

*Георгіаді Н.Г.,**д.е.н., професор,**професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»**Лучко Г.Й.,**к.е.н.,**асистент кафедри технологій управління,
Національний університет «Львівська політехніка»**Русин-Гриник Р.Р.,**аспірант кафедри підприємництва та екологічної експертизи товарів,
Національний університет «Львівська політехніка»*

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ-РІТЕЙЛЕРІВ УКРАЇНИ

Анотація. У статті проаналізовано наукові літературні джерела на предмет аналізу конкурентоспроможності торговельних підприємств-ртейлерів України. Проведено аналізування сфери гуртової торгівлі в Україні. Визначено, що динаміка обсягів торгівлі є високорельованою з динамікою ВВП, що свідчить про вагомість сфери торгівлі для розвитку вітчизняної економіки. Виявлено, що протягом останніх років у сфері торгівлі в Україні посилюються процеси монополізації.

Ключові слова: конкурентоспроможність, товар, конкурентоспроможність товарів, торгівля, ртейлер, монополізація.

Постановка проблеми. Актуальні умови функціонування суб'єктів господарювання в Україні ускладнені значною кількістю політичних та макроекономічних чинників. До факторів, які негативно впливають на діяльність вітчизняних підприємств, слід віднести військові дії на сході країни, девальвацію національної грошової одиниці, важко прогнозовану інфляцію, відсутність швидких реформ в економічному і політичному середовищі тощо. Це зумовлює проблеми конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, які функціонують у сфері торгівлі, оскільки значну частку товарів, які реалізуються через національну систему гуртових і роздрібних торговельних підприємств, становить продукція закордонного виробництва.

Окрім названих проблем, варто додати, що в умовах економічної рецесії, яка значно поглибилася з 2012 р., набувають особливого значення процеси монополізації, які полягають у витісненні великими гравцями представників середнього і малого бізнесу, що несприятливо впливає на рівень здорової ринкової конкуренції у сфері торгівлі і, відповідно, на інфляційні процеси в країні. Отже, аналізування стану рівня конкуренції у сфері гуртової торгівлі, а також дослідження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-ртейлерів постає актуальною необхідністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі аналізуванню конкурентоспроможності торговельних підприємств України приділяється чимала увага. Вітчизняні науковці акцентують увагу на проблемах розвитку роздрібно-торгівлі та окремих сфер гуртової торгівлі, тим самим обґрунтовуючи наявність несприятливих тенденцій у даній галузі економіки. До таких учених можна віднести Чорну М. [1] і Чернегу О. [9], які досліджували конкурентоспроможність

вітчизняної торговельної галузі на рівні міжнародних ринків і відзначили наявність несприятливих тенденцій, які мають місце у структурі сфери торгівлі. До закордонних учених, які у своїх дослідженнях торкнулися проблем розвитку торгівлі у міжнародному аспекті, розглядаючи можливість розвитку торговельних відносин у площині ефективності використовуваної підприємствами методології, можна віднести Бермана Б. і Джоела Р. [4], Ісалову М. і Мамедова Ф. [2], Язикова М. [3], Ансоффа І. [5], Беспятого В. [6], Попова Є. [7], Фатхудинова Р. [8] та багатьох інших.

Проте слід зазначити, що детальне дослідження конкурентоспроможності торговельної галузі в межах окремої країни, особливо в Україні, недостатньою мірою висвітлено у науковій літературі.

Мета статті полягає в аналізі сфери гуртової торгівлі в Україні, дослідженні рівня її конкурентоспроможності та визначенні рівня монополізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність як наукова категорія має розглядатися не тільки в площині структурованої теоретичної концепції, оскільки є властивістю суб'єктів ринкових відносин. Це зумовлює доцільність використання окресленого вище апарату ідентифікування стану конкурентоспроможності на прикладі вітчизняних підприємств шляхом їх аналізу. У даному розділі значну увагу приділено саме аналізуванню торговельних підприємств в Україні із використанням трьох представлених вище складників: ціни продукції, якості та післяпродажного обслуговування.

Обсяги торгівлі протягом 1992–2015 рр. в Україні абсолютно корельовані з динамікою ВВП (коефіцієнт кореляції рівний 0,975), тому протягом 2013–2015 рр. обсяги торгівлі в Україні значно скоротилися (на 44,13%, що у грошовому еквіваленті становить 76,97 млрд. дол. США). Скорочення обсягів торгівлі спричиняє посилення тенденцій до монополізації сфери торгівлі, оскільки загострюється конкуренція, що призводить до «загибелі» дрібних торговців та посилення впливу великих гравців. Позиція великих торговельних мереж завжди орієнтована на довгостроковий період, тому збитки протягом двох років не є настільки значними як для середнього і малого бізнесу. Найбільш успішний період для вітчизняної сфери торгівлі тривав з 2002 по 2008 р. (включно). Середній темп росту обсягів торгівлі в Україні протягом даного періоду становив 26,62% за рік. У 2008 р., коли відбулася глобальна фінансова

криза, об'єми торгівлі скоротилися на 39,6%. Проте вже з 2009 по 2011 р. динаміка обсягів торгівлі демонструє корекцію і повернення до показників 2008 р. З 2011 по 2013 р. графік динаміки обсягів торгівлі утворює фігуру, яка у технічному аналізі називається «подвійна вершина» і свідчить про слабкість зростаючої тенденції, тому починаючи з 2013 р. спостерігається зменшення обсягів торгівлі в Україні із середнім темпом 25,22% на рік. Таким чином, можна підсумувати, що з 2008 по 2015 р. обсяг торгівлі в Україні скоротився на 46,83%. Скоригуємо даний показник з урахуванням тенденцій на ринку золота протягом досліджуваного періоду. Так, за даними Yahoo.Finance, вартість однієї тройської унції (≈ 31,1 г) золота протягом періоду з грудня 2008 по грудень 2015 р. зросла з 998,47 дол. США до 1 090,64 дол. США (на 9,23%). З урахуванням інфляції долара США протягом даного періоду можна підсумувати, що реальний об'єм торгівлі скоротився на 51,33% (у тройських унціях – 94,233 млн.). Детальне представлення динаміки обсягів торгівлі в Україні за період з 1992 по 2015 р. за даними Світового банку наведено на рис. 1.

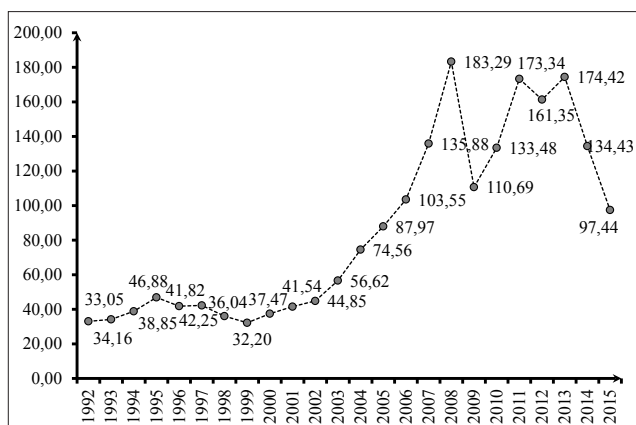


Рис. 1. Динаміка обсягів торгівлі в Україні протягом 1992–2015 рр., млрд. дол. США

Джерело: [6]

Таким чином, доцільно припустити, що протягом 2008–2015 рр. рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки знизився більше ніж удвічі. Враховуючи зниження конкурентоспроможності дрібних учасників ринку та посилення тенденцій на монополізацію сфери торгівлі в Україні вагомою постає необхідність аналізування динаміки рівня конкурентоспроможності великих ріелторів в Україні. Так, у 2013 р. групу крупних представників вітчизняної сфери торгівлі звинувачено у картельній змові [13]. Підозра оголошена Антимонопольним комітетом України, у результаті чого штрафні санкції загрожували 18 компаніям України. Тому, враховуючи специфіку досліджуваної у даній роботі проблематики, доцільним об'єктом аналізу обрано найбільші вітчизняні компанії, які функціонують у сфері торгівлі і мають під своїм управлінням декілька торговельних мереж, представлених на ринку різними торговельними марками. На жаль, варто зазначити, що дані по об'ємах торгівлі часто публікуються несистематично та не періодично, що унеможливило можливість побудувати обґрунтовану динаміку для аналізування та прогнозування короткочасних та довгострокових тенденцій.

Для визначення переліку найбільших торговельних ріелторів в Україні за підсумками 2015 р. (інформація за 2016 р. на даний момент не опублікована) використано рейтинги, які

опубліковані виданнями «Ліга.Бізнес» [10] та Forbes Україна [11; 12; 14]. Так, за даними рейтингами, в Україні є група компаній-рітейлерів, які конкурують між собою і спільно контролюють близько 3% сфери торгівлі товарами та послугами в Україні (у 2014 р. даний показник становив 2,28%). Починаючи з 2012 р. дані компанії володіють найбільшою кількістю торговельних точок в Україні. На рис. 2 представлено відомості щодо кількості торговельних точок у порядку зростання для тих вітчизняних компаній, які лідирують за даним показником протягом 2012–2013 рр.

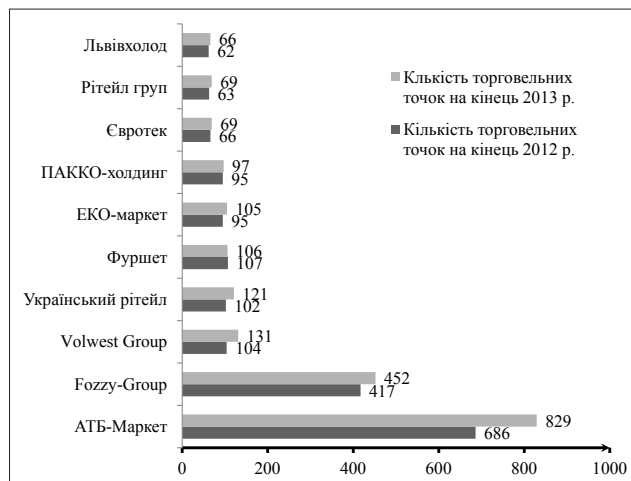


Рис. 2. Кількість торговельних точок для вітчизняних компаній, які лідирують за даним показником у 2012–2013 рр.

Джерело: [11; 12; 14]

Як бачимо з рис. 2, протягом 2012–2013 рр. найбільшою кількістю торговельних точок володіла компанія «АТБ-Маркет» (829 торговельних точок), друге місце за даним показником займає Fozzy Group (452 торговельні точки, компанія володіє мережею супермаркетів «Сільпо», магазинів «Біла дому» та «Фора», магазинів електроніки Ringoo, фармацевтичних супермаркетів «Біла ромашка» та гуртових гіпермаркетів Fozzy). Також у трійку лідерів входить компанія Volwest Group (131 торговельна точка, на ринку продуктової торгівлі підпри-

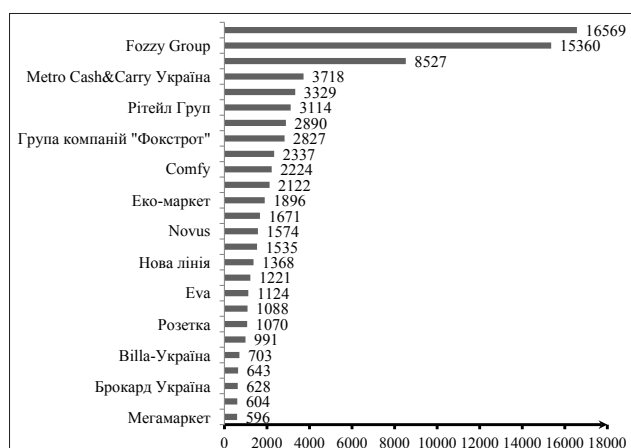


Рис. 3. Обсяг реалізації для 26 вітчизняних торговельних підприємств-лідерів за даним показником у 2014 р., млн. грн.

Джерело: [14]

емство представлено торговою маркою «Наш край»). Варто зазначити, що кількість торговельних точок не завжди об'єктивно позначається на фінансових результатах досліджуваних підприємств. Так, якщо проаналізувати дані «Forbes Україна» за 2014 р., можна визначити, що Volwest Group не входить до переліку із 26 підприємств із найбільшим обсягом реалізації продукції (рис. 3).

Як бачимо з рис. 3, за умови аналізування обсягів реалізації трійка компаній-лідерів буде іншою, а саме до даної групи підприємств на заміну Volwest Group ввійде компанія «Епіцентр К». На ці три компанії припадає 50,74% усієї виручки досліджуваних торговельних підприємств, що в абсолютному вираженні становить 40,456 млрд. грн. Проте для більш повного відображення тенденцій у сфері продуктової торгівлі необхідним є аналізування показників зміни в 2014 р. Даний рік є особливо ваго-

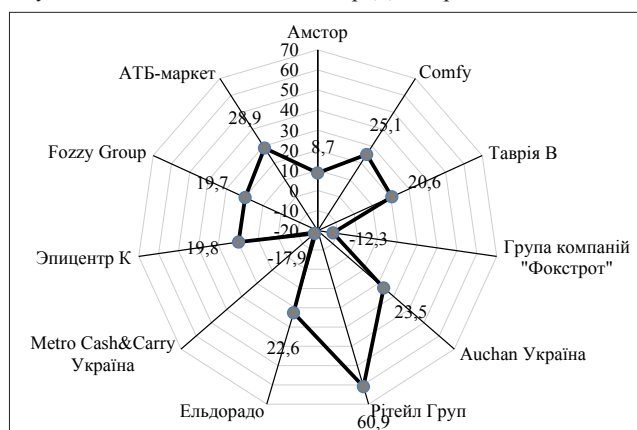


Рис. 4. Значення відносної зміни обсягу реалізації протягом 2013–2014 рр. для компаній – рітейлерів продуктового ринку з найбільшими значеннями виручки у 2014 р., %

Джерело: [14]

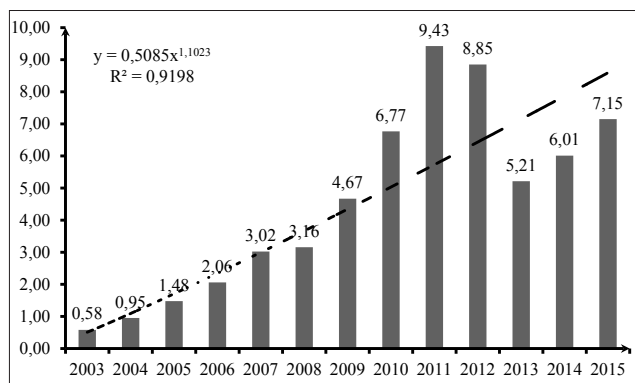


Рис. 5. Динаміка сумарного обсягу реалізації продукції для 27-ми досліджуваних торговельних підприємств-лідерів за даним показником протягом 2002–2015 рр., млрд. дол. США

Джерело: побудовано дисертантом на основі фінансової звітності досліджуваних підприємств: корпорації «АТБ», ПрАТ «Fozzy Group», мережі магазинів «Епіцентр», ПрАТ «Метро кеш енд Кері Україна», ПАТ «Рітейл Груп», ТЗОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», групи компаній «Фокстрот», ТЗОВ «Таврія-В», ТЗОВ «Комфі Хаус», групи компаній «Амстор», ТЗОВ «Еко-маркет», ТЗОВ «VARUS», групи компаній «NOVUS», ТЗОВ «Фуришет», ПрАТ «Нова лінія», ТЗОВ «Караван», ТЗОВ «Ева», групи компаній «МТІ», ТЗОВ «Розетка», ТЗОВ «Watson Group», іноземного підприємства «Вілла-Україна», групи компаній «Алло», ТЗОВ «Брокард Україна», ДП «Адідас Україна», ТЗОВ «Мегамаркет».

мим, оскільки протягом даного періоду спостерігалось значне падіння обсягів торгівлі в Україні, а отже, мали місце тенденції монополізації сфери торгівлі, що є дотичним до досліджуваної проблематики конкурентоспроможності. На рис. 4. зображено значення відносної зміни обсягів реалізації продукції протягом 2013–2014 рр. для десяти компаній-рітейлерів із найбільшими обсягами реалізації у 2014 р. Ураховуючи дані, представлені вище, для подальшого аналізування вирішено враховувати дані щодо 10 представлених на рис. 4, оскільки для даних компаній спостерігається найбільший обсяг реалізації. Проте слід зазначити, що процеси монополізації, які є особливо актуальними в умовах економічної стагнації, мають бути розглянуті у значно ширшому контексті. Для цього в роботі розглянуто динаміку частки 27-ми, за даними «Forbes Україна», компаній-рітейлерів у загальному об'ємі операцій у сфері торгівлі.

Так, на основі аналізування звітності 27-ми найбільших за обсягами реалізації компаній-рітейлерів України побудовано динаміку сумарного обсягу реалізованої даними підприємствами продукції та послуг із сервісного обслуговування (рис. 5).

Як бачимо з рис. 5, незважаючи на зниження обсягу торгівлі в Україні протягом 2009 р. та протягом 2013–2015 рр., обсяги реалізації для досліджуваних підприємств продовжують зростати, що в умовах економічної рецесії може відбуватися тільки за рахунок поглинання «дрібних гравців» у сфері торгівлі. Для більш повного відображення виявлених тенденцій доцільним є наведення динаміки частки обсягів реалізації 27-ми найбільших торговельних підприємств України у загальному обсязі торгових операцій (рис. 6).

Якщо проаналізувати тенденцію, зображену на рис. 6, можна підсумувати, що у сфері продуктової торгівлі спостерігаються тенденції монополізації, зумовлені рецесією економіки протягом 2013–2015 рр., та ймовірним продовженням даних процесів у майбутньому, враховуючи нестабільне політичне та військове становище України.

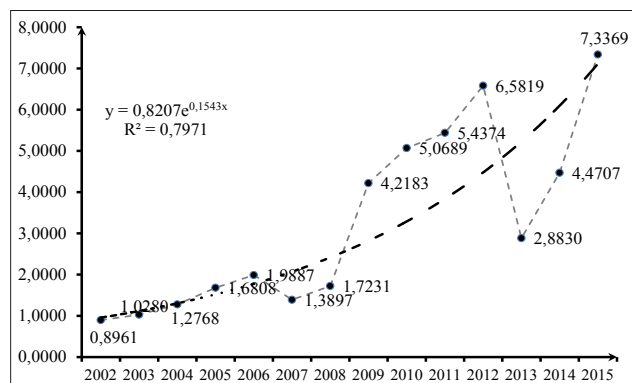


Рис. 6. Динаміка частки обсягу реалізації 27-ми компаній-рітейлерів, що є лідерами за даним показником протягом 2002–2015 рр., %

Примітка: побудовано дисертантом на основі аналізування даних Світового банку та фінансової звітності підприємств: корпорації «АТБ», ПрАТ «Fozzy Group», мережі магазинів «Епіцентр», ПрАТ «Метро кеш енд Кері Україна», ПАТ «Рітейл Груп», ТЗОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», групи компаній «Фокстрот», ТЗОВ «Таврія-В», ТЗОВ «Комфі Хаус», групи компаній «Амстор», ТЗОВ «Еко-маркет», ТЗОВ «VARUS», групи компаній «NOVUS», ТЗОВ «Фуришет», ПрАТ «Нова лінія», ТЗОВ «Караван», ТЗОВ «Ева», групи компаній «МТІ», ТЗОВ «Розетка», ТЗОВ «Watson Group», іноземного підприємства «Вілла-Україна», групи компаній «Алло», ТЗОВ «Брокард Україна», ДП «Адідас Україна», ТЗОВ «Мегамаркет».

Таким чином, на основі аналізування загальних тенденцій у сфері продуктової торгівлі можна, відзначити, що об'єми торгівлі сильно корельовано із величиною ВВП, а також в умовах економічної рецесії має місце монополізація, яка передбачає витіснення з ринку дрібних та середніх торговців, а також їх поглинання великими торговельними підприємствами.

Висновки. У результаті проведеного дослідження здійснено аналізування наукової літератури за проблематикою конкурентоспроможності вітчизняних торговельних підприємств-ритейлерів. Виявлено, що більшість науковців приділяє увагу дослідженню проблем роздрібною сфери. При цьому чимало вчених вказують на наявність потенційної тенденції на зростання рівня монополізованості національної сфери гуртової торгівлі. У результаті написання даної статті доведено, що рівень монополізації протягом останніх років зростає, що в кінцевому підсумку може несприятливо вплинути на конкурентоспроможність національних торговельних підприємств. Витіснення малого і середнього бізнесу з ринку може призвести до зростання інфляції та зниження рівня життя, це також може негативно вплинути на розвиток виробничих галузей в Україні.

Одним із результатів дослідження було також те, що динаміка обсягів торгівлі є корельованою з динамікою ВВП, дана тенденція свідчить про доцільність створення умов для розвитку торговельної справи в Україні з акцентом на розширення роздрібною торгівлі, представниками якої можуть бути малі та середні підприємства. До перспектив подальших досліджень слід віднести моделювання рівня конкурентоспроможності товарів для її аналізування та прогнозування.

Література:

1. Чорна М.В. Сучасні особливості розвитку роздрібною торгівлі України / М.В. Чорна // Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. – Первомайськ : ХДУХТ, 2010. – С. 191–192.
2. Исалова М.Н., Мамедова Ф.И. Формирование эффективной организационной формы функционирования сетевой торговой фирмы / М.Н. Исалова, Ф.И. Мамедова // Транспортное дело России. – 2008. – № 4. – С. 27–35.
3. Языков М.С. Формализация взаимоотношений субъектов экономической деятельности в сфере розничной торговли / М.С. Языков // Вестник непрерывного образования. – 2009. – № 2. – С. 52–64.
4. Берман Б., Эванс Дж.Р. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж.Р. Эванс. – М. : Вильямс, 2003. – 1184 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; науч. ред. и авт. пред. Л.И. Евенко. – М. : Экономика, 2004. – 489 с.
6. Беспятых В.И. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в АПК : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / В.И. Беспятых. – Киров, 2000. – 394 с.
7. Попов Е. Услуги образования и рынок / Е. Попов // Российский экономический журнал. – 1992. – № 6. – С. 43–49.
8. Портер М.Е. Конкуренция / М.Е. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
9. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М. : Прогресс, 1986. – 472 с.

10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 312 с.
11. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность : [учебник] / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Экономика, 2005. – 504 с.
12. Чернега О.Б. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / О.Б. Чернега. – Донецьк, 2004. – 53 с.
13. Топ-10 крупнейших украинских продуктовых ритейлеров / Ліга.Бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/all/fmcg/stati/2740497-top-10-krupneyshikh-ukrainskikh-produktovykh-riteylerov-.htm> - 29.05.2014 p.
14. Майбутній антирекорд: рейтинг ефективності ритейлерів-2015 // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1408358-majbutnij-antirekord-rejting-efektivnosti-ritejleriv-2015> - 19.01.2016 p.
15. Топ-10 FMCG-ритейлерів України // Forbes Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1408358-majbutnij-antirekord-rejting-efektivnosti-ritejleriv-2015> - 17.02.2014 p.
16. Найбільші українські торговельні мережі звинуватили у змові підвищити ціни // Gazeta.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://gazeta.ua/articles/economics/_najbilshi-ukrayinski-torgovelnii-merezhi-zvinuvatili-u-zmovi-pidvischiti-cini/516367 - 16.09.2013 p.
17. Крупнейшие ритейлеры Украины по версии Forbes // Retail Community [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://retail-community.com.ua/news/menedjment/289-krupneyshie-ritejlyeri-ukrainyi-po-versii-forbes> - 03.11.2014 p.
18. Банк даних для України / Світовий Банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://api.worldbank.org/v2/en/country/UKR?downloadformat=excel> – 08.01.2017.

Георгиади Н.Г., Лучко Г.И., Русин-Грынык Р.Р. Анализ конкурентоспособности торговых предприятий-ритейлеров Украины

Аннотация. В статье проанализированы научные литературные источники на предмет анализа конкурентоспособности торговых предприятий-ритейлеров Украины. Проведен анализ сферы оптовой торговли в Украине. Определено, что динамика объемов торговли высококоррелирована с динамикой ВВП, что свидетельствует о весомости сферы торговли для развития отечественной экономики.

Ключевые слова: конкурентоспособность, товар, конкурентоспособность товаров, торговля, ритейлер, монополізація.

Heorhiadi N.H., Luchko H.Y., Rusyn-Hrynyk R.R. Analysis of the competitiveness of retail commercial enterprises of Ukraine

Summary. Analysed scientific literature on the subject of analysis of competitiveness of trading companies, retailers of Ukraine. A review of wholesale trade sphere in Ukraine is made. It is determined that the dynamics of trade is highly correlated with the dynamics of GDP, indicating the importance of trade for the domestic economy.

Keywords: competitiveness, product, competitive capacity of goods, trade, retailer, monopolization.