

ні фінансові наслідки як у сфері збільшення фінансових результатів діяльності, так і у напрямі стабілізації результатів діяльності. Зазначимо, що отримані фінансові результати відповідають ситуації, коли підприємство не змінює свою ділову активність і тягне за собою додаткові витрати.

Література

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. – К. : Ника-центр, Эльга, 1999.
2. Білик М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2005. – № 3. – С. 117-127.
3. Ванькович Д.В. Організація системного підходу в управлінні грошовими ресурсами // Регіональна економіка. – 2001. – С. 225-231.
4. Воробйов Ю.М. Формування власного фінансового капіталу підприємств // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2002. – № 6. – С. 36-41.
5. Єпіфанов А.О. Обґрунтування фінансового механізму підприємств // Фінанси України. – К. : Преса України. 2004. – № 11. – С. 3-12.
6. Керанчук Т. Фінансова стабільність підприємства і методичні аспекти її оцінки.// Економіка України. – К. : Преса України. – 2001. – № 1. – Сс.83.
7. Крупка М.І. Стратегія управління процесом кредитування реального сектору економіки / М.І. Крупка, О.І. Скаско // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2003. – № 7. – С. 108-112.
8. Крочок С.І. Оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2002. – № 8. – С. 40-45.
9. Малыхин В.И. Финансовая математика: учебное пособие [для вузов]. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 247 с.
10. Мицак О.В. Ліквідність як елемент фінансового управління діяльністю підприємства // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2003. – С. 62-65.
11. Павловський О.В. Удосконалення методів аналізу фінансового стану підприємств // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2001. – № 11. – С. 54-56.
12. Панченко А.І. Узагальнення моделі статистичної оцінки основних показників діяльності підприємства // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2005. – № 3. – С. 133 –146.
13. Пліскус І.Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2003. – № 4. – С. 35-44.
14. Свєшнікова М.С. Стратегія управління фінансовою стійкістю підприємства // Фінанси України. – К. : Преса України. – 2001. – № 1. – С. 148.
15. Шеремет А.Д. Финансы предприятий / А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. – М. : ИНФРА-М, 1997.

УДК 339.16:332.132

Доц. І.М. Мельник, канд. екон. наук – Львівська КА

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ РЕГІОНІВ

Торгівля як сфера національної економіки є важливим чинником економічного зростання України загалом та її регіонів зокрема. Розглянуто сучасний стан і тенденції змін регіональної роздрібно торгівлі та умови, що визначають її розвиток.

Ключові слова: регіональна роздрібна торгівля, роздрібний товарообіг, товарообіг роздрібних підприємств, роздрібна торговельна мережа.

Assoc. prof. I.M. Melnyk – L'viv commercial academy

State and tendencies of changes in retail business of regions

Trade as the sphere of national economy is the important factor of the economy growing of Ukraine on the whole and its regions in particular. The modern state and tendenci-

es of changes of regional retail business and condition, which determine its development, is considered in the article

Keywords: regional retail business, retail commodity turnover, commodity turnover of retails enterprises, retail trade network.

Важливим чинником економічного зростання суспільства є торгівля, яка відіграє значну роль у реалізації соціальної політики, ринкової орієнтації національної економіки, формуванні конкурентного середовища. Реструктуризація торгівлі, яка відбувалася в Україні в перехідний період і продовжується на початковому етапі функціонування економіки України на ринкових засадах, спричинила значні зміни в соціальних формах торгівлі, мотивації і принципах її розвитку, в підходах до управління і регулювання нею тощо.

Сьогодні основну частку в торгівлі становлять приватні підприємства; основним мотивом її розвитку є отримання прибутку власниками підприємств; покращення забезпеченості роздрібними торговими підприємствами населення здійснюється через розвиток вітчизняного і експансію іноземного мережевого ритейлу; торгівля зміщується з центральних районів міст на периферію, активно будуються ритейл-парки на окраїнах населених пунктів та в інших малопривабливих районах з низькими цінами на землю, участь державних органів і комунальних служб у плануванні, розвитку і регулюванні торговельної мережі зменшується.

Торгівля стала найбільш лібералізованою галуззю економіки з мінімальним впливом на її розвиток держави, яка за короткий час пройшла період занепаду і бурхливого розвитку нецивілізованих форм торгівлі і зараз переживає піднесення в розвитку організованого сектора торгової галузі.

У цих умовах зростає потреба в регулюванні і плануванні розвитку роздрібної торгівлі як державними органами і громадськими організаціями споживачів з метою задоволення соціальних потреб суспільства, так і самими діловими об'єднаннями в торговельній галузі для визначення пріоритетів власного розвитку. З огляду на такі завдання, актуальним є дослідження сучасних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в розрізі регіонів.

Проблемам розвитку торгівлі як сфери національної економіки присвячено багато наукових публікацій. Теорію і практику цього питання розглянуто у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як В. Апопій, Н. Голошубова, Л. Лігоненко, А. Мазарі, І. Бланк, Н. Власова та ін. У роботах цих авторів розкрито суть торгівлі загалом та її структурних елементів, визначено умови розвитку галузі, а також обґрунтовано чинники, які впливають на ефективність діяльності торговельних підприємств. Однак більшість досліджень розглядають торгівлю в загальнонаціональному масштабі, і меншою мірою акцентують увагу на проблемах торгівлі регіонів.

Метою цього дослідження є вивчення сучасного стану та виявлення основних тенденцій розвитку роздрібної торгівлі України в регіональному аспекті.

Обіг роздрібної торгівлі сьогодні формується такими складниками:

- роздрібний товарообіг підприємств – це обсяг продажу споживчих товарів населенню через роздрібну торгову мережу і мережу ресторанного господарства усіма діючими підприємствами, а також промисловими, транспортними та іншими неторговими підприємствами безпосередньо населенню;

- роздрібний продаж товарів на ринках та фізичними особами-підприємцями через торгову мережу та мережу підприємств ресторанного господарства.

Сучасні тенденції розвитку цих складників подано в табл. 1. Дані таблиці показують, що всі складники роздрібної торгівлі розвиваються динамічно за майже незмінної частки в загальних обсягах. Так, співвідношення між обігом підприємств і фізичних осіб-підприємців протягом останніх років зберігається на рівні 50:50 з незначним відхиленням на користь підприємств. Але необхідно зауважити, що за останні сім років роздрібні підприємства втратили майже 6 % своєї частки.

Роздрібний товарообіг торговельних підприємств розвивається відповідно до загальноекономічних тенденцій, тобто з постійним нарощуванням своїх обсягів. Але слід зауважити, що дані, наведені в табл. 1, подано у фактичних цінах, що, на жаль, не відображає реального стану. Дослідження товарної структури роздрібного товарообігу вказують на те, що динаміка реалізації продовольчих товарів є повільнішою, ніж реалізація непродовольчих товарів. Так, якщо обсяг продажу продовольчих товарів в 2007 р. становить 77 % від рівня 1990 р., то непродовольчих товарів – 201 % [1, с. 285]. На нашу думку, це є свідченням зростання доходів населення, яке значну частину коштів вкладає в задоволення потреб в одязі, взутті тощо.

Табл. 1. Динаміка розвитку роздрібної торгівлі України*

Показники	Роки								2007 р. в % до 2000 р.
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Обіг роздрібної торгівлі, млрд грн	47,5	59	68,8	87,6	116,3	174,4	237,8	325,1	684,4
в т.ч.									
роздрібний товарообіг підприємств, млрд грн	28,8	34,4	39,7	50	67,6	94,3	130,0	178,2	618,8
Частка роздрібного товарообігу підприємств в обігу роздрібної торгівлі, %	60,6	58,3	57,7	57,1	58,1	54,07	54,67	54,8	–

Примітка: * розраховано за даними Держкомстатистики [1, с. 278]

Підтвердженням наших висновків є дані щодо товарної структури роздрібного товарообігу (табл. 2). Так, якщо в 1990 р. співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів у роздрібному товарообігу підприємства становило 44 % і 56 %, то в 2007 р. ця залежність є оберненою: 35,3 % в товарообігу займають продовольчі товари, а 64,7 % – непродовольчі.

Табл. 2. Динаміка розвитку товарної структури роздрібного товарообігу підприємств України [1, с. 287] (%)

Товарна група	Роки							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Продовольчі товари	52	50	48	46	44	42	38	35
Непродовольчі товари	48	50	52	54	56	58	62	65

На нашу думку, доречно зробити одне зауваження. Як зазначено вище, у роздрібний товарообіг підприємств зараховано тільки дані щодо юри-

дичних осіб, без фізичних осіб-підприємців. А саме останні, як відомо, формують малий бізнес, який переважно займається реалізацією продовольчих товарів. Традиційно роздрібна торгівля активніше розвивається у містах, причому частка міської торгівлі постійно зростає. Так, якщо в 2000 р. роздрібний товарообіг у міських поселеннях становив 88 % від загального обсягу, то в 2007 р. цей показник був на рівні 92 % [1, с. 285].

Тенденції у функціональному розподілі роздрібного товарообігу підприємств вказує на те, що загалом цей економічний показник формується за рахунок розвитку роздрібної торгівлі через роздрібну торговельну мережу (у 2007 р. частка товарообігу роздрібної мережі в загальному роздрібному товарообігу становила 96 %).

Узагальнення щодо територіального і функціонального розвитку роздрібного товарообігу торговельних підприємств України дають змогу зробити висновок щодо нерівномірності розвитку галузі. Так, у міських поселеннях діяльність торгівлі є інтенсивнішою насамперед за рахунок великої кількості торговельних підприємств. З тієї самої причини активніше розвивається роздрібна мережа, ніж ресторанне господарство.

Нерівномірним є і регіональний аспект розвитку роздрібної торгівлі (табл. 3). Серед регіонів найбільшу питому вагу у формуванні роздрібного товарообігу займає безпосередньо м. Київ, причому його частка за 7 останніх років зросла майже на 6 %. Друге місце посідають Дніпропетровська і Донецька області, на які сукупно припадає 17,6 %. На третьому місці – Харківська область із 7,1 %. Динаміка регіональної структури свідчить про незмінність ринкової частки регіону (коливання становлять в межах 1-2 %). А це, на наш погляд, свідчить про те, що умови функціонування роздрібної торгівлі є однаковими в цілому по Україні, що створює для торговельних підприємств рівні умови для розвитку в конкурентному середовищі.

Тому для отримання відповідних конкурентних переваг суб'єктам роздрібної торгівлі необхідно вишукувати внутрішні чинники конкурентоспроможності. Для виявлення регіональних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі ми згрупували області в шість груп, відповідно до географічного розташування областей. В окремому групу виділено місто Київ.

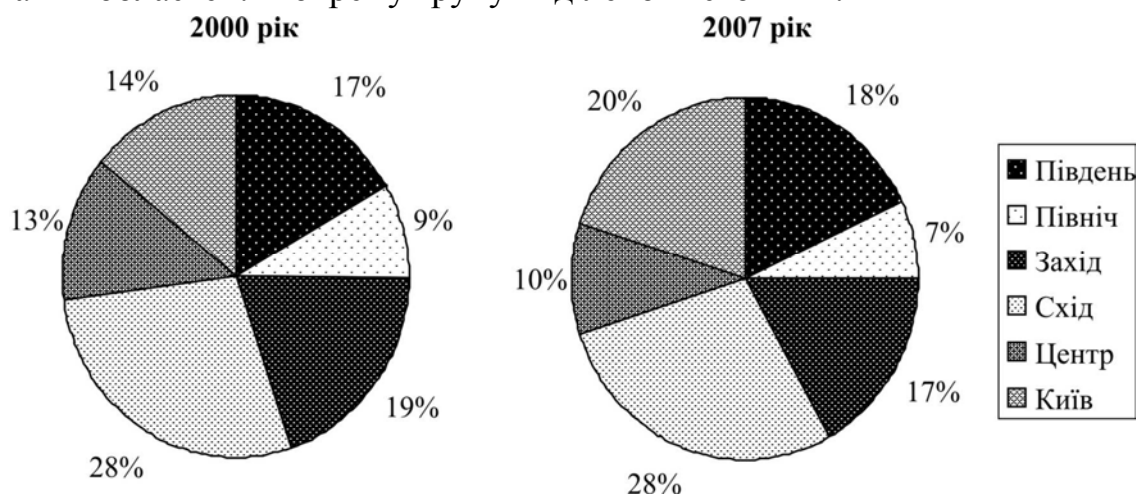


Рис. 1. Регіональна структура розвитку роздрібного товарообігу підприємств України [1, с. 286]

Табл. 3. Динаміка регіонального розвитку роздрібного товарообігу підприємств України [1, с.286]

Регіон	РОКІ															
	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %	Млн. грн.	Частка у всього, %
Україна	28757	100	34417	100	39691	100	49994	100	67556	100	94332	100	129952	100	178232	100
АР Крим	946	3,3	1215	3,5	1411,5	3,6	1762,7	3,5	2434,3	3,6	3449	3,7	4784	3,7	6430,0	3,6
Вінницька	794,1	2,8	938,5	2,7	1014,7	2,6	1272,1	2,5	1668,7	2,5	2248	2,4	2959,2	2,3	3922,4	2,2
Волинська	575,1	2,0	683,6	2,0	795,5	2,0	1005,4	2,0	1337,6	2,0	1834	1,9	2403,9	1,8	3134,1	1,8
Дніпропетровська	2379,9	8,3	2793,9	8,1	3455,3	8,7	4435,9	8,9	6074,4	9,0	8370	8,9	11476,5	8,8	15976,1	9,0
Донецька	2624,1	9,1	3120,1	9,1	3414,6	8,6	4174,6	8,4	5660,5	8,4	7867	8,3	11429,9	8,8	15941,5	8,9
Житомирська	682,2	2,4	758,9	2,2	846,4	2,1	1073,8	2,1	1361,5	2,0	1776	1,9	2430,2	1,9	3320,5	1,9
Закарпатська	744,9	2,6	907,1	2,6	1074,1	2,7	1458,1	2,9	2068,3	3,1	2667	2,8	2902	2,2	3666,7	2,1
Запорізька	1376	4,8	1542,2	4,5	1721,6	4,3	2043,5	4,1	2866,6	4,2	3881	4,1	4981,5	3,8	6782,0	3,8
Івано-Франківська	588	2,0	659,4	1,9	719,9	1,8	861,2	1,7	1106,1	1,6	1563	1,7	2269,4	1,7	3133,2	1,8
Київська	1011,5	3,5	1222,7	3,6	1446,9	3,6	1603,9	3,2	2191,5	3,2	3021	3,2	4731,3	3,6	6663,0	3,7
Кіровоградська	504,2	1,8	634,5	1,8	724	1,8	852,2	1,7	1119,6	1,7	1467	1,6	2020,7	1,6	2801,3	1,6
Луганська	1021,1	3,6	1128,3	3,3	1297,7	3,3	1551,7	3,1	2106,1	3,1	2765	2,9	3766,7	2,9	5245,8	2,9
Львівська	1820,4	6,3	2054,7	6,0	2456,6	6,2	3085,8	6,2	4009,8	5,9	5531	5,9	6882,9	5,3	9472,5	5,3
Миколаївська	570,3	2,0	717,8	2,1	849,5	2,1	961,3	1,9	1307	1,9	1760	1,9	2554,7	2,0	3861,5	2,2
Одеська	1112,4	3,9	1390,7	4,0	1844,3	4,6	2535,3	5,1	3684	5,5	5165	5,5	7445,4	5,7	9996,1	5,6
Полтавська	1064,4	3,7	1223,4	3,6	1291,9	3,3	1505,3	3,0	1900,5	2,8	2521	2,7	3467,9	2,7	4678,3	2,6
Рівненська	473,9	1,6	610,7	1,8	812,9	2,0	990,2	2,0	1262,8	1,9	1644	1,7	2092,6	1,6	2747,3	1,5
Сумська	776,9	2,7	958,6	2,8	938,3	2,4	1052,7	2,1	1330,7	2,0	1749	1,9	2155,6	1,7	2688,2	1,5
Тернопільська	385,5	1,3	470,7	1,4	563,2	1,4	723,9	1,4	962,1	1,4	1325	1,4	1729,8	1,3	2251,5	1,3
Харківська	2031,3	7,1	2564,9	7,5	2909,3	7,3	3675,6	7,4	4830,3	7,2	6756	7,2	9164,5	7,1	12311,8	6,9
Херсонська	523,7	1,8	628,1	1,8	763,5	1,9	1042,2	2,1	1401,4	2,1	1827	1,9	2493,6	1,9	3323,2	1,9
Хмельницька	560,6	1,9	702,6	2,0	792,2	2,0	1031,7	2,1	1315,3	1,9	1803	1,9	2505,5	1,9	3368,3	1,9
Черкаська	656,7	2,3	724	2,1	794,6	2,0	1039,7	2,1	1392,9	2,1	1752	1,9	2335,6	1,8	3173,4	1,8
Чернівецька	478,6	1,7	561,1	1,6	974,3	2,5	872,5	1,7	1103,3	1,6	1436	1,5	1806,6	1,4	2679,6	1,5
Чернігівська	715,7	2,5	812,1	2,4	844,1	2,1	990	2,0	1264,7	1,9	1578	1,7	2121	1,6	2862,5	1,6
м. Київ	4106,1	14,3	5101,1	14,8	5885	14,8	7961,9	15,9	11184	16,6	17696	18,8	25826	19,9	35989,8	20,2
м. Севастополь	220,8	0,8	273,9	0,8	336	0,8	420,5	0,8	598,7	0,9	886	0,9	1214,7	0,9	1809,0	1,0

На рис. 1 показано динаміку розвитку роздрібної торгівлі основних географічних регіонів. Як бачимо, перше місце посідають східні області України, а саме Харківська, Луганська, Дніпропетровська та Донецька. На їхню частку припадає 28 % загального товарообігу роздрібної торгівлі. Необхідно відзначити, що ця частка не змінюється впродовж останніх семи років. На другому місці – столиця м. Київ. У позитивній динаміці знаходиться західний регіон, до якого входять вісім областей (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Чернівецька, Волинська і Хмельницька). Торговельні підприємства північного, південного і центрального регіонів України втратили свої позиції за останні роки на 2-3 %.

Роздрібна торгівля здійснюється через роздрібну торговельну мережу та підприємства ресторанного господарства, особливості розвитку яких значною мірою впливають на формування роздрібного товарообігу. Станом на 01.01.2008 р., в Україні функціонувало 71,9 тис. підприємств роздрібної торгівлі – юридичних осіб, що на 30,4 % менше, ніж у 2000 р. Тобто, якщо обсяги роздрібної торгівлі зростають, то її матеріально-технічна база зменшується. Характерною тенденцією є те, що скорочення стаціонарної мережі здійснюється швидшими темпами, ніж дрібнороздрібної. На наш погляд, однією із причин такої ситуації є умови конкурентного середовища. Так, по-перше, стаціонарне торговельне підприємство є менш мобільне щодо удосконалення своєї діяльності як умови посилення конкурентоспроможності.

По-друге, магазини більшою мірою функціонують у міських поселеннях, де, як було зазначено вище, конкурентне середовище є більш інтенсивне, а, відповідно, є більше можливостей програти у конкурентній боротьбі. Для глибшого аналізу роздрібної торгівлі України недостатньо визначати фактичну динаміку розвитку основних її показників. Доцільно взяти до уваги зіставлення і порівняння певних відносних показників. На регіональному рівні ми зіставили такі показники, як торговельна площа магазинів і роздрібний товарообіг на 1 м² торговельної площі (рис. 2), що дало нам змогу визначити, наскільки ефективно завантажені торговельні площі.

Аналіз даних засвідчує, що за останні роки значно покращилася ефективність використання торговельних площ, тобто за період 2000-2007 рр. збільшилася товаровіддача роздрібних торговельних підприємств. Поряд з тим, необхідно зазначити, що в окремих регіонах навантаження на одиницю площі є значно вищим, ніж в інших регіонах. Тобто в областях півдня, центру, сходу і заходу України доцільно, на нашу думку, активізувати торговельну діяльність за незмінних торгових потужностей, а на півночі України та в м. Києві, навпаки, – активніше розвивати матеріально-технічну базу роздрібної торгівлі.

Означену на рис. 2 залежність, на наш погляд, можна пояснити таким: торговельні підприємства в умовах конкурентної боротьби за споживача намагаються зменшити рівень постійних витрат, шляхом зменшення торгової площі (зменшуються витрати на утримання). А з іншого, боку шляхом різних заходів підприємство намагається активізувати продаж товарів. І одне, і друге в підсумку призводить до зростання доходів, а, відповідно, і конкурентоспроможності. На означені вище тенденції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні безпосередній вплив чинять макроекономічні чинники, які формують ринковий попит та пропозицію.

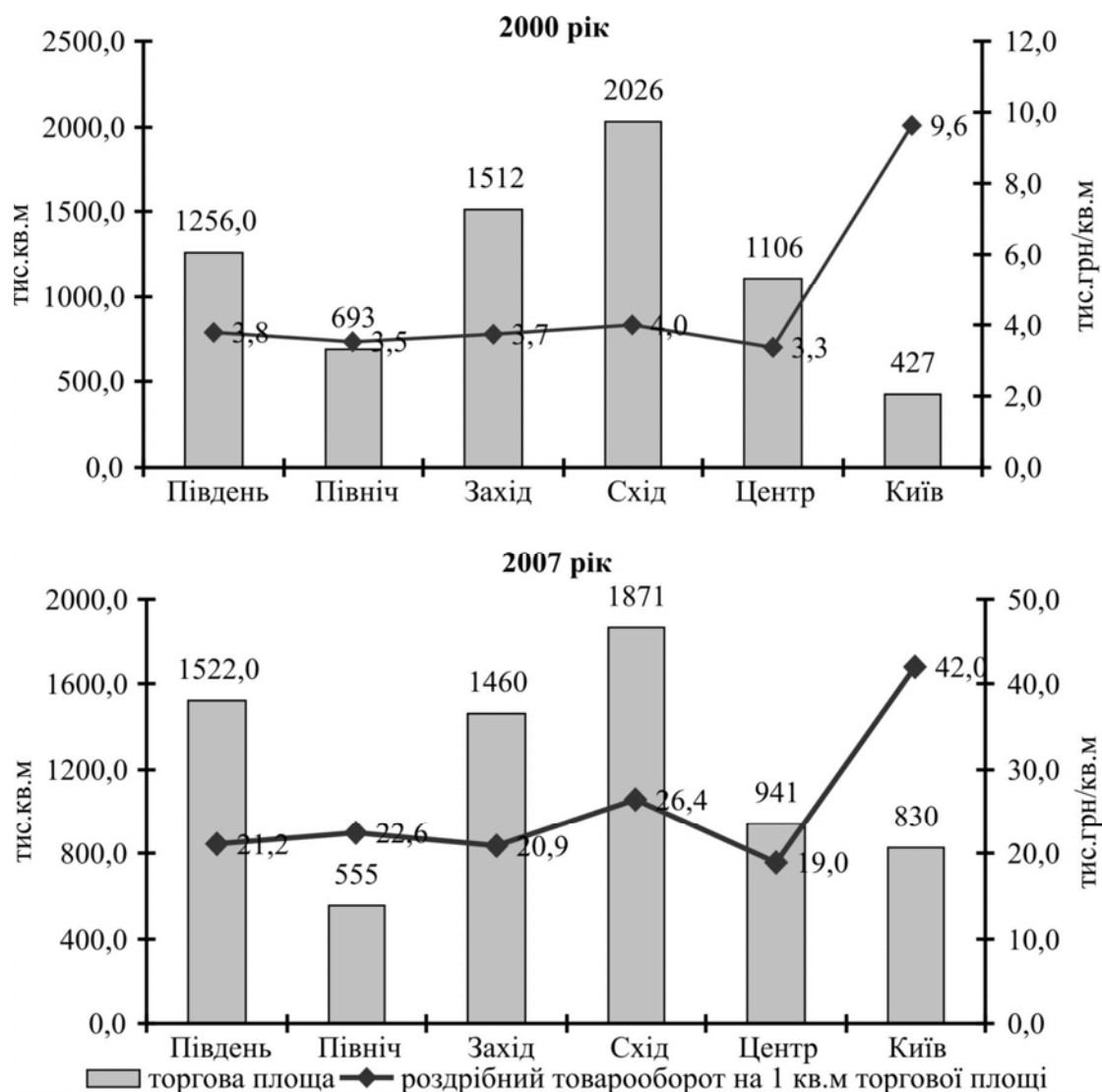


Рис. 2. Ефективність використання площі роздрібних торговельних підприємств у 2000 та 2007 рр. [1, с. 286, 299]

Пропозиція товарів народного споживання забезпечується насамперед шляхом розвитку виробництва, сільського господарства та імпорту, динаміка розвитку яких має позитивну динаміку. Так, за останні сім років щорічний приріст виробництва в Україні становив 5-10 %; щорічні темпи приросту сільськогосподарської продукції змінюються від -10 % (спад) до +20 %; обсяги імпорту товарів за останні шість років збільшилися майже в три рази.

Другою компонентою ринку є попит, який забезпечується доходами споживачів. Закономірною є тенденція, що зі зростанням фактичних доходів населення зростає його платоспроможний попит, а, відповідно, і обсяги реалізації товарів. За останні вісім років загальні доходи населення зросли майже в п'ять разів. Проте, слід зауважити, що ці дані є фактичними, без врахування інфляційних процесів та подорожчання товарів.

Смність внутрішнього споживчого ринку формує не весь обсяг доходів, а тільки сума "наявних доходів населення" – це максимальний обсяг грошових доходів, які призначені для використання домашніми господарствами на придбання споживчих товарів та оплату послуг. Це загалом близько 75 % загального обсягу доходів.

Важливою для роздрібної торгівлі є частка доходів населення, що витрачається на придбання товарів. У середньому населення України на це виділяє 20-30 % своїх доходів. За останні роки ця частка змінилася мало: в середньому на 5-7 пунктів. Хоча є окремі регіони де цей показник доволі сильно відхиляється від середнього значення. Так, найбільшу частку своїх доходів на придбання товарів витрачають у містах Києві та Севастополі, в Одеській, Харківській та Закарпатській областях. У зазначених містах відбувся найбільший стрибок цього показника за шість останніх років. Поряд з тим, є регіони, де населення стало витрачати менше на придбання товарів – це Чернігівська, Чернівецька, Сумська, Полтавська і Закарпатська області. Тут цей показник зменшився в від 3 % до 9 %.

Такі співставні дані дають підстави говорити про певні передумови та можливості подальшого розвитку роздрібної торгівлі. У середньому по Україні доходи населення створюють стабільні умови для розвитку роздрібної торгівлі, але роздрібним торговельним підприємствам необхідно постійно здійснювати моніторинг ринку на предмет розвитку тенденцій попиту і можливостей чи бажання споживачів витрачати свої кошти на придбання товарів взагалі і саме у своєму регіоні зокрема. Але для повноти наявної ситуації, на нашу думку, необхідно розглянути іншу сторону взаємовідносин споживач – роздрібна торгівля. У цьому ракурсі необхідно відслідковувати тенденції щодо повноти задоволення торговельними підприємствами потреби населення в товарах.

На жаль, для визначення рівня забезпеченості роздрібною торгівлею споживчих витрат домогосподарств практично відсутня інформаційна база. Офіційна статистика подає структуру сукупних витрат в середньому одного домогосподарства, а дані щодо продажу товарів – у розрахунку на одну особу. Тому порівнювати такі цифри не правильно. Але загалом порівняння окремих показників дає змогу нам констатувати, що значна частина витрат на товари народного споживання реалізуються не в межах організованої роздрібної торгівлі, оскільки роздрібний товарообіг підприємств загалом займає лише в середньому 30 % від загальних витрат населення на придбання товарів і послуг. Проте, за останні роки спостерігається позитивна тенденція до зростання цього показника.

Аналіз тенденцій розвитку товарної пропозиції та споживчого попиту на вітчизняному ринку дає змогу зробити загальний висновок: роздрібна торгівля загалом та в межах регіонів розвивається відповідно до динаміки макроекономічних показників ринку. Процеси, що відбуваються в роздрібній торгівлі регіонів, створюють умови для активізації діяльності торговельних підприємств та пошуку шляхів щодо підвищення її ефективності, а у підсумку підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів ринку. Відповідно до законів конкуренції, збільшення кількості конкурентоспроможних суб'єктів загострює конкурентну боротьбу, а конкурентне середовище стає більш інтенсивнішим.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2007 р. [Текст] / За ред. О.Г. Осауленка. – К. : Вид-во "Консультант", 2008. – 623 с.