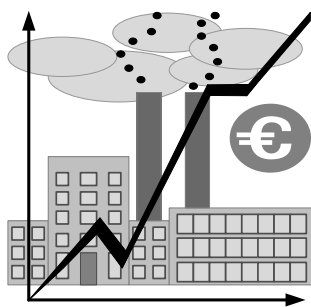




ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

УДК [339.372]

Р.Г. БАБАЕВ, студент, НТУ «ХПИ»

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

В статье проводится анализ текущего состояния и перспектив развития розничной торговли в Украине. В частности, анализируются динамика и структура розничного товарооборота, выявляются проблемы и тенденции развития розничного бизнеса, рассматриваются вопросы инвестиционной привлекательности розничной торговли. Особое внимание уделяется развитию торговых сетей в Украине. Показано, что для обеспечения своего роста большинство украинских торговых сетей идут путем привлечения инвестора, в том числе зарубежного.

Ключевые слова: розничная торговля, торговая сеть, инвестиционная привлекательность, супермаркет, торговая сеть.

Введение. Розничная торговля является одной из главных движущих сил развития экономики Украины и одним из главных источников пополнения госбюджета Украины, о чем свидетельствуют, в частности, данные Госкомстата, согласно которым ежегодно от предприятий оптовой и розничной торговли в госбюджет отчисляется почти столько же средств, как и от добывающей промышленности [1].

Обзор публикаций. Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что проблемам развития розничной торговли посвящено много работ, в частности работы В. Соболева, В. Апопия, Е. Азаряна, И. Кириченко, Л. Емельянович, К. Терещенко, А. Шубина и других. В своих исследованиях ученые рассматривают состояние и перспективы развития розничной торговли.

Несмотря на большое число публикаций, исследования в этой сфере остаются по-прежнему актуальными, так по мере глобализации, изменения экономической ситуации в стране, прогресса в коммуникационных и информационных технологиях меняются методы и форматы торговли, что

© Р.Г. Бабаев, 2014

обуславливает необходимость проведения дальнейшего изучения особенностей и закономерностей развития розничного бизнеса.

Целью данной статьи является выявление тенденций развития розничной торговли в Украине в 2011-2013 гг.

Результаты исследований. В последние годы международная консалтинговая компания АТ Kearney относит Украину к числу пяти наиболее многообещающих рынков розничной торговли – после России, Китая, Индии и Вьетнама. При этом в рейтинге данного агентства Украина находится на 4-м месте по инвестиционной привлекательности рынка розничной торговли [2].

Развитию розничной торговли в Украине на современном этапе способствуют определенная экономическая стабилизация страны, связанная с постепенным выходом ее из кризиса, и повышение потребительского спроса. С начала 2013 года объем розничных продаж существенно увеличился и продолжает тенденцию роста [3]. По данным департамента развития торговли Минэкономразвития, население Украины потратило 271,6 млрд. грн на приобретение товаров и услуг (это более 85 % общего объема расходов и сбережений населения) начиная с января 2013 года [3].

В первом квартале 2013 года доля торговли заняла первое место в структуре валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности и составила 18,5 %. Прирост объема валовой добавленной стоимости в торговле, по сравнению с первым кварталом 2012 года, составил 3,1 %.

В первой половине 2013 года наблюдалось увеличение прямых иностранных инвестиций в развитие предприятий торговли. Объем инвестиций составил 1047,3 млн. долл. [3].

Оборот розничной торговли за январь-сентябрь 2013 г. составлял 638,1 млрд. грн., что на 9,8 % больше объема января-сентября 2012 г. А объем оборота розничной торговли за весь 2012 год составил 804,3 млрд. грн., что на 15,9 % больше объема 2011 года [3].

По данным Госкомстата Украины, наибольший рост оборота розничной торговли был отмечен в Волынской (на 12,5 %, до 12,6 млрд. грн.), Киевской (на 12,3 %, до 25,5 млрд. грн.) областях, Севастополе (на 12,2 %, до 7,7 млрд. грн.), АР Крым (на 12 %, до 31,7 млрд. грн.). В Киеве розничная торговля выросла на 11,3 %, до 82,5 млрд. грн [1].

К числу основных тенденций на украинском рынке розничной торговли можно отнести увеличение объемов продаж через такой канал сбыта, как большие магазины (cash&carry, гипер- и супермаркеты). Динамика роста данного канала сбыта в 2013 году составит более 30 %. А в 2012 – темпы роста продаж в этом формате превысили 80 % [4].

Другой тенденцией является увеличение числа покупок в кредит. Ес-

ли в 2012 году в сфере торговли бытовой электроникой в кредит покупалось 40-50 % техники, то в 2013 – уже 60-80 % в зависимости от магазина. Кроме того, растет роль специализированных торговых точек. Примером может служить холдинг Aventures Group, владеющий сетями «Пятачок», Unitrade и City.com. Сеть небольших магазинов мобильной связи «Пятачок» ориентируется на покупателей с уровнем доходов ниже среднего. Сеть магазинов Unitrade – это бутик электроники. City.com же позиционируется как сеть специализирующихся на электронике гипермаркетов [5].

Но, несмотря на позитивные тенденции развития розничной торговли в Украине, существует и ряд проблем.

Высокая инвестиционная привлекательность украинского рынка розничной торговли объясняется ростом внутреннего потребления, а также нехваткой качественных торговых площадей, что, в свою очередь, объясняется дефицитом подходящих земельных участков в Украине.

Торговая отрасль сталкивается с более высоким уровнем текучести кадров, чем другие отрасли. В связи с этим критически важным фактором успеха является быстрое и экономичное обучение новых работников, которое должно им позволить как можно скорее выйти на необходимый уровень производительности труда.

К проблемам можно также отнести невысокую степень консолидации отрасли розничной торговли. В 2012 году совокупная доля 10 крупнейших розничных операторов Украины составила 25 %. Для сравнения: в Венгрии доля десяти крупнейших сетей составляет 88 %, в Словении – 99 %; в Великобритании первая пятерка торговых операторов занимает 86 %, в Германии – 65 % [4].

На рынке розничной торговли Украины (и в первую очередь в пищевой торговле) существует проблема наличия большого количества магазинов с нечеткими торговыми концепциями. Причиной такого рода ситуации является то, что в начале своего развития, в условиях пустого рынка, отечественные торговцы открывали магазины кардинально разного размера. У таких ритейлеров не было достаточной мотивации к повышению эффективности своего бизнеса: изучению своего потребителя и улучшению торговых концепций. В результате на рынке сформировался определенный массив проблемных торговых объектов, которые могут не соответствовать стандартам потенциальных инвесторов [6].

Важным фактором, изменившим ход развития отрасли, является «логистическая революция». Совершенствование логистики позволяет торговле снизить издержки, получить контроль над поставщиками и каналами продаж. Дальнейшее укрупнение розничных сетей и нацеленность на снижение входных цен формирует тенденцию закупать товары напрямую у производителя, а не через посредников, создавать собственные логистические центры. Такой подход во многом определяется угрозой рас-

ширения в Украине крупных международных торговых сетей, дефицитом предложения комплексных логистических услуг на рынке и продвижением сетей в регионы.

В 2012 году объемы рынка продуктовой розничной торговли составили 5,7 млн. долларов. Так, объемы этого рынка в 2011 году составляли 3,4 млн. долларов, в 2010 году – 1,7 млн.; в 2009 – 0,57 млн. Таким образом, всего за три года рынок вырос в 10 раз [4].

По итогам 2012 года усредненный показатель насыщенности всей территории Украины современными FMCG (*англ.* «fast-moving consumer goods» – товары повседневного потребления) площадями составил 52 кв. м на 1000 жителей. Для сравнения отметим, что по итогам 2011 года этот индекс составил 50 кв.м/1000 чел., а в 2010 г. – около 45 кв.м/1000 чел. Таким образом, в последние годы рынок современной продуктовой розницы Украины насыщается в среднем на 10 %. Но показатели концентрации магазинов в перерасчете на количество населения страны существенно колеблются в зависимости от региона [6].

Как следует из результатов исследования [6], среди городов-миллионников Украины на сегодняшний день наименее насыщен современными FMCG площадями Донецк (80 кв.м/1000 жителей). Далее за ним следует Харьков (104 кв.м/1000 жителей). Столица Украины – Киев – в этом рейтинге находится в конце списка, деля 4-5 позиции с Одессой (по 148 кв.м/1000 жителей). Тем не менее, учитывая существенный дисбаланс в размере доходов между жителями Киева и других городов, именно столица продолжает быть наиболее привлекательной для экспансии большинства ритейлеров Украины.

Для эффективного развития торговым сетям необходимы собственные и заемные источники финансирования. Торговые сети, как и другие компании, используют все возможные варианты привлечения денежных средств: собственные средства и реинвестированную прибыль, кредиты, корпоративные облигации и продажу акций. Наиболее распространенными источниками финансирования в настоящее время являются банковские кредиты, но украинские банки не всегда могут обеспечить долгосрочное финансирование по приемлемым процентным ставкам. В связи с этим, сети сами ищут такие источники. Также большинство украинских торговых сетей идут путем привлечения инвестора. Так, например, французская сеть Auchan владеет 20 % акций (куплены за \$ 126,5 млн.) сети супермаркетов «Фуршет». Привлечение инвестора (в особенности, если это будет крупная западная сеть) гарантирует определенную защиту от конкуренции, а украинские собственники не лишаются своего бизнеса. При этом конкуренция с западными сетями усложняется тем, что они могут позволить себе работать в убыток (в краткосрочном периоде), получая прибыль в других странах.

В настоящее время розничная торговля начинает привлекать компа-

нии из других секторов экономики, которые таким образом диверсифицируют свой бизнес.

Наиболее стремительно развивается в настоящее время формат «магазин у дома». Прирост площадей торговых объектов этого формата превысил 73 %. Это обусловлено сравнительно более высокой прибыльностью и небольшими затратами на открытие. Кроме того, именно этот формат позволяет сети максимально приблизиться к покупателю. Так, торговая сеть «Велика кишеня» начинает развивать сеть «Просто маркет».

Активно развиваются такие относительно новые форматы торговли, как торгово-развлекательные и торговые комплексы, где акцент смещен от простой продажи товара к предоставлению комплексных услуг.

Что же касается маркетинговых стратегий, среди них можно выделить цивилизованные (рыночные) и нецивилизованные (нерыночные). Цивилизованные направлены на создание новых технологий продажи и рекламы своего товара в крупных сетях, различные бонусы, скидки тем, кто больше продает, вплоть до поощрения продавцов-консультантов в тех же супермаркетах. Нецивилизованные продвигают через правительство нормативные акты, которые делают невыгодной работу мелкой розницы с их товаром, с целью открытия своих специализированных магазинов и тем самым роста доли рынка. Например, увеличение стоимости лицензий на розничную продажу алкоголя и привязка к кассовым аппаратам очень негативно отразились на мелких торговых точках.

Выводы: Таким образом, можно утверждать, что торговля в Украине и в дальнейшем будет развиваться высокими темпами, так как, несмотря на ряд вышеизложенных проблем, в развитии украинской розничной торговли прослеживается положительная динамика, и она все же является инвестиционно-привлекательной отраслью. Даже негативные тенденции в украинской и мировой экономиках могут повлиять только на планы расширения деятельности, а не на рост сферы как таковой.

Активное развитие торговли в Украине дает мощный потенциал для увеличения в стране числа торговых сетей, торгово-развлекательных и торговых комплексов. Для обеспечения своего роста большинство украинских торговых сетей идут путем привлечения инвестора, в том числе зарубежного. Динамичное развитие международных и отечественных сетей способствует росту конкуренции в сфере розничной торговли.

Список литературы: 1. Потребительский рынок [Электронный ресурс]: Государственная служба статистики Украины. – Режим доступа: <http://ukrstat.gov.ua/>. 2. Е. Амоша. Состояние сетей розничной торговли в Украине // Конференция / «Дни науки». – 2013. 3. Оборот розничной торговли вырос почти на 10 % // Газета «Бизнес». – 16.10.2013. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.business.ua/articles/companies/Oborot_roznichnoy_torgovli_vyros_pochti_na_58562/ 4. И. Лубчук. Тенденции рынка розничной торговли Украины. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа. <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=325> 5. Официальный сайт Gfk Ukraine

// [Электронный ресурс]. – Режим доступа. <http://www.gfk.ua/index.ua.html>. 6. Официальный сайт консалтинговой компании GT Partners Ukraine // [Электронный ресурс]. – Режим доступа. <http://www.gtpartners.com.ua/>.

Bibliography(transliterated): 1. Potrebiteľ'skij rynek [Elektronnyj resurs]: Gosudarstvennaja sluzh-ba statistiki Ukrainy. – Rezhim dostupa: <http://ukrstat.gov.ua/>. 2. E. Amosha. Sostojanie setej roznichnoj trgovli v Ukraine. Konferencija «Dni nauki». – 2013. 3. Oborot roznichnoj trgovli vyros pochtu na 10 %. Gazeta «Biznes». – 16.10.2013. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.business.ua/articles/companies/Oborot_roznichnoj_torgovli_vyros_pocht_u_na_58562/ 4. I. Lubchuk. Tendencii rynku roznichnoj trgovli Ukrainy. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa. <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=325>. 5. Oficial'nyj sajт Gfk Ukraine. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa. <http://www.gfk.ua/index.ua.html>. 6. Oficial'nyj sajт konsaltingovoj kompanii GT Partners Ukraine. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa. <http://www.gtpartners.com.ua/>.

Стаття рекомендована до друку канд. фіз.-мат. наук, доц. О.Н. Нащекіною.

Надійшла (received) 14.11.2013.

УДК 658.152/.153

В.А. МИЩЕНКО, д-р економ. наук, проф., НТУ «ХПИ»;
О.В. МОЗЕНКОВ, д-р економ. наук, проф., НТУ «ХПИ»;
Т.Г. ЧУРСИНА, студент, НТУ «ХПИ»

ВЛИЯНИЕ СООТНОШЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ И ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ В СТРУКТУРЕ КАПИТАЛА НА ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ТУРБОАТОМ»)

В статье рассмотрено влияние соотношения собственных и заемных средств в общей структуре капитала предприятия на его прибыль. Представлена динамика изменения показателей за 10 лет деятельности предприятия ОАО «Турбоатом». Проведенный анализ показал, что максимальной прибыли предприятие достигает, когда доля заёмного капитала составляет одну треть в общей структуре, тогда как уменьшение или увеличение этой доли ведет к более низким доходам. Предложено использовать результаты проведенного исследования для оптимизации структуры капитала предприятий.

Ключевые слова: собственные средства, заёмные средства, структура капитала, прибыль предприятия.

Введение. Актуальность исследования структуры капитала предприятия обусловлена её влиянием на эффективность деятельности и на рыночную стоимость этого предприятия. По мере успешного развития компании используется не только внутреннее финансирование, но и внешнее. По этой причине оптимизация структуры капитала является одной из основных функций управленческого персонала. Для украинских компаний на сегодняшний день характерна структура капитала, в которой большую до-

© В.А. Мищенко, О.В. Мозенков, Т.Г. Чурсина, 2014