

## РОЗДІЛ 10. СТАТИСТИКА

ВПЛИВ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ  
ПОКАЗНИКІВ РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИINFLUENCE OF STRUCTURAL CHANGES  
IN INDICATORS OF RETAIL MARKET OF UKRAINE

УДК 339.13(142).017:339.37

**Рахман М.С.**к.е.н., доцент,  
доцент кафедри маркетингу  
та менеджменту зовнішньоекономічної  
діяльностіХарківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна**Білоконь В.О.**студент  
Харківський національний університет  
імені В.Н. Каразіна

*Мета статті полягає у дослідженні теоретичної сутності та особливостей роздрібно-ї торгівлі, виявленні основних проблем, тенденцій і перспектив розвитку галузі. Проведено аналіз структурних зрушень економічних показників ринку роздрібно-ї торгівлі в динаміці. Окреслено сучасні реалії та тенденції роздрібно-ї торгівлі.*

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, ритейл, товарооборот, галузь торгівлі, ринок, аналіз структурних зрушень, обсяг реалізації, Україна, рекомендації.

*Цель статьи заключается в исследовании теоретической сущности и особенностей розничной торговли, выявлении основных проблем, тенденций и перспектив развития отрасли. Проведен анализ структурных сдвигов экономических показателей рынка*

*розничной торговли в динамике. Определены современные реалии и тенденции розничной торговли.*

**Ключевые слова:** розничная торговля, ритейл, товарооборот, отрасль торговли, рынок, анализ структурных сдвигов, объем реализации, Украина, рекомендации.

*The purpose of the paper is to study the theoretical essence and features of the retail market, to identify the main problems, trends, and prospects of the industry. The analysis of structural changes in the economic indicators of the retail trade market in dynamics is conducted. The current realities and trends of retail trade are outlined.*

**Key words:** retail; turnover; trade, market, analysis of structural shifts, sales volume, Ukraine, recommendations.

**Постановка проблеми.** Головною метою комерційної діяльності є отримання прибутку за допомогою задоволення купівельного попиту. Ця мета є важливою для підприємств та організацій, а також і для деяких осіб, що здійснюють операції на товарних ринках та ринку послуг. Підприємства, що займаються роздрібною торгівлею та мають низьку рентабельність, стають неконкурентоспроможними та в кінцевому підсумку можуть припинити свою діяльність. Налагодження неприбуткової роботи можливе тільки за великого приросту обсягів господарської діяльності у деяких галузях економіки.

Торгівля – це провідна галузь господарювання, і від зростання та розвитку обороту торгівлі на роздрібному ринку багато у чому залежить результат діяльності системи торгівлі.

Аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку роздрібно-ї торгівлі є надважливим для досягнення стабільних позитивних результатів діяльності підприємств в Україні та знаходження шляхів вирішення нагальних проблем у галузі. Покращення стану та подальший розвиток має вплинути на стабілізацію економічного, політичного та соціального становища й створення додаткової кількості робочих місць в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичним та практичним питанням розвитку ринків роздрібно-ї торгівлі приділено увагу у роботах провідних вітчизняних й закордонних науковців, таких як В. Апопій, В. Радаєв, Дж.Р. Еванс, Б. Берман, А. Мазаракі, Т. Кент, Я. Гончарук, О. Омар та інші. Праці вчених та економістів показують специфіку і

плюси роздрібно-ї торгівлі, перспективи й тенденції наступного розвитку торгівельної галузі.

Огляд літературних джерел на досліджувану тематику доказує нестачу наукових розробок із проблем розвитку роздрібно-ї торгівлі в Україні й аналізу загальних державних обставин роздрібно-ї торгівлі України на початок 2018 року.

**Постановка завдання.** Мета статті – дослідження теоретичної сутності та особливостей ринку роздрібно-ї торгівлі, аналізу структурних змін основних статистичних показників ринку України, а також визначення закономірностей та тенденцій його розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно з процесом руху товарів від виробників до споживачів, кінцевою ланкою, яка закінчує шлях господарських зв'язків, є роздрібна торгівля.

Матеріальні ресурси у роздрібній торгівлі перетворюються зі сфери обігу у сфери індивідуального, колективного та особистого споживання, тобто вони є власністю споживачів. Цей процес відбувається за допомогою шляху купівлі-продажу, оскільки споживачі отримують необхідні їм товари в обмін на власні фінансові ресурси. При цьому створюється стартова можливість для нового циклу виробництва й обігу, бо товар переходить у гроші [1].

Згідно із «Законом про внутрішню торгівлю» [2]:  
– торговельна діяльність – діяльність із продажу товарів, у тому числі власного виробництва, або посередницька діяльність, у тому числі із надання агентських, комісійних та інших послуг у

просуванні товарів від виробників (постачальників) до кінцевого покупця;

– внутрішня торгівля – торговельна та виробничо-торговельна діяльність суб'єктів господарювання, пов'язана з продажем вітчизняних та/або імпортованих споживчих товарів на внутрішньому ринку;

– об'єкт торгівлі – спеціально облаштовані місця для провадження торговельної та/або виробничо-торговельної діяльності, розташовані в окремих капітальних спорудах або приміщеннях іншої капітальної чи тимчасової споруди некапітального типу, або в розвізних, переносних технічних, транспортних засобах, або на земельній ділянці, наданій для провадження торговельної діяльності в порядку, визначеному законом;

– суб'єкт торговельної діяльності – виробник, постачальник, продавець, покупець у сфері внутрішньої торгівлі [2].

Роздрібні торговці виконують низку функцій, які збільшують цінність надаваних ними товарів і послуг. Зазвичай це такі функції [3]:



Рис. 1. Функції роздрібно́ї торгівлі

Досягнення високого рівня задоволеності клієнтів включає організацію сервісу, яка характеризується рівнем обслуговування та додатковими послугами залежно від цін, які утворюються у про-

цесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг.

Роздрібна торгівля зараз загалом є однією з галузей сфери економіки, що найбільш динамічно розвивається. В останні роки перед фінансово-економічною кризою у сфері торгівлі в Україні відбулися деякі позитивні зміни. Майже закінчився процес приватизації у сфері товарного обігу. Визначилася міцна тенденція до реального збільшення обсягу товарного товарообігу, що є свідченням розширення й активізації внутрішнього споживчого ринку. Темпи нарощування роздрібно́го товарообігу значно перевищують темпи нарощування валового внутрішнього продукту. Є позитивні зміни у структурі товарообороту[4].

У загальному обігу роздрібно́ї торгівлі у 2017 році більше половини обсягів (60,2%) припадало на товарообіг від продажу непродовольчих товарів, а 39,8% – на товарообіг продовольчих товарів. У 2016 році їх питома вага становила 59% і 41%. За 2013–2017 роки обсяг товарообігу зріс із 433 081 до 586 330 млн. грн., з перевагою частки непродовольчих товарів на всьому проміжку часу, яка зросла на більш ніж 1% з 2013 по 2017 рік (табл. 1).

Присутня тенденція до зменшення кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі на всьому періоді аналізу, окремо треба відзначити події 2013–2014 рр., коли кількість підприємств зменшилася на трохи менше ніж на 20%. Ще одним зрушенням став 2017 рік, за якого кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі зменшилася на понад 10 тисяч одиниць (понад 20% від результату попереднього року та спад до рівня 44% за базисним 2001 роком, кількісні зміни – понад 50 тисяч об'єктів роздрібно́ї торгівлі).

Кількість магазинів переважає кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі на всьому періоді дослідження та збільшує свою частку з кожним роком, проте в 2017 році досягла максимального рівня в 83,2%. Узагальнюючи, можна відзначити зменшення кількості об'єктів торгівлі взагалі та зменшення кількості складника цих об'єктів у вигляді напівстаціонарних об'єктів торгівлі, кількість яких зменшується з більшим темпом, у результаті чого частка магазинів зростає.

Водночас кризовий стан економіки країни також змінює структуру роздрібних продажів, збільшуючи

Таблиця 1

Структурні зміни роздрібно́го товарообороту за 2013–2017 роки [5]

Роки	Роздрібний товарооборот, млн. грн			Структура, у %	
	всього	продовольчих товарів	непродовольчих товарів	продовольчих товарів	непродовольчих товарів
2013	433081	177996,3	255084,7	41,1	58,9
2014	438343	181035,7	257307,3	41,3	58,7
2015	487558	200386,3	287171,7	41,1	58,9
2016	555975	227949,8	328025,3	41	59
2017	586330	233359,3	352970,7	39,8	60,2

частку ринку неорганізованої торгівлі. У структурі роздрібногo товарообігу за 2008–2017 роки обсяг неорганізованої торгівлі зріс з 45,7% у 2008 році до 53,2% у 2017 році з найбільшими змінами у 2011 і 2015 роках (рис. 2.5).

Згідно зі статистичними даними, з 2008 до 2016 року ринок роздрібної торгівлі мав стрімке щорічне збільшення та вважається справедливо одним із найшвидших сегментів вітчизняної економіки, що розвиваються. Це пояснюється тим, що національна валюта знецінювалась у цей період,

більшість операцій проводяться в національній валюті, їх облік простежується також у ній. Проте, якщо брати до уваги ці показники в іншій валюті, можна простежити обернену тенденцію.

Лідером за темпами зростання торговельних мереж в Україні є Київ. Це зумовлено більшим, порівняно з іншим населенням України, рівнем доходів мешканців міста. Згідно з сучасними соціально-економічними умовами господарювання, розвиток роздрібної торгівлі України значно залежить від рівня забезпеченості населення, кількості

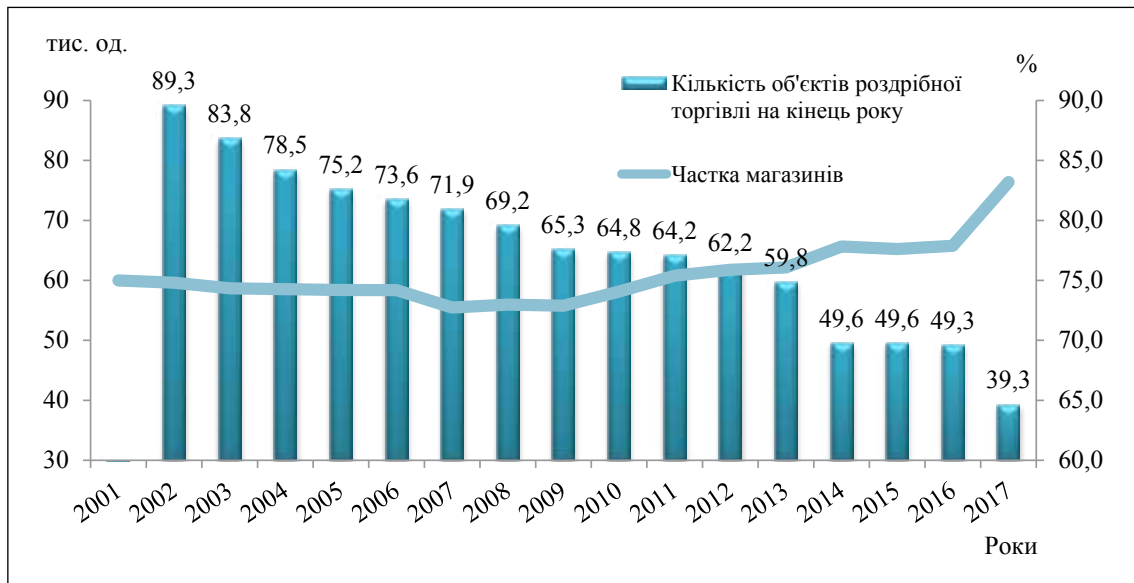


Рис. 2. Динаміка кількості об'єктів роздрібної торгівлі за 2001–2017 рр., тис. од.

Джерело: розроблено автором за даними [5]

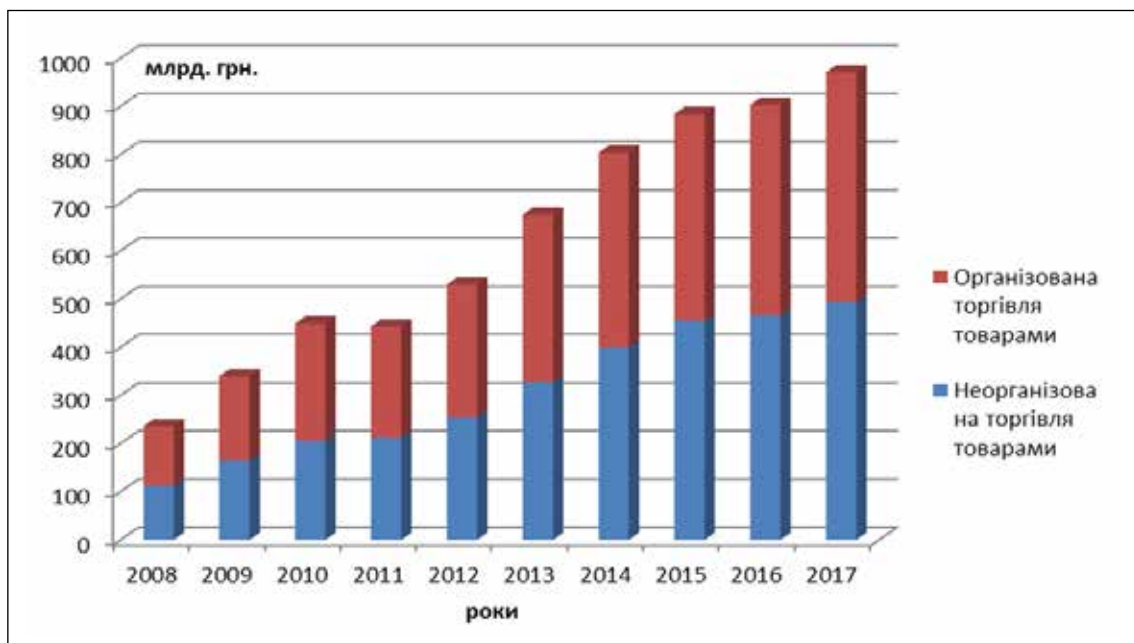


Рис. 3. Структура роздрібних продажів за 2008–2017 роки, млрд. грн.

Джерело: розроблено автором за даними [5]

об'єктів роздрібної торгової мережі, форм організації й спеціалізації. Динамічне зростання торгівлі засвідчується статистичними даними Державного комітету статистики України, з якого видно те, що обіг роздрібної торгівлі має зростаючу тенденцію.

Задля досягнення покращення стану ринку потрібно вирішувати проблеми, що виникають, окреслимо деякі з них та запропонуємо способи їх вирішення (рис. 4).

### Висновки з проведеного дослідження.

Проведені аналітичні та теоретичні дослідження дають змогу визначити основні напрями розвитку роздрібної торгівлі в Україні:

1. Торгівля на сучасному етапі характеризується визначеною фінансовою потужністю, яка зумовлена переважно екстенсивним шляхом розвитку.

2. Останнім часом розпочався розвиток малих торговельних об'єктів, що розташовані в центральній частині міста та на житлових масивах

(формат «магазинів біля будинку»). Це обґрунтовується переважно тим, що чималі формати не є ефективними для щоденних покупок.

3. Ціна товару є однією з детермінантів успіху роздрібного торговельного підприємства. Нинішній споживач, згідно зі своєю поведінкою, все більше орієнтується на зменшення своїх витрат.

4. Розширення привабливості магазинів можливе за рахунок не тільки цінової політики, а й шляхом збільшення методів обслуговування, надання покупцям найбільшого переліку додаткових послуг. Це зумовлюється тим, що суттєве підвищення значущості сервісної політики в процесі управління діяльністю торговельного підприємства є важливим фактором.

5. Під час формування асортименту потрібно орієнтуватися на результати дослідження запитів покупців та враховувати новітні тенденції, які характерні для поведінки сучасного покупця.



Рис. 4. Проблеми на ринку роздрібної торгівлі та пропозиції щодо їх вирішення

Таблиця 2

Динаміка обігу роздрібної торгівлі в Україні в 2013–2017 роках

Показники	Роки, млрд. грн.					Ланцюгові темпи росту, %			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
Обіг роздрібної торгівлі,	838,2	901,9	1018,8	1175,3	815,3	107,6	113,0	115,4	69,4
зокрема, роздрібний товарообіг підприємств	409,1	438,3	478,0	556,0	586,3	107,1	109,1	116,3	105,5

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Половцева Ф.П. Комерческа діяльність : ученик для вузов / Ф.П. Половцева. М. : ИНФРА-М, 2000. 248 с.
2. «Про внутрішню торгівлю» Проект Закону України № 9443 від 10.11.2011. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=9443&skl=7](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=9443&skl=7) (дата звернення 17.09.2018)
3. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2017. 368 с.
4. Жмайлов В.М. Продовольчий ринок: сучасний стан та перспективи розвитку / В.М. Жмайлов, О.Г. Жмайлова // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії : збірник. Випуск 1(6). Т. 2. Полтава : ПДАА. 2013. С. 161–164.
5. Державна служба статистики України / Роздрібна торгівля України у 2017 році. Статистичний збірник. Київ : Держаналітінформ, 2018

**REFERENCES:**

1. Polovtseva F.P. (2000) *Kommercheskaya deyatel'nost' [Commercial activity]*. Moscow: INFRA-M. (in Russian)
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2011), *The Law of Ukraine Pro vnutrishnju torgivlju [About domestic trade]*, available at: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=9443&skl=7](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=9443&skl=7) (Accessed 17 September 2018).
3. Baldzhy M.D., Dopira I.A., Odnol'ko V.O. (2017) *Ekonomika ta organizacija torgivli [Economy and Trade Organization]*. Kyiv: Kondor, 368 p.
4. Zhmajlov V.M., Zhmajlova O.G. (2013) *Prodo- vol'chij rynek: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku [Food Market: Current Status and Prospects]* *Naukovi praci Poltav'skoi' derzhavnoi' agrarnoi' akademii' [Scientific works of the Poltava State Agrarian Academy]*, vol. 1 (6), pp. 161-164 (in Ukrainian)
5. *Derzhavna sluzhba statystyky (2018) Rozdribna torgivlja Ukrainy u 2017 roci. Statystychnyj zbirnyk [Retail trade of Ukraine in 2017. Statistical yearbook]*, Kyiv: Derzhanalitinform

**Rahman M.S.**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Senior Lecturer at Department of Marketing  
and Management of Foreign Economic Activity  
V. N. Karazin Kharkiv National University

**Bilokon V.O.**

Student  
V. N. Karazin Kharkiv National University

**INFLUENCE OF STRUCTURAL CHANGES IN INDICATORS OF RETAIL MARKET OF UKRAINE**

By the process of moving goods from the side of producers to the side of consumers, the final link that ends the way of economic ties is retail.

The establishment of a non-profit work is possible only with a large increase in the volume of economic activity in some sectors of the economy. Trade is a leading industry, and the growth and development of trade turnover in the retail market largely depend on the performance of the trading system, which confirms the relevance of this work.

The purpose of this work is to conduct an analysis of the retail market in Ukraine.

In the paper, the general scientific methods are used: logical, deductive, comparison, synthesis and analysis; statistical, graphic, economic-mathematical, and others.

Retail trade is one of the most promising sectors of the Ukrainian economy, which is dynamically developing and plays a significant role in the development of the consumer market and public service. The general global processes of globalization, transformation of social and economic relations, market transformations have brought to the fact that the engine of local economy's development is increasingly a tertiary sector of the economy, which caused the necessity to study the territorial features of its component, namely, retail trade territorial organization, development and formation of the retail market of Ukraine and in its regions trade networks.

The main features are that more than 47% of the retail turnover was attributed to the turnover of the business network of enterprises; the volume of non-food goods for over 10 years prevails over the volume of food products, which in 2017 was less than 40%. There was also a tendency towards a general decrease in the number of retail objects. The number of stores overwhelms the number of semi-stationary trade facilities throughout the research period and increases its weight each year.

The result of the work is an analysis and identification of problems that exist in the market and proposed solutions and improvements. Possible ways of solving development problems among them: improving living standards, finding alternative development options, attracting investors, finding competitive advantages, entering new markets.