты исследования: За 1995 – 2011 года объём розничного товарооборота вырос почти в 30 раз, причём наибольший его объём был зафиксирован в 2011 году, а наименьший – в 1995.

Самые большие приросты объёма розничного товарооборота в Украине были в 2011 и 2008 годах, но при сравнении с предыдущими годами – 2007 и 2010 – самым большим был прирост в 2008 году, так как при сравнении с 2007 годом объём розничного товарооборота вырос почти на 39%, в то время, как в 2011 году только на 25%. Значительно уменьшение объёма розничного товарооборота наблюдается в 2009 году, где объёмы снизились на 6% при сравнении с 2008 годом. За весь период объёмы розничного товарооборота в среднем каждый год росли на 26%, причём в период с 1995 по 2008 года он в среднем рос на 26% за год, а в период с 2009 по 2011 – на 12% [3].

Значение критерия Фостера-Стюарта показало, что данный динамический ряд имеет тенденцию, кроме того изменение объёмов розничного товарооборота предприятий Украины в период с 1995 по 2011 года имеет систематический, а не случайный характер, так как значение межгрупповой дисперсии больше за значение внутригрупповой.

В товарной структуре розничного товарооборота предприятий Украины за последние восемь лет преобладают продовольственные товары, что говорит о том, что население Украины тратит наибольшую часть своих доходов на продукты питания, то есть является бедным. Потребление кондитерских изделий в Украине имеет стабильный характер, что обусловлено развитием кондитерской отрасли в Украине и доступностью данной продукции для местного населения.

Потребление хлебулочных изделий в период с 2004 по 2011 годы снижается. Самый высокий объём потребления этого продукта наблюдается в 2004 году, что свидетельствует о обеднении населения, начиная уже с 2005 года доля этого продукта в товарной структуре розничного товарооборота снижается.

В целом же наибольшие структурные сдвиги в товарной структуре розничного товарооборота предприятий произошли в 2005 году, где она изменилась на 17,62% за счет изменения доли потребления хлебобулочных изделий, которая снизилась на 1,5 п.п. Кроме того, это можно объяснить нестабильностью политической ситуации в стране.

При сравнении товарной структуры розничного товарооборота предприятий в 2008 и 2011 году оказалось, что за пять лет она изменилась на 12,14%. В 2008 году почти на все продовольственные товары увеличилось потребление. В кризисный 2009 год наблюдается снижение потребления почти всех продуктов питания, кроме круп, муки, макаронных изделий, чая, кофе и сахара. Это свидетельствует об обеднении населения, так как оно вынуждено из-за нехватки средств перейти на низкосортную продукцию.

На рынке розничной торговли Украины действуют более 30 компаний, преобладающим видом экономической деятельности которых является розничная торговля. Больше всего компаний сосредоточено в Киеве, среди которых как украинские, так и представители иностранных компаний.

Лидером среди супермаркетов является «Сильпо», которым владеет компания FozzyGroup. Численность их магазинов за 5 лет увеличилась в 1,5 раза, при том, что на территории Киева сосредоточено почти 22% этой сети супермаркетов. В 2009 году объемы оборота розничной торговли этой компании составили более 17% всего оборота торговых сетей, а в 2010 году его оборот вырос на 38% по сравнению с 2009 годом, что обеспечило ему первое место среди других компаний. Две компании обладают таким форматом торговой сети, как магазин у дома - FozzyGroup и ООО Квиза Трейд. Однако лишь для магазинов компании Fozzy Group не характерно региональное размещение магазинов данного формата.

ЗАО «Фуршет» также проводит активную политику по открытию своих супермаркетов по всей территории Украины и на данный момент они представлены в 21 административной единице Украины, однако по численности точек компания значительно уступает FozzyGroup. В Киеве представлено почти 17% объектов данной сети. Характерной особенностью для компании «Фуршет» является то, что ее супермаркеты расположены и за пределами территории Украины - 6 объектов зарегистрировано в Молдове. По объему оборота розничной торговли в 2009 году компания занимала 4 место с долей оборота в размере 9%. В 2010 году оборот розничной торговли данной компании вырос лишь на 2%, однако его доля в общей структуре оборота торговых предприятий снизилась до 7%.

Первое место по объемам оборота розничной торговли в 2009 году занимала компания Metro, оборот которой составил 19% всего оборота розничной торговли торговых сетей. Metro является мировой торговой сетью, которая в 2003 году первой в Украине представила собственные торговые марки. Ее магазины размещены на территории 19 административных единиц Украины, в том числе в таких крупных городах, как Киев, Львов, Харьков, Донецк, Днепропетровск и Одесса.

Однако в 2010 году его оборот снизился на 33%, поэтому его доля в общем обороте торговых предприятий снизилась до 11%, и в 2010 году он занял третье место, уступив FozzyGroup и АТБ.

Ориентированным направлением развития компании «АТБ-Маркет» является открытие дискаунтеров по Украине. Их количество состоянием на конец 2012 года составила более 600, а широта охвата территории Украины - 15 административных единиц Украины, среди которых преобладают центральные, южные и восточные области Украины. Торговая сеть «АТБ» зарегистрирована в Днепропетровске. Ее первые магазины были открыты именно в Днепропетровской области. Данная компания в 2009 году по объемам оборота занимала 3 место, имея оборот в размере 13% общего оборота торговых предприятий. В 2010 году его оборот увеличился на 46%, составив 17% оборота розничной торговли всех предприятий Украины.

В пятерку лидеров также входит компания ГК «Велика кишеня», оборот которой в 2009 году составил 7% в общем обороте. В 2010 году её оборот увеличился на 17%, однако все равно составлял 7% в общем объеме оборота предприятий. Данная компания обладает такими торговыми сетями, как «Велмарт», «Велика кишеня», «Экспресс» и «Select». Характерной особенностью данной компании является то, что магазины торговой сети «Select» представлены только в Киеве и имеют формат элитного магазина.

Следует заметить, что в 2010 году оборот розничной торговли для компании «Auchan» вырос почти в 2 раза, составив 5% от общего оборота всех торговых предприятий Украины при сравнении с 3%, который был в 2009 году. Особенностью данной компании является внедрение концепции гипермаркета-дискаунтера и отсутствия траты средств на рекламу. Эта компания была основана во Франции. Кроме Украины ее объекты представлены в Испании, Португалии, Франции, Люксембурге, Италии, Венгрии, Румынии, Польши, России, Китае и Тайване.

Наименьшую долю в обороте торговых предприятий занимают компании «VolWest», «AbrisCapital», «X5 Retail», «Виртус» и «Европоль», доля оборота которых составляла лишь 2% в общем объеме. В 2010 году оборот этих компаний в целом вырос на 13%, однако их доля в общем обороте так и не изменилась, причем больше всего вырос оборот в «Abris Capital» (на 22%), а наименьшее - в компании «VolWest» (на 4%).

Изменение объемов розничного товарооборота предприятий Украины имеет сезонный характер, на что указывают частные коэффициенты автокорреляции, а также критерий пиков и впадин.

Сравним сезонность оборота розничной торговли предприятий Украины, Днепропетровской области и Автономной Республики Крым (рис.1). Для Украины и Днепропетровской области характер сезонности исследуемого показателя почти одинаковые. В целом самый большой объем розничного товарооборота предприятий наблюдается в декабре. Это можно объясняется подготовкой населения Украины к новогодним праздникам, и так как в этом месяце население тратит значительную часть своих доходов, то в январе и феврале объемы розничных товарооборотов значительно сокращаются, так как население не имеет денежных средств на покупку новой продукции или же потребляет остатки купленного в декабре. В период с марта по июнь обороты розничной торговли начинают увеличиваться, что объясняется расширением ассортимента продукции сельского хозяйства на прилавках магазинов. Но, так как первая продукция сельского хозяйства недоступна из-за высокого уровня цен на неё, то в марте наблюдается незначительный рост продаж. С апреля по июнь продукция сельского хозяйства становится более доступной, кроме того урожай сезонной продукции значительно расширяет ассортимент, поэтому в данный период времени обороты розничной торговли значительно растут при сравнении с мартом.

В период с июля по сентябрь оборот розничной торговли Украины растёт при сравнении с мартом-июнем, что можно объяснить сезоном отпусков, свадеб и пиком созревания летних овощей и фруктов. Широкий ассортимент и доступный уровень цен обеспечивают довольно высокий оборот розничной торговли. Следующий пик оборота наблюдается в октябре, что объясняется сбором нового урожая осенних сельскохозяйственных культур. В ноябре наблюдается снижение оборота розничной торговли Украины. Это можно объяснить тем, что население начинает меньше тратить с целью сэкономить для новогодних праздников.

Чётко прослеживается сезонность оборота розничной торговли в Автономной Республике Крым. Наименьшие объёмы продаж наблюдаются с января по апрель, что объясняется отсутствием туристов из-за неблагоприятных погодных условий для отдыха. Но, начиная с мая по июль обороты розничной торговли значительно растут, что обуславливается притоком туристов во время благоприятных погодных условиях та широким ассортиментом продукции сельского хозяйства. Наибольший пик продаж в розничной торговле Автономной Республике Крым наблюдается в августе, когда курортный сезон в самом разгаре. В следующие периоды года сезонность оборота розничной торговли предприятий Автономной Республики Крым имеет общие черты сезонности по Украине.

Выраженная сезонность оборота розничной торговли зависит в свою очередь от специализации региона. Таким образом, значительная сезонность данного явления наблюдается в курортном регионе Украины, а незначительная характерна для промышленного региона, каким является Днепропетровская область.

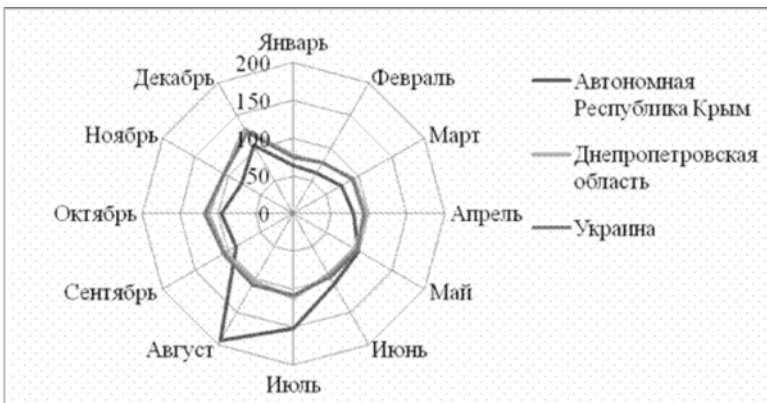


Рис. 1. Объемы розничного товарооборота предприятий Украины с 2001 по 2011 года по месяцам

Следует заметить, что амплитуда колебания объема розничного товарооборота предприятий Украины с каждым годом растет, поэтому целесообразно использовать мультипликативную модель для анализа сезонности. С помощью метода декомпозиции данный динамический ряд был разложен на три компоненты - тренд-циклическую, сезонную и случайную.

Для описания тренд-циклической компоненты была выбрана квадратичная форма кривой. Уравнение регрессии для описания изменения оборота розничной торговли предприятий Украины с учётом сезонности явления, можно описать следующим уравнением:

$$\hat{Y}_t = (20,833 - 0,247 * t + 0,01 * t^2) * S_t \quad (1)$$

На основе подобранной модели было построено прогнозные значения величины оборота розничной торговли предприятий Украине на 12 месяцев 2012 года. Следует заметить, что прогнозные значения величин значительно отличаются от реальных объемов оборота розничной торговли, причем в январе 2012 года реальная величина оборота розничной торговли была значительно выше прогнозные значения, а для всех остальных месяцев - ниже. Это можно объяснить нарушением условия стационарности исследуемого процесса, а также сильной автокорреляцией между уровнями динамического ряда (рис.2).

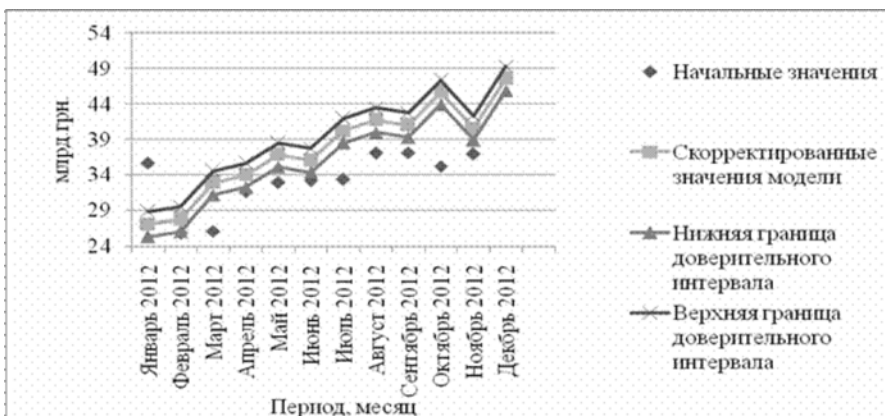


Рис. 2. Прогноз оборота розничной торговли предприятий Украины в 2012 году

Для выявления взаимосвязи между объемом розничного товарооборота предприятий Украины, средней заработной платы и объемами продукции сельского хозяйства использовано метод многофакторного прогнозирования.

Уравнение двухфакторной модели имеет вид:

$$\hat{y} = -6,43 + 0,04x_1 + 0,01x_2 \quad (2)$$

Отрицательное значение параметра модели α_0 указывает на то, что изменение фактора проходит быстрее, чем изменение результата (рис.3).

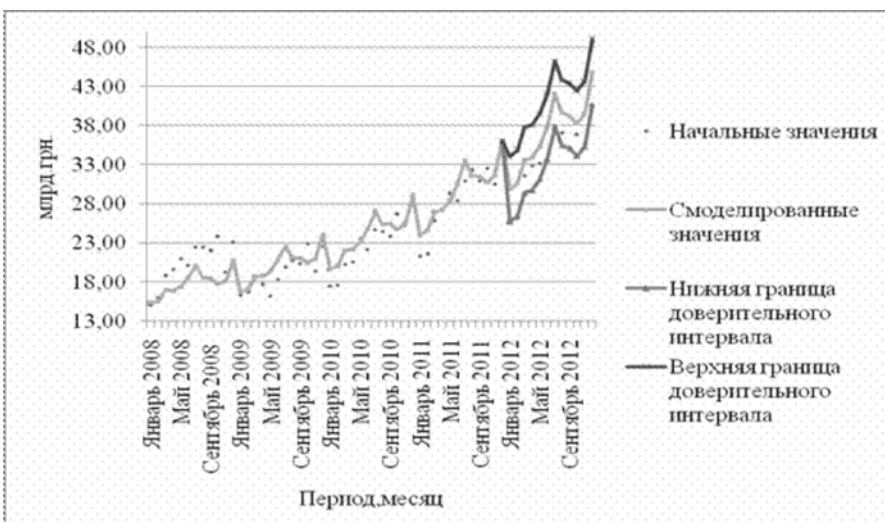


Рис. 3. Многофакторное прогнозирование объёма розничного товарооборота предприятий Украины в 2012 году

Значение параметра модели α_1 показывает, что с увеличением объема продукции сельского хозяйства на 1 млрд.грн. следует ожидать увеличения общего объема розничного товарооборота на 0,04 млрд.грн.. Причем, рост средней заработной платы на одного штатного работника на 1 грн. приведет к увеличению общего объема розничного товарооборота на 0,01млрд.грн

Выводы: Розничный товарооборот ежегодно стремительно увеличивается в Украине, при этом сохраняя тенденцию сокращения количества объектов розничной торговли, что свидетельствует об укрупнении магазинов, снижении количества киосков и рынков. В Украине в связи отсутствием четкого законодательного регулирования и довольно широким бюрократической машиной довольно значительная часть оборота и, соответственно, поступлений в государственный и местные бюджеты от розничной торговли находятся в тени.

Самый точный прогноз был получен с помощью многофакторного прогнозирования, так как при начальные значения попали в границы доверительного интервала, а при прогнозировании на основе декомпозиции динамического ряда прогнозные значения не попали в границы доверительного интервала. Таким образом наиболее точной есть прогнозы, построенные с помощью многофакторного прогнозирования.

Литература.

1. Організація торгівлі / В.В.Апопій, І.П. Мішук, В.М.Ребицький, С.І.Рудницький, Ю.М.Хом'як. – К.: Центр учебной литературы, 2009. – 632 с.
2. Ковальська Л.Л., Чужкова О.Ю., Ткачук В.В. Механізм визначення оптимального розміщення об'єктів торгівлі по території регіонів держави//Л.Л.Ковальська //Товарознавчий вісник.-2011.-Вип.4.-с.56-69
3. Сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Код доступу:<http://www.ukrstat.gov.ua/>

References.

1. Organizaciya torgivli / V.V.Apopii, I.P. Mischuk, V.M.Rebic`kii, S.I.Rudnic`kii, YU.M.Xom`yak. – K.: Centr uchebnoi literatury, 2009. – 632 s.
2. Koval`s`ka L.L., CHuzhkova O.YU., Tkachuk V.V. Mexanizm viznachennya optimal'nogo rozmischennya ob`ektiv torgivli po teritorii regioniv derzhavi/L.L.Koval`s`ka //Tovarovnavchii visnik.-2011.-Vip.4.-s.56-69
3. Sait Derzhavnoi sluzhbi statistiki Ukraini. [Elektronni resurs]. – Kod dostupu:<http://www.ukrstat.gov.ua/>

Стаття надійшла до редакції 01.07.2013 р.



ТОВ "ДКС Центр"