УДК 339.37

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Бровкіна Ю.О.
Одеська національна академія харчових технологій

Досліджено сучасний стан роздрібної торгівлі в Україні. Вивчено основні тенденції її розвитку. Розглянуто соціально-економічне значення роздрібної торгівлі для України. Визначено низку факторів, що впливають на функціонування підприємств роздрібної торгівлі сьогодні. Запропоновано перспективи розвитку роздрібної торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, оборот роздрібної торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств, торговельна площа магазинів, територіальна організація торгівлі.

Постановка проблеми. Одним з пріоритетних напрямків розвитку галузей економіки слід вважати роздрібну торгівлю, яка в останні часи активно нарощує свої позиції в соціально-економічній сфері України. Вхідні бар'єри до багатьох видів економічної діяльності в цьому бізнесі достатньо низькі, що дає змогу організовувати власну справу підприємцям з різним розміром капіталу. Розвиток ринкових відносин призводить до суттєвих змін на всіх етапах функціонування процесу торгівлі, починаючи від закупівлі товарів у виробників та закінчуючи реалізацією кінцевому споживачу. Якщо близько 15 років тому 90% продажів продукції здійснювалося переважно через універмаги та гастрономи, то сьогодні популярними торговими об'єктами стають так звані маркети різних форматів.

Сучасний роздрібний ринок в Україні демонструє велику кількість учасників, які перебувають у постійній боротьбі за найвпливовіших суб'єктів зовнішнього середовища – покупців. Жорстка конкуренція серед продавців, можливість захоплення даної сфери з боку іноземних інвесторів, перевагою яких є володіння значними капіталами, вимагає від власників торговельного бізнесу створення переліку додаткових сервісних послуг, програм лояльності до постійних клієнтів, заходів, що сприяють залученню нових покупців. В свою чергу, наявність величезного вибору варіантів торговельних об'єктів робить сучасних українців більш вибагливими до здійснення покупок, підсилює бажання отримати додаткові сервісні послуги при мінімальних витратах часу та грошей.

© Бровкіна Ю.О., 2017

Навколишнє оточення господарюючих одиниць у роздрібній торгівлі в останні часи суттєво погіршується загостренням економічної кризи. Серед вагомих загроз ззовні можна виділити: по-перше, девальвацію національної валюти, і як наслідок, падіння платоспроможного попиту основної маси населення, а також підвищення цін на імпортну продукцію; по-друге, стрімке зростання тарифів на паливо та енергію, що спричиняє підвищення вартості продукції національних виробників. Останній факт також негативно впливає на бюджет пересічних українців, оскільки збільшення вартості комунальних послуг змушує домогосподарства змінювати структуру споживання у бік скорочення кількості та зниження якості покупок, або взагалі відмови від деяких з них. Перелічені фактори погіршують динаміку роздрібної торгівлі, стримують повернення обігових коштів, сприяють формуванню небажаних запасів продукції тощо.

Зарубіжний досвід показує, що саме торгівля може надати поштовх для виходу країни з кризового стану, створити підґрунтя для ефективного розвитку у майбутньому. Тому сьогодні слід сконцентрувати увагу на однієї з головних проблем торговельного бізнесу, а саме створенні умов для досягнення балансу інтересів з боку продавців, покупців та виробників продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем розвитку та управління роздрібної торгівлі висвітлені у роботах провідних вчених: В. В. Апопій, І. О. Бланк, Г. М. Богославець, І. В. Височин, Н. О. Голошубова, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Г. Л. Піратовський, М. В. Тарасюк та інші. У наукових працях підкреслюється, що більшість торговельних підприємств перебувають у складному фінансовому становищі внаслідок бракування інвестиційних ресурсів, нестабільності оподаткування, відсутності достатньо кваліфікованого кадрового потенціалу та інше.

Виділення невирішених раніше частин наукової проблеми. Віддаючи належне ідеям видатних науковців слід зазначити, що дана проблематика не є вичерпаною, та потребує подальших досліджень нових процесів та явищ, які відбуваються в роздрібній торгівлі України сьогодні. Ринкова економіка потребує постійного удосконалення діяльності торговельних підприємств в площині соціально-економічних відносин, дотримання балансу між інтересами власників бізнесу та споживачами кінцевої продукції. Особливої актуальності, набувають дослідження торговельної системи в умовах настання кризових явищ, які відрізняються різноманітністю проявів і завжди нестандартними та новими підходами до їх подолання.

Метою статті є дослідження сучасного стану роздрібної торгівлі в Україні, визначення основних факторів, що впливають на її функціонування сьогодні та окреслення перспектив подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Значення роздрібної торгівлі для економіки України стає більш вагомим, це підтверджує зростання одного з ключових показників ефективності розвитку торгівлі – роздрібного товарообігу, який у порівнянні зі зростанням ВВП країни демонстрував більш високі темпи росту у період з 2000 до 2014 року (таблиця 1). Посилення кризових явищ послаблює купівельну спроможність споживачів, та негативно впливає на стан роздрібної торгівлі. Так у 2014 році в порівнянні з 2013 темп зростання обороту роздрібної торгівлі складав 101%, а в 2015 у порівнянні з 2014 – 114%. ВВП у фактичних цінах в аналогічні періоди показувало темп росту 109% та 125% відповідно.

Помітний спад в динаміці показника обороту роздрібної торгівлі спостерігається у пікові періоди кризи, а саме скорочення темпів у 2009 році у порівнянні з 2008 до 97%, на відміну від попереднього зростання у 2008 році в порівнянні з 2007 на 140%.

Таблиця 1

ВВП у фактичних цінах, оборот роздрібної торгівлі та темпи їх зростання

Роки	ВВП у фактичних цінах, млн. грн.	Темп зростання ВВП у фактичних цінах у % до попереднього року	Оборот роздрібної торгівлі, млн. грн.	Темп зростання обороту роздрібної торгівлі у % до попереднього року
2000	170070	-	47,5	-
2005	441452	260%	174,4	367%
2006	544153	123%	237,8	136%
2007	720731	132%	325,1	137%
2008	948056	132%	456	140%
2009	913345	96%	444,3	97%
2010	1082569	119%	541,5	122%
2011	1302079	120%	685,7	127%
2012	1411238	108%	812,1	118%
2013	1454931	103%	888,8	109%
2014	1586915	109%	901,9	101%
2015	1988544	125%	1031,7	114%

Джерело: [3; 4]

Наступним провальним періодом стає 2012 рік, в якому нарощування темпів обсягу обороту роздрібної торгівлі становило 109% з подальшим падінням цього показника до 101% у 2014 році. Таким чином, динаміка показника роздрібної торгівлі найбільш виразно демонструє чутливість споживчого попиту до розвитку кризових явищ. Слід відмітити, що вагомий внесок у зростання фактичного роздрібного обігу в останні роки аналізованого періоду створено за рахунок екстенсивного фактору, а саме стрімкого зростання цін на споживчі товари. Так, індекс споживчих цін у грудні 2014 року по відношенню до грудня 2013 року склав 124,9%, а в 2015 році – 143,3% при аналогічних порівняннях.

Обсяг роздрібного товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібної торгівлі станом на січень-вересень 2016 р. становив 391187,1 млн. грн., що на 86779,5 млн. грн. менше, ніж у 2015 р. [8]. Таким чином, торговельні підприємства активно знижують свої позиції, скорочують обсяги своєї діяльності, що у свою чергу, сприяє необхідності перегляду концепцій їх розвитку.

Поряд із змінами обороту роздрібної торгівлі, відбувається перебудова структури придбання продовольчих та непродовольчих товарів (рис. 1). Структура роздрібного товарообігу має хвилепо-

дібний вигляд. В перші пострадянські роки відбувається насичення внутрішнього ринку непродовольчими товарами насамперед іноземного походження, і як наслідок, відзначається підвищення попиту на непродовольчі товари. В періоди наростання кризи споживачі переорієнтовуються на придбання продовольчих товарів, про що свідчить динаміка за період з 1996 до 2000 років. З 2000 року відзначається відносна стабільність курсу долара, відповідно і національної валюти, тому населення знову починає більше задовольняти потреб у непродовольчих товарах. Починаючи з першої кризової хвилі 2009 року знову спостерігається скорочення непродовольчих товарів. В даному випадку, це пояснюється тим, що в до кризовий період більшість з них (легкові автомобілі, побутова техніка, меблі тощо) купувалася за програмами споживчого кредитування, а в період скорочення доходів, споживачі почали знову переорієнтовуватися на придбання товарів першої необхідності, насамперед харчових продуктів.

Тенденції останніх років достатньо стабільні, спостерігається співвідношення продовольчих та непродовольчих товарів у межах 40 та 60% відповідно.

Позитивну динаміку демонструє показник роздрібного товарообігу підприємств (таблиця 2). Станом на 2015 рік його значення зростає майже у сімнадцять разів у 2015 в порівнянні з 2000 роком.

Низьким залишається рівень роздрібного товарообігу підприємств у сільській місцевості, у 2015 році його значення становило 3133 млн. грн., що у 4,8 рази менше за аналогічний показник по містах України. До того ж темпи зростання роздрібного товарообігу у містах достатньо високі. Пріоритетність розміщення підприємств роздрібної торгівлі у містах пояснюється цілою низкою факторів: по-перше, значна концентрація населення; по-друге, наявність платоспроможних покупців; по-третє, тенденція нарощування будівництва житлових будинків у містах потребує створення додаткових об'єктів соціальної інфраструктури – магазинів, кіосків, ринків тощо. Суттєвий внесок у розвиток роздрібної торгівлі по містах створює скорочення кількості вільного часу працюючого населення. Для таких людей актуальними стають різні види магазинів, розташованих переважно біля їх місця проживання, з продовженим графіком роботи, або взагалі, магазини цілодобової торгівлі.

Таблиця 2

Динаміка роздрібного товарообігу підприємств на одну особу в Україні з 2000–2015 рр.

	Роздрібний товарообіг підприємств, млрд. грн	Роздрібний товарообіг підприємств на одну особу в містах, грн.	Роздрібний товарообіг підприємств на одну особу в сільській місцевості, грн.
2000	28,8	766	210
2005	94,3	2717	497
2006	130	3750	710
2007	178	5187	926
2008	246,9	7234	1238
2009	231	6722	1299
2010	280,9	8154	1680
2011	350,1	10180	2119
2012	405,1	11894	2344
2013	433,1	12694	2479
2014	438,3	13487	2834
2015	487,6	15047	3133

Джерело: [3; 4]

В останні часи даний фактор сприяє також активному розвитку торгівлі через інтернет мережу. Бажання заощадити час на відвідуванні магазинів стає рушійною силою для багатьох українських покупців. Станом на 2015 рік обсяг електронної торгівлі в Україні становив приблизно 25 млрд. грн., що складає 2,5% від загального обсягу роздрібної торгівлі [1]. Це незначний показник порівняно з іншими країнами, наприклад, Великою Британією, де інтернет-торгівля складає понад 12% загального обороту роздрібної торгівлі, Німеччиною (9%), Францією (8,7%) (на ці країни припадає 71% усіх інтернет-продажів у Європі) та США (6,5%). Середньосвітовий показник частки електронної торгівлі у 2015 році склав 6,5% [2].

В структурі українських продажів через мережу інтернет найбільшу питому вагу займають товари непродовольчої групи. Популярністю користуються побутова техніка, одежа, взуття та інше. В останні часи зростає обсяг покупок продуктів харчування. Користуються попитом

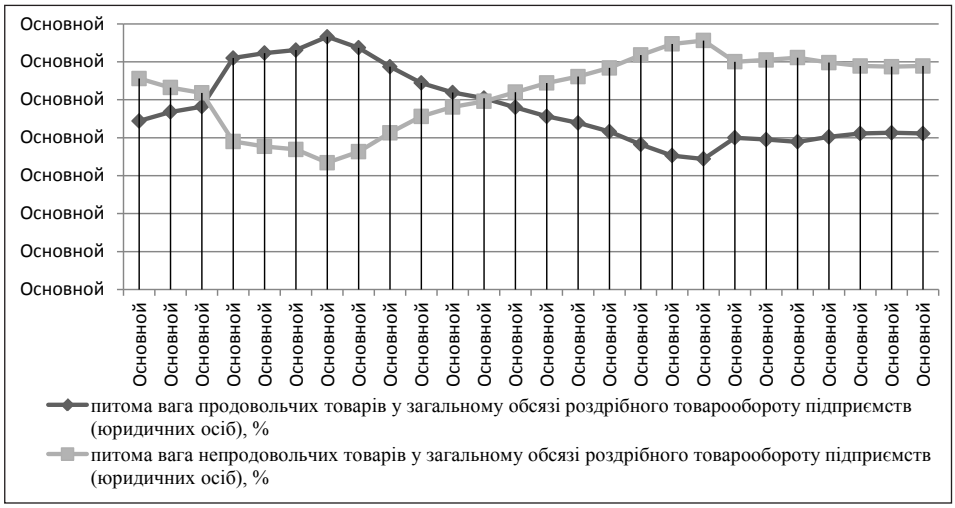

Рис. 1. Питома вага продовольчих та непродовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб), %

інтернет-закази з відомих супермаркетів, ресторанів, кафе тощо.

Таблиця 3

Тенденції розвитку торговельної мережі в Україні

Роки	Кількість магазинів, одиниць	Торгова площа магазинів, тис. м²	Середня площа одного магазина, м²	Забезпеченість на 10000 осіб			
				об'єктами торгівлі, одиниць		торговою площею в магазинах, м²	
				у міських поселеннях	у сільській місцевості	у міських поселеннях	у сільській місцевості
2005	55804	6359	114	17	14	1627	779
2006	54581	6847	125	17	14	1807	742
2007	52315	7493	143	17	13	2045	691
2008	50480	8089	160	16	12	2260	653
2009	47651	8015	168	15	12	2251	636
2010	48000	8431	176	15	11	2379	663
2011	48383	9013	186	16	11	2572	660
2012	47234	9294	197	15	10	2690	602
2013	45519	9419	207	15	9	2745	580
2014	38621	7753	201	13	8	2366	552
2015	38481	7720	201	13	8	2360	559

Джерело: [3; 4]

Трансформаційні процеси в роздрібній торгівлі торкаються не тільки змін каналів збуту продукції, а й самих торгових об'єктів. Дані таблиці 3 свідчать про скорочення кількості торгових точок при одночасному зростанні їх площі. Це явище засвідчує процес глобалізації у внутрішній торгівлі України. З одного боку зростає кількість торгових об'єктів, що мають значні торгові площі (супермаркети, гіпермаркети та інше), а з іншого, відбувається скорочення кількості дрібних магазинів, які не мають достатньо конкурентних переваг для змагання з крупним бізнесом. Показник середньої площі одного магазина одночасно зростає по містах та селах, однак пріоритетною локацією дрібних торгових об'єктів залишається сільська місцевість (табл. 3).

Забезпеченість торговою площею на 10000 осіб у міських поселеннях зросла на 733 м² в 2015 році у порівнянні з 2005, у той час як в сільській місцевості скоротилася на 220 м² за аналогічний період. Останнє пояснюється зменшенням чисельності сільського населення; низьким рівнем платоспроможного попиту; відсутністю необхідності придбання певних товарів та інше.

Максимальна збалансованість у задоволенні потреб споживачів та відповідність вимогам продавців – одна з головних задач роздрібної торгівлі. Значний вплив на вирішення цієї проблеми має територіальна організації торгівлі. Географія розташування магазинів по областям України

Таблиця 4

Темпи зростання (скорочення) торговельних площ магазинів (у відсотках до попереднього року) та ранжирування областей України за показником торговельної площі магазинів

	Темпи зростання (скорочення) торговельних площ магазинів (у відсотках до попереднього року), %			Ранжирування областей України за показником торговельної площі магазинів			
	2015 / 2014	2016 / 2015	2017 / 2016	2014	2015	2016	2017
Вінницька	87%	103%	100%	12	13	13	11
Волинська	99%	102%	98%	22	21	20	20
Дніпропетровська	92%	101%	97%	3	2	2	2
Донецька	50%	57%	92%	2	5	8	9
Житомирська	87%	99%	102%	17	20	21	18
Закарпатська	100%	102%	101%	20	16	14	14
Запорізька	76%	108%	95%	7	8	7	7
Івано-Франківська	94%	99%	101%	19	18	18	16
Київська	103%	107%	106%	8	7	6	5
Кіровоградська	90%	99%	103%	23	22	22	22
Луганська	21%	72%	100%	9	25	25	25
Львівська	101%	105%	102%	6	6	5	6
Миколаївська	89%	104%	96%	11	11	10	13
Одеська	92%	107%	102%	4	3	3	3
Полтавська	91%	98%	100%	10	9	9	8
Рівненська	102%	89%	100%	16	14	15	15
Сумська	99%	98%	96%	21	17	17	19
Тернопільська	93%	103%	104%	24	23	23	24
Харківська	98%	101%	101%	5	4	4	4
Херсонська	99%	101%	99%	14	12	12	12
Хмельницька	94%	99%	102%	13	10	11	10
Черкаська	87%	93%	96%	15	15	19	21
Чернівецька	93%	103%	107%	25	24	24	23
Чернігівська	88%	107%	96%	18	19	16	17
м. Київ	96%	104%	99%	1	1	1	1
Україна	**87%**	**100%**	**100%**	-	-	-	-

Розраховано за даними [5; 6; 7; 8]

показує, що найбільш привабливим місцем створення торговельного бізнесу залишається місто Київ. Сумарні обсяги торгових площ магазинів у столиці станом на 1 січня 2017 року складали 1 430 116 м^2, у той час як середня площа магазинів по областях України становила приблизно 260 000 м^2. Однак темпи нарощування площ для торгівлі у Києві в останні роки уповільнилися (таблиця 4). Так, станом на 1 січня 2017 року по відношенню до аналогічного періоду попереднього року відбулося навіть незначне скорочення торговельних площ.

Слід відмітити, що у 2015 році в порівнянні з 2014 позитивна динаміка по розширенню площ торгівлі спостерігалася лише в чотирьох областях України (Закарпатська, Київська, Львівська та Рівненська). В 2016 в порівнянні з 2015, та в 2017 в порівнянні з 2016 роком таких областей стало вже п'ятнадцять. Позитивну динаміку щодо розширення об'єктів торгівлі за весь аналізований період демонструють Закарпатська, Київська та Львівська області.

Ранжирування областей України за показником торговельної площі магазинів, показало, що перше місце посідають столичні магазини, друге та третє займають торгові об'єкти Дніпропетровської та Одеської області відповідно. Серед регіонів з найменшими обсягами торгових площ магазинів можна виділити Луганську, Тернопільську, Чернівецьку та Кіровоградську області.

Висновки і пропозиції. Підводячи підсумки слід відзначити, що серед основних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні можна виділити: зростання показника роздрібного товарообігу, та посилення значущості роздрібної торгівля для економіки країни; зміни в структурі реалізації продовольчих та непродовольчих товарів в бік нарощування продажів продовольства; підвищення рівня роздрібного товарообігу на одну особу по містах та селах України; розширення різновидів каналів збуту продукції; зростання торгових площ по Україні, укрупнення бізнесу та скорочення кількості малих торгових об'єктів; географічні відмінності у динаміці торговельних площ.

Список літератури:

1. Обсяги інтернет-торгівлі в Україні виросли на 32%. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sd.org.ua/news.php?id=20489 – Заголовок з екрану.
2. Рынок e-commerce Украины в 2016 году показал положительную тенденцию. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: HTTPS://BLOG.UKRNAMES.COM/INTERNET-BIZNES/RYINOK-E-COMMERCE-UKRAINYI-V-2016-GODU-POKAZAL-POLOZHITELNUYU-TENDENTSIYU – Заголовок з екрану.
3. Статистичний збірник «Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках». Державна служба статистики України. – Київ, 2011. – 191 с.
4. Статистичний збірник «Роздрібна торгівля України 2015 році» Державна служба статистики України. – Київ, 2016. – 135 с.
5. Статистичний бюлетень «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2014 року». Державна служба статистики України. – Київ, 2014. – 125 с.
6. Статистичний бюлетень «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2015 року». Державна служба статистики України. – Київ, 2015. – 91 с.
7. Статистичний бюлетень «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2016 року». Державна служба статистики України. – Київ, 2016. – 99 с.
8. Статистичний бюлетень «Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2017 року». Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – 69 с.

Бровкина Ю.А.
Одесская национальная академия пищевых технологий

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Аннотация
Исследовано современное состояние розничной торговли в Украине. Изучены основне тенденции ее развития. Рассмотрено социально-экономическое значение розничной торговли. Определен перечень факторов, которые влияют на функционирование предприятий розничной торговли сегодня. Предложены перспективы развития розничной торговли.
Ключевые слова: розничная торговля, оборот розничной торговли, розничный товарооборот предприятий, торговая площадь магазинов, территориальная организация торговли.

Brovkina J.O.
Odessa National Academy of Food Technologies

TENDENCIES AND PROSPECTS OF RETAIL BUSINESS IN UKRAINE

Summary
The modern state of the retail shipping is Investigational in Ukraine. Main progress trends are studied. The socio-economic value of retail business is considered. The list of factors that influence on functioning of enterprises of retail business today is certain. The prospects of development of retail business are offered.
Keywords: retail business, turn of retail business, retail commodity turnover of enterprises, trade area of shops, territorial organization of trade.