

Круглова О.А.,

к.е.н., професор,

професор кафедри економіки та управління,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ком О.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародної економіки,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Лисак Г.Г.,

к.е.н.,

доцент кафедри фінансів, аналізу та страхування,

Харківський державний університет харчування та торгівлі

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті проаналізовано динаміку основних показників діяльності підприємств оптової та роздрібною торгівлі в Україні у 2010–2015рр., порівняно розвиток оптових та роздрібних торгових підприємств, визначено загальну тенденцію розвитку суб'єктів господарювання.

Ключові слова: оптова торгівля, роздрібна торгівля, товарообіг, динаміка, товарна структура, сегменти внутрішнього ринку, товарні запаси.

Постановка проблеми. В економіці України значна роль відведена торгівлі. В оптовій ланці існує безліч проблем, що обумовлюють необхідність її якісного перетворення.

Досягнутий рівень оптової торгівлі не відповідає збільшеним вимогам ринку і не може повною мірою виконувати свої функції, а також не сприяє рішенню ряду завдань. У зв'язку з цим виникає необхідність розгляду питань ефективного управління торговими підприємствами і передусім оптовими. Проте перш ніж обґрунтувати управлінське рішення, необхідно проаналізувати результати діяльності суб'єкта господарювання і визначити загальну тенденцію його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління окремими аспектами діяльності підприємств торгівлі розглянуто у працях Н.І. Верхоглядової, Н.І. Трішкіної, Н.Б. Ільченко, Н.О. Голошубової, І.М. Сотник та інших вчених [1–5]. Позитивно оцінюючи напрацювання науковців, відзначаємо необхідність подальших досліджень у цій галузі, зокрема виявлення тенденцій розвитку підприємств оптової торгівлі за результатами аналізу каналів оптової реалізації та її сегментами в розрізі регіонів.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідно дослідити результати діяльності підприємств торгівлі за 2010–2015рр. та виявити тенденції їх розвитку у розрізі каналів оптової реалізації, за сегментами та в розрізі регіонів.

Мета статті. Головною метою роботи є визначення тенденцій розвитку підприємств торгівлі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сфері товарного обігу важливу роль відведено оптовій торгівлі, яка внаслідок особливого положення у системі товароруку сприяє розвитку як підприємств сфери виробництва, так і роздрібною торгівлі.

З метою визначення тенденцій розвитку підприємств оптової торгівлі досліджено показники динаміки оптового товаро-

обігу за 2010–2015 рр. Проведений аналіз свідчить про значні коливання оптового товарообігу за періодами часу. За підсумками 2015 р. оптовий товарообіг становив 1 178,9 млрд. грн., що за абсолютною величиною відповідає показникам 2011–2013 рр. Порівняно з 2014 р. обіг підприємств оптової торгівлі збільшився на 19,3%, порівняно з 2010 р. – на 21,7%.

За опублікованими даними протягом аналізованого періоду найбільша частка оптового товарообігу країни припадала на підприємства Києва, Київської, Дніпропетровської, Одеської, Донецької та Харківської областей [6–10] (рис. 1).

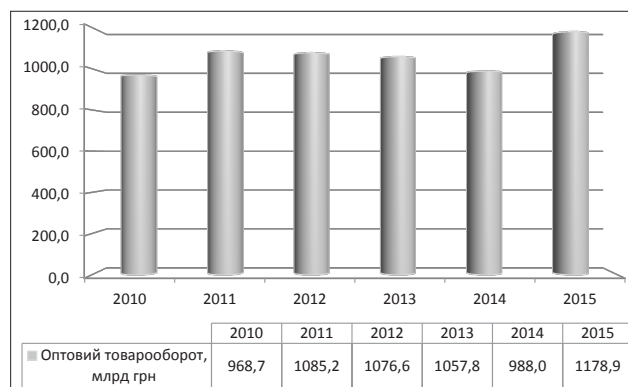


Рис. 1. Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі в Україні за 2010–2015 рр.

Джерело: розраховано за даними [6–10]

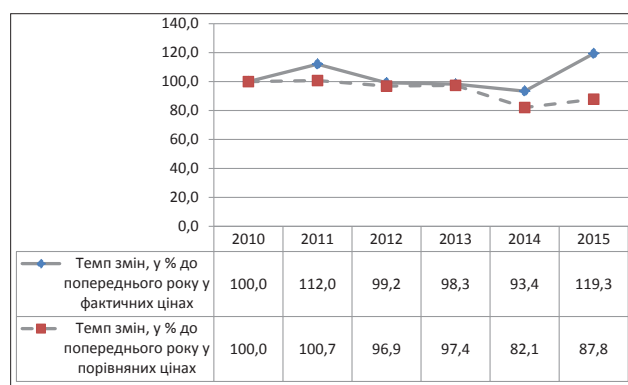


Рис. 2. Динаміка оптового товарообігу підприємств оптової торгівлі у фактичних та порівняльних цінах

Джерело: розраховано за даними [6–10]

Для об'єктивної оцінки щодо змін оптового товарообороту враховано показники його динаміки у порівняних цінах (рис. 2).

Аналіз свідчить про різні тенденції у динаміці товарообігу, розрахованого у фактичних та порівняних цінах, а саме його зростання у фактичних і зменшення у порівняних цінах.

Аналіз динаміки товарообороту за сегментами внутрішньої торгівлі показав, що економічна політика підприємств оптової торгівлі носила здебільшого інерційний характер (табл. 1).

Як показали дослідження, провідне місце у структурі оптового товарообороту посідають непродовольчі товари. У 2015 р. непродовольчих товарів реалізовано на суму 1 020,0 млрд. грн., що складає 82,0% загального обсягу оптового товарообігу. Відзначимо значну стійкість структури оптового товарообороту. Упродовж досліджуваного періоду частка непродовольчих товарів у загальному обсязі оптового товарообігу становила 80,3...82,4% [8].

У товарній структурі оптового товарообороту непродовольчих товарів значна частка припадала на торгівлю паливом (дизельним), бензином (моторним), фармацевтичною продукцією, чорними металами, кам'яним вугіллям, парфумерними та косметичними засобами, легкими автотранспортними засобами, деталями і приладами для автотранспортних засобів. Реалізація цих товарів забезпечувала 40...42,0% загального оптового продажу в Україні. Водночас останніми роками відзначено структурні зрушення у складі товарообороту, а саме зменшення оптових продажів вугілля кам'яного, чорних металів, автотранспортних засобів на користь збільшення оптового продажу таких товарів, як ячмінь, пшениця [6].

Серед продовольчих товарів підприємствами оптової торгівлі найбільше реалізується тютюнових виробів, молочних продуктів, масла та сирів, м'яса та м'ясних продуктів, шоколаду та кондитерських виробів, рослинної олії, алкогольних напоїв, риби переробленої та консервованої. Реалізація цих товарів становила 49,6...53,8% загального обсягу реалізації у сегменті продовольчого опту. У динаміці відзначається зменшення частки оптових продажів м'яса та м'ясопродуктів, рослинної олії, риби. За офіційними даними у 2015 р. порівняно з 2014 р. зменшився оптовий продаж солі харчової (на 48,0%), олій та жирів харчових (на

44,0%), шоколаду та виробів кондитерських цукрових (на 40,5%), прянощів та приправ (на 39,3%), фруктів та овочів свіжих (на 37,9%) [6].

Аналіз товарообороту за джерелами походження товарів свідчить про негативні тенденції розвитку внутрішнього ринку оптових продажів, адже частка оптової торгівлі товарами виробництва України знижується. Загальне зниження за 2010–2014 рр. становило 18,0 відсоткових пунктів. Найбільше зниження відзначено за товарами непродовольчої групи. За досліджуваний період зменшення частки вітчизняних продовольчих товарів становило 3,7, непродовольчих – 23,5 відсоткових пункти. Негативні тенденції розвитку ринку оптових продажів відзначено також у поточному році. За підсумками 2015 р. частка оптової торгівлі товарами, виробленими на території України, порівняно з 2014 р. зменшилась на 1,6 відсоткових пункти і становила 46,9. При цьому в обсязі оптових продажів продовольчих товарів питома вага товарів виробництва України становила 75,2, а непродовольчих – 40,7% [6].

Дослідження показало, що переважна частка оптового товарообороту припадає на перепродаж товарів іншим посередникам. Цей показник є стійким за періодами часу. Якщо за підсумками 2009 р. із загального обсягу оптового товарообороту іншим підприємствам оптової торгівлі для подальшого перепродажу реалізовано товарів на суму 491,7 млрд. грн., або 57,1% від оптового товарообороту, то за підсумками 2015 р. ці показники становили 700,2 млрд. грн. та 56,3% відповідно [6; 7].

Найбільші обсяги операцій з перепродажу відзначають за товарами, що займають найбільшу частку у загальному обсязі оптових продажів в Україні. Це енергетичні матеріали та продукти перероблення нафти, фармацевтичні препарати, добрива та сполуки азотні, зернові культури, тютюнові вироби, масла та сири, молочні продукти, шоколад та кондитерські вироби.

Висновки за результатами аналізу каналів оптової реалізації неоднозначні. Збільшення кількості учасників оптових продажів за визначеним товаром свідчить про привабливість цієї товарної групи для комерційних операцій.

Водночас йдеться не про розширення ринку оптових продажів, що є позитивним та свідчить про розвиток цього напрямку економічної діяльності. У цьому випадку мають місце операції перепродажу, що збільшують кількість ланок проходження товару.

Таблиця 1

Динаміка оптового та роздрібного товарообігу підприємств в Україні за 2010–2015 рр.

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
У % (у фактичних цінах) до відповідного періоду попереднього року						
Оборот підприємств оптової торгівлі	100	112,0	99,2	98,3	93,4	119,3
Оборот підприємств роздрібної торгівлі	100	126,4	118,1	109,3	107,6	113,0
Роздрібний товарооборот підприємств, які здійснювали діяльність із роздрібної торгівлі та забезпечення стравами та напоями	100	124,5	115,1	106,7	107,2	109,0
У % (у порівняних цінах) до відповідного періоду попереднього року						
Оборот підприємств оптової торгівлі	100	100,7	96,9	97,4	82,1	87,8
Оборот підприємств роздрібної торгівлі	100	114,7	114,7	108,6	91,1	79,3
Роздрібний товарооборот підприємств, які здійснювали діяльність із роздрібної торгівлі та забезпечення стравами та напоями	100	113,1	111,6	105,9	90,0	79,0

Примітка: складено за даними [8–12]

Згідно з оцінками дослідників товар в Україні у середньому проходить 3–4 організаційні ланцюги, і цей показник має тенденцію до зростання. Якщо за даними 2009 р. кількість ланок перепродажу для товарів непродовольчої групи визначалось на рівні від 2,1 (легкові автомобілі, устаткування для автоматичного оброблення інформації, фармацевтичні препарати) до 4 ланки (зернові культури, насіння соняшнику, нафта сира, прокат, відходи та брухт чорних металів, бензин моторний, мазут топковий, парфуми та косметичні вироби), то, згідно зі звітом 2015 р., товари проходять більш ніж 3 ланки перепродажу [6–10].

Подальше дослідження показало, що середній розмір запасів товарів на підприємствах оптової торгівлі за 2010–2015 рр. збільшився у 1,8 рази, а саме з 78,5 до 139,6 млрд. грн. у фактичних цінах. Увесь приріст запасів зумовлений збільшенням запасів непродовольчих товарів. Запаси товарів продовольчої групи за аналізований період скорочувались.

За опублікованими даними у 2015 р. найбільші обсяги запасів товарів зберігалися на підприємствах оптової торгівлі Києва, Київської, Тернопільської, Миколаївської, Черкаської та Дніпропетровської областей. Середній розмір товарних запасів на одне підприємство у цих областях коливався в межах 4,1...8,6 млн. грн., тоді як загалом по Україні це показник становив 4,3 млн. грн. на одне оптове підприємство [6].

Порівняння темпів росту товарообороту та товарних запасів на підприємствах оптової торгівлі свідчить про порушення пропорцій їх динаміки. Збільшення ланцюговості мало негативні наслідки для оптової торгівлі. За 2010–2015 рр. кількість оборотів товарних запасів на оптових підприємствах загалом скоротилась з 12,7 до 8,9 оборотів за рік, а тривалість одного обороту збільшилась з 28,4 до 40,4 днів.

Найбільш суттєві зміни відзначено за непродовольчими товарами. Кількість оборотів товарних запасів цієї групи скоротилась з 13,5 до 8,4 оборотів за рік, а тривалість одного обороту збільшилась з 26,7 до 42,7 днів. Водночас, як відзначають науковці, прискорення оборотності запасів у торгівлі лише на 1 день сприяло б економії близько 1,5 млрд. грн.

На фоні зменшення оптового товарообороту та деформації його структури слід відзначити скорочення кількості підприємств, які функціонують у сфері оптових продажів. За розрахунками за 2010–2014 рр. кількість підприємств – юридичних осіб, основним видом діяльності яких була оптова торгівля, зменшилась на третину.

Згідно з офіційними даними на 1 січня 2010 р. в Україні діяло 78,4 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля [6]. На 1 січня 2015 р. цей показник становив тільки 36,7 тис. підприємств [7].

Відзначено, що скорочення кількості підприємств оптової торгівлі відбувалось більш високими темпами порівняно зі зниженням оптового товарообороту, що пояснює зростання оптового товарообороту у середньому на одне підприємство. За опублікованими даними обсяг товарообігу у середньому на одне підприємство становив у 2010 р. 12,7, 2014 р. – 24,4, 2015 р. – 33,9 млн. грн.

Розвиток суб'єктів оптової торгівлі досліджено з урахуванням угруповання їх за обсягом оптового товарообороту (табл. 2).

За результатами аналізу визначено, що у складі підприємств оптової торгівлі найбільша питома вага припадає на підприємства з обсягом товарообороту до 10,0 млн. грн. на рік. Їх частка у кількості підприємств, хоча й знижується з роками, залишається значною, а саме 87,7...77,3% за періодами часу. Займаючи високу питому вагу за кількістю, підприємства цієї групи акумулюють незначні обсяги товарообороту, а саме 7,8...4,3% загального обсягу оптового товарообороту. Інші структурні показники за групою торговельних підприємств з річним оптовим товарооборотом більше 500 млн. грн.

Попри незначну їх питому вагу у загальній кількості підприємств оптової торгівлі (0,3...0,9% за роками), продажі за цими підприємствами становлять 44,5...59,5% загального обсягу оптового товарообороту в Україні.

Структура товарообороту за формами продажу, а також повнота та якість реалізації оптовими підприємствами такої функції, як зберігання товарів, залежить від забезпеченості їх складськими площами, складами-холодильниками.

Проведені дослідження дали змогу дійти висновку щодо значного їх скорочення. За даними 2014 р. оптові торговельні підприємства утримували 5 млн. м² власної складської площі, що становило лише третину їх величини періоду 2010 р., коли цей показник становив 13,7 млн. м².

Подібні тенденції відзначено за кількістю складів-холодильників. Згідно з даними 2014 р. їх кількість визначено на рівні 714 одиниць, що становило половину їх кількості на початок 2010 р., а саме 1 449 одиниць [6–10]. Вважаємо, що тенденція до зменшення складських площ та складів-холодильників

Таблиця 2

Групкування підприємств за обсягом оптового товарообороту в Україні за 2010–2015 рр. у відсотках до загального показника

Група	Структура підприємств						Оптовий товарооборот					
	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Усього	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
у т.ч. з оптовим товарооборотом												
до 50,0 тис. грн.	37,2	29,1	25,4	19,8	18,6	19,4	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
50,1–500,0 тис. грн.	17,3	17,5	18,1	19,1	19,2	14,6	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
500,1–1 000 тис. грн.	8,3	9,2	9,3	10,1	9,8	8,6	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2
1,1–10,0 млн. грн.	24,9	29,6	31,5	34,3	34,3	34,7	7,0	6,3	5,9	5,9	5,3	4,0
10,1–50,0 млн. грн.	8,8	10,3	11,1	11,8	12,4	15,4	15,4	13,3	12,5	12,2	11,3	10,1
50,1–100,0 млн. грн.	1,8	2,1	2,2	2,4	2,7	3,1	9,9	8,7	7,7	7,8	7,8	6,5
100,1–500,0 млн. грн.	1,4	1,8	2,0	2,1	2,4	3,3	22,4	20,9	20,6	19,6	19,8	19,6
500,1 млн. грн. і більше	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,9	44,5	50,2	52,9	53,9	55,4	59,5

Примітка: складено за даними [6–10]

Динаміка працівників, зайнятих на підприємствах оптової торгівлі в Україні за 2010–2015 рр.

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. у % до 2010 р.
Чисельність зайнятих працівників, тис. осіб	648,8	643,9	604,4	570,6	513,1	464,4	71,6
Кількість підприємств, одиниць	78 244	75 100	55 388	50 440	40 471	36 700	46,9
Середня чисельність працівників на 1 підприємство оптової торгівлі	8,3	8,6	10,9	11,3	12,7	12,7	152,6

зумовлена як зниженням загального обсягу діяльності оптових підприємств, так і посиленням тиску на підприємства оптової торгівлі з боку інших учасників ринку, а саме виробників, крупних підприємств роздрібною торгівлі, а також підприємств, основним видом економічної діяльності яких є складське господарство.

Особливості розвитку оптових підприємств знаходять відображення і у показниках, які відображають зайнятість населення у сфері оптової торгівлі. Відзначимо значну привабливість цієї сфери діяльності для економічно активного населення (рис. 3).

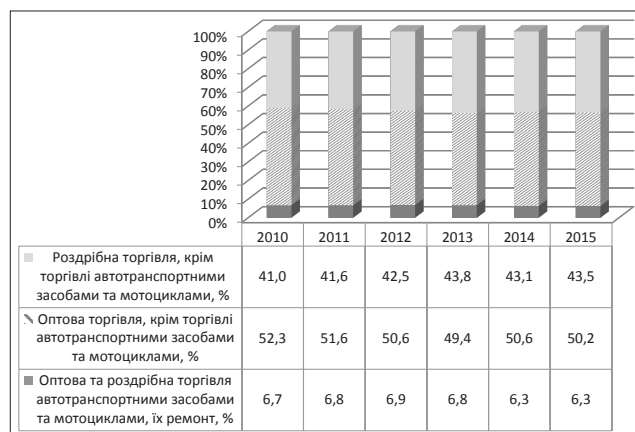


Рис. 3. Динаміка зайнятих працівників на підприємствах оптової торгівлі в Україні за 2010–2015 рр.

Джерело: складено за даними [6–10]

За розрахунками у період 2010–2015 рр. із загальної кількості працівників, зайнятих у сфері торгівлі, більша частина, а саме 49,4...52,3%, була зайнята саме у сфері оптової торгівлі. За цей період відзначається збільшення середньої кількості працівників, що припадає на 1 підприємство оптової торгівлі. Якщо у 2010 р. цей показник становив 8 осіб, то у 2014 р. він збільшився у півтора рази та становив 13 осіб на 1 підприємство. Слід відзначити, що така тенденція зумовлена не стільки збільшенням чисельності працюючих, скільки високими темпами скорочення кількості підприємств оптової торгівлі (табл. 3).

Моніторинг добутків вітчизняних науковців [1–5] свідчить про їх зацікавленість цією проблемою. Вони пов'язують негативні тенденції у сфері оптових продажів з низкою чинників, а саме з недосконалістю податкового законодавства та нормативно-правової бази, відсутністю ефекту від комерціалізації та зміни форм власності, відставанням розвитку потенціалу оптової торгівлі від темпів розвитку і вимог суміжних сфер – виробництва і роздрібною торгівлі, розбалансуванням внутріш-

нього ринку споживчих товарів і економічного обміну між регіонами України, деспеціалізацією посередників тощо. Водночас автори відзначають високий потенціал внутрішнього ринку України загалом та оптової ланки зокрема.

Зважаючи на роль оптової торгівлі у забезпеченні збалансованості внутрішнього ринку та успішності зовнішньоторгівельної діяльності, науковці приділяють значну увагу заходам активізації підприємництва у сфері оптових продажів, пов'язуючи розвиток оптових підприємств з державним регулюванням оптової торгівлі, зокрема реалізацією Концепції розвитку оптової торгівлі, налагодженням ефективного державного й приватного партнерства, структурною перебудовою галузі та оптимізацією структури посередників оптової ланки за видами, типами, територіальним розміщенням, переорієнтацією інтересів оптового посередника на національного виробника, створенням мережі регіональних оптових комплексів.

Висновки. Підсумовуючи викладене вище, зробили висновок про наявність проблем у розвитку оптової торгівлі в Україні. Аналіз оптового товарообороту, структури продажів, стану й динаміки товарних запасів, складської інфраструктури, зайнятих працівників, здійснений за даними 2010–2015 рр., дав змогу виявити негативні тенденції, що склались на підприємствах оптової торгівлі у цей період.

Література:

1. Верхоглядова Н.І. Роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства України / Н.І. Верхоглядова, Р.С. Шостак // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Трішкіна Н.І. Підвищення ефективності управління товаропостачанням на підприємствах оптової торгівлі / Н.І. Трішкіна // Молодий вчений. – 2014. – № 12 (15). – С. 140–143.
3. Ільченко Н.Б. Тенденції розвитку підприємств оптової торгівлі в Україні / Н.Б. Ільченко // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2014. – Т. 19. – Вип. 2/3. – С. 132–136.
4. Сотник І.М. Проблеми і напрямки розвитку оптової торгівлі в Україні / І.М. Сотник, Т.П. Петренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua>.
5. Голошубова Н.О. Структурна перебудова торгівлі споживчими товарами в Україні / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2013. – № 1. – С. 16–28.
6. Діяльність підприємств оптової торгівлі у 2015 р. : доповідь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Оптова та біржова торгівля України у 2012–2013 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukrstat.org/uk/druk>.
8. Діяльність суб'єктів господарювання за 2015 р. : статистичний збірник / за ред. М.С. Кузнецової. – К. : Державна служба статистики України, ТОВ «Видавництво «Консультант»», 2016. – 484 с.
9. Експрес-випуск «Оптова торгівля України у 2009» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uz.ukrstat.gov.ua>.
10. Оптова та біржова торгівля України у 2009–2011 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org/uk/druk>.

Круглова Е.А., Кот Е.В., Лысак Г.Г. Тенденции развития предприятий торговли в Украине

Аннотация. В статье проанализирована динамика основных показателей деятельности предприятий оптовой и розничной торговли в Украине в 2010–2015 гг., сравнены результаты деятельности оптовых и розничных торговых предприятий, определена общая тенденция развития субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: оптовая торговля, розничная торговля, товарооборот, динамика, товарная структура, сегменты внутреннего рынка, товарные запасы.

Kruhlova O.A., Kot O.V., Lysak H.H. Tendencies of development of trade enterprises in Ukraine

Summary. In the article, dynamics of the main indicators of activities of enterprises of wholesale and retail trade in Ukraine for 2010–2015 is analyzed, comparison of wholesale and retail trade enterprises is carried out, the general tendency of development of subjects of managing is determined.

Keywords: wholesale trade, retail trade, goods turnover, dynamics, commodity structure, segments of domestic market, trade inventories.