

*Ільченко Н.Б.,  
д. е. н., доцент,  
завідувач кафедри торговельного підприємництва та логістики,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

*Гарбарук І.М.,  
старший викладач кафедри  
торговельного підприємництва та логістики,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

## ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

**Анотація.** У статті проведено дослідження впливу процесу глобалізації на розвиток роздрібною торгівлі в Україні. Проаналізовано глобальні тренди та новітні технології розвитку роздрібною торгівлі. Наведено перспективи розвитку роздрібною торгівлі в Україні.

**Ключові слова:** роздрібною торгівля, електронна торгівля, омніканальність, інтернет-магазин, монобренди, мультибренди, розважально-торговельні центри.

**Постановка проблеми.** Глобалізаційні процеси сприяють виявленню нових закономірностей у розвитку світової економіки, які відбиваються й на підприємствах торгівлі України, демонструючи як позитивні, так і негативні наслідки. Під впливом інтенсифікації діяльності, розвитку сучасних підходів європейських країн до функціонування підприємств торгівлі за відпрацьованими технологіями виникає потреба впровадження нової філософії та створення нової бізнес-моделі. Саме тому особливості та ефективність функціонування роздрібною торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі й завдання цієї важливої підсистеми сфери товарного обігу в концептуальному плані невирішені, що обумовлює актуальність досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичним і практичним проблемам функціонування роздрібною торгівлі приділяють значну увагу такі провідні науковці, як, зокрема, В.В. Алопій [1], О.О. Кавун-Мошковська [2], Н.С. Краснокутська [3], А.А. Мазаракі [4], М.В. Чорна [5].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на досить значну кількість робіт наукового та практичного спрямування, залишається ще низка недостатньо досліджених питань розвитку роздрібною торгівлі в Україні з урахуванням досвіду провідних країн світу.

**Мета статті** полягає в дослідженні впливу процесу глобалізації на розвиток роздрібною торгівлі України з урахуванням досвіду провідних країн світу в розвитку новітніх технологій роздрібною торгівлі. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: провести моніторинг розвитку роздрібною торгівлі в Україні та країнах світу, дослідити глобальні тренди та новітні технології розвитку роздрібною торгівлі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В останнє десятиріччя значно зросла роль роздрібною торгівлі у формуванні споживчого попиту. З розвитком вітчизняного роздрібною ринку одночасно трансформуються потреби споживачів. Відповідно, виникає необхідність проведення дослідження ринку роздрібною торгівлі. Зростання роздрібною товарообігу за 2014 р. – 1 квартал 2018 р. відбулося за рахунок активізації виробничої діяльності в реальному секторі економіки Укра-

їни. Водночас роздрібною торгівля має помірні темпи зростання через вплив стримуючих факторів, зокрема зростання собівартості виробництва, підвищення рівня інфляції (рис. 1).

Згідно з уточненими даними Державної служби статистики України у 2017 р. обсяг роздрібною товарообігу в країні зріс у порівняних цінах на 6,5%, склавши 815,3 млрд грн. [6]. При цьому обсяг роздрібною товарообігу у січні-травні 2018 р. склав 354,4 млрд грн., або зріс порівняно з аналогічним періодом 2017 р. на 6,1% [7].

Також необхідно зазначити, що зростання роздрібною товарообігу в межах 6% є вкрай недостатнім. Такий рівень зростання навіть не компенсує фактичну споживчу інфляцію (індекс споживчих цін) в країні, яка, згідно з даними Державної служби статистики України, була зафіксована на рівні 13,7%, де головним каталізатором інфляції стало зростання цін на продукти харчування, частка яких у загальній структурі індексу споживчих цін склала майже 42% [8].

Наприклад, за інформацією Генерального директора Української Асоціації постачальників торговельних мереж Олексія Дорошенка, з початку 2018 р. зросла вартість на 84% продуктів, які підлягають державному моніторингу, наприклад, трійку лідерів складають пшона крупа, яловичина та крупа ячнева. При цьому якщо поглянути на динаміку зростання цін на такі товари, як яблука та овочі загалом, то можна помітити, що з початку 2018 р. їх вартість зросла від 20% до 184%.

У національній валюті роздрібною товарообіг у 1 кварталі 2018 р. навіть на 13% перевищив рівень показника 1 кварталу 2013 р. Натомість у доларовому еквіваленті товарообіг є майже втричі меншим, ніж у 2013 р. (рис. 2). 72% загального обсягу внутрішнього роздрібною товарообігу припадають на підприємства-юридичні особи, основним видом економічної діяльності яких є роздрібною торгівля. Слід зазначити, що приріст товарообігу по таких підприємствах у 2017 р., згідно з уточненими даними, становив 6,0%, склавши 586,3 млрд грн. [9].

Релевантний аналіз показників товарообігу є надважливим у формуванні інвестиційної привабливості галузі роздрібною торгівлі загалом. Адже тільки в разі постійного моніторингу показників розвитку галузі у світі та аналізу наявних тенденцій ми матимемо змогу позбутись надмірних ілюзій та очікувань і знайти своє місце в глобальній економіці.

Якщо проаналізувати щорічний звіт компанії “Deloitte” «Глобальні тенденції роздрібною торгівлі у 2018 р.», то можна зробити висновок, що 250 найбільших роздрібних мереж у світі формують товарообіг на рівні 4,4 трильйони доларів США. Лідером рейтингу є американська мережа магазинів “Wal-Mart” з річним товарообігом у 485,87 млрд. доларів США [10]. При цьому якщо взяти до уваги облікований Державною службою статистики

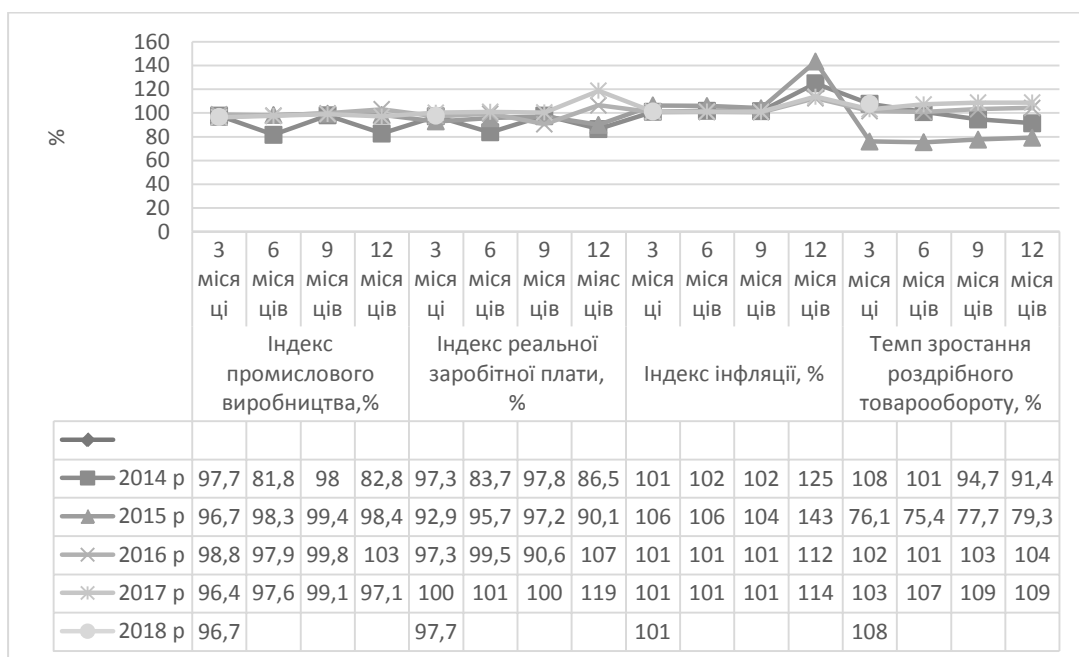


Рис. 1. Динаміка зміни рівня зростання роздрібногo товарообігу, індексу промислового виробництва, індексу реальної зарплатної та рівня інфляції за 2014 р. – 1 квартал 2018 р., %

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [6]

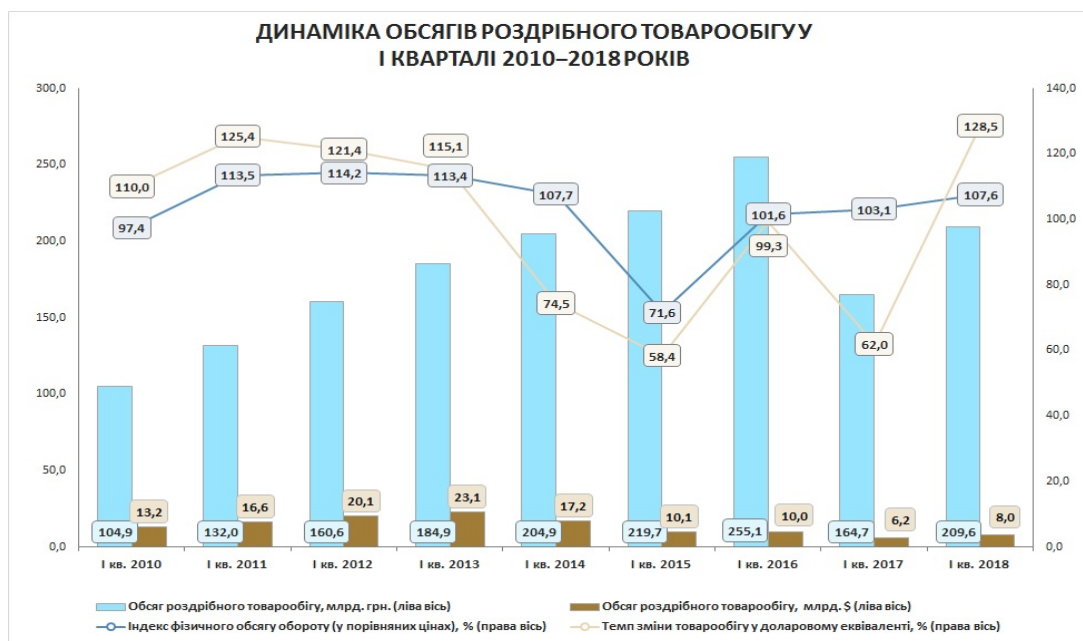


Рис. 2. Динаміка роздрібногo товарообігу за 1 квартал 2010–2018 рр., млрд. грн.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [9]

Україні товарообіг за 2017 р. на рівні 815,3 млрд. грн. і перевести його у доларовий еквівалент за середньозваженим курсом у 2017 р. \$1/UAH = 26,5966 грн, то ми отримаємо значення у 30,6 млрд. доларів, тобто роздрібний товарообіг усієї України практично в 16 разів менший за показники лідера галузі у світі.

Щодо України, то зростання обсягів роздрібногo товарообігу відбулось у більшості регіонів країни, за винятком Волинської, Луганської, Тернопільської областей, де він скоротився на 5,8%, 1,9% та 0,5% відповідно. Найвищий темп приросту роздрібногo товарообігу припадає на Закарпатську область, а саме 17,2%.

Більше половини обсягів роздрібногo товарообігу припадало на товари вітчизняного виробництва. При цьому якщо у структурі торгівлі продовольчими товарами цей показник перевищив 80%, то українських промислових товарів підприємства торгівлі реалізували лише близько третини. Зважаючи на фактичні тенденції, які склались у І–ІІІ кварталах 2016 р., можемо очікувати певного зростання частки товарів іноземного походження в роздрібному товарообігу, що обумовлено, зокрема, девальвацією гривні, відповідно, подорожчанням імпорту.

Найбільша кількість торговельних мереж підприємств роздрібною торгівлі, основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами), за видами економічної діяльності по регіонах на 1 січня 2018 р. припадає на такі області України: Київська обл. – 2 493 од., Дніпровська обл. – 3 007 од., Львівська обл. – 3 066 од., Харківська обл. – 3 183 од., м. Київ – 3 924 од. Найменша кількість припадає на такі області, як Чернівецька – 610 од., Тернопільська – 784 од., Сумська – 902 од., Івано-Франківська – 905 од. (рис. 3).

На рис. 4 наведено дані не лише про (реальний) обсяг роздрібно-товарообігу в країнах ЄС, але й про індикатор (номінальний обіг, який поєднує в собі обсяги та зміни цін). Як видно, номінальні значення протягом кризи реагували сильніше, що свідчить про зниження загального рівня роздрібних цін. Відновлення номінального обігу встановлено набагато раніше, ніж відновлення обсягу роздрібною торгівлі. Наприкінці 2017 р. було зафіксовано більш ніж на 15 процентних пунктах порівняно з докризовим рівнем 2008 р.

Таким чином, можна зробити висновок, що, згідно з проведеними дослідженнями, роздрібний товарообіг зростає

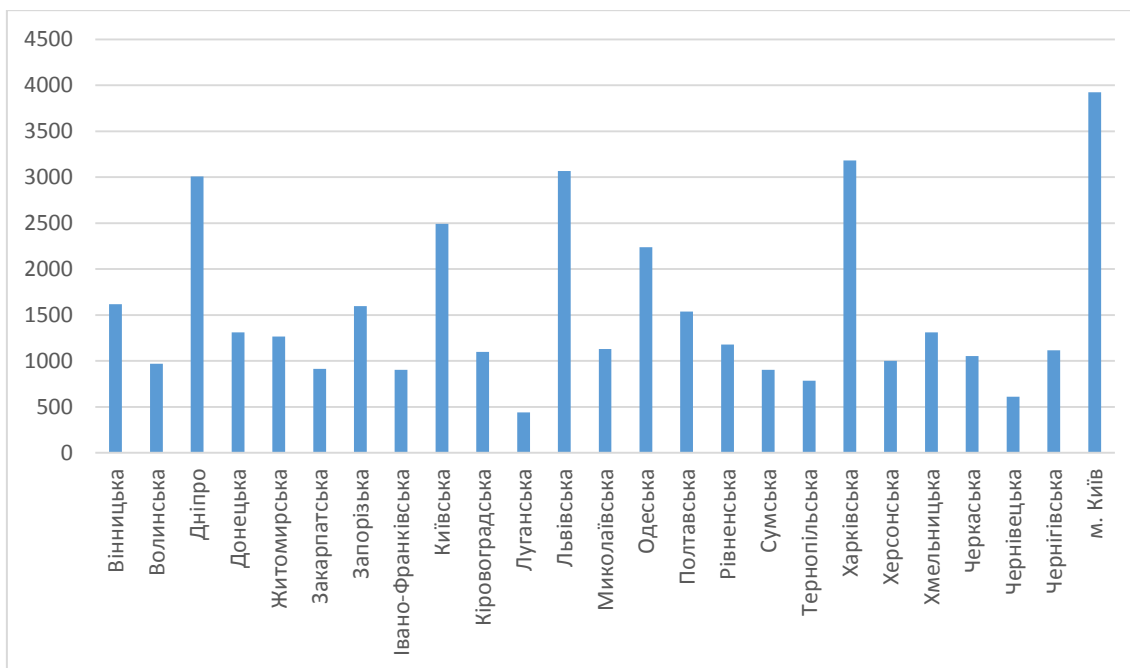


Рис. 3. Торговельна мережа підприємств роздрібною торгівлі, основним видом економічної діяльності яких є роздрібна торгівля (крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами), за видами економічної діяльності по регіонах на 1 січня 2018 р., од.

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [9]

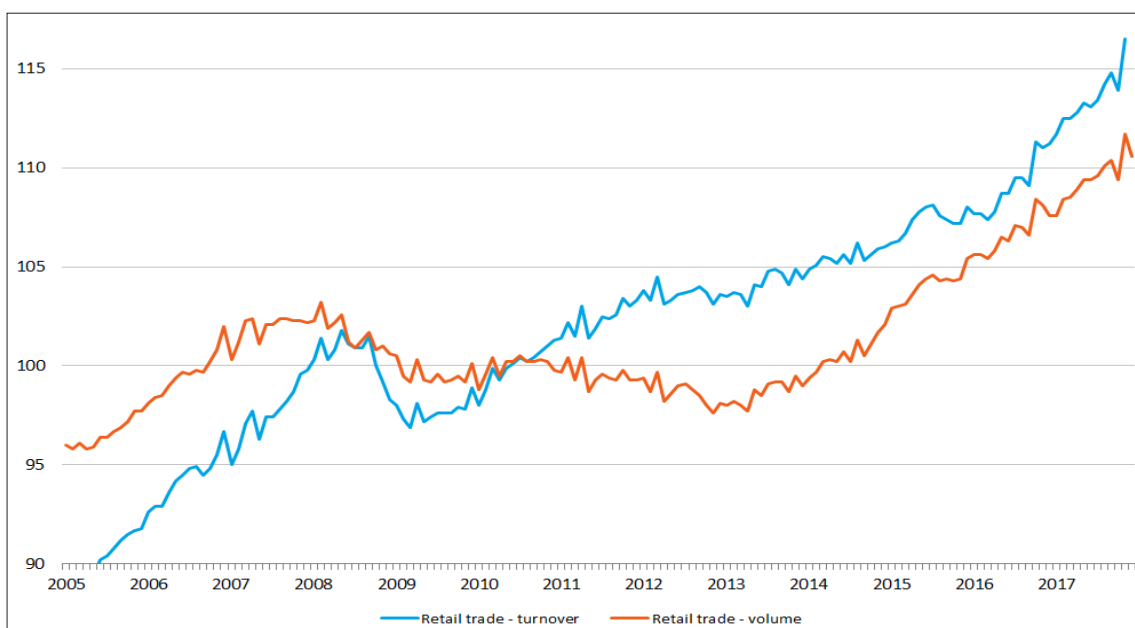


Рис. 4. Індикатори обсягу та обігу роздрібною торгівлі, ЄС-28, щомісячні дані, сезонні та робочі дні (2015 р. = 100)

Джерело: дані Євростату [11]

як в Україні, так і в країнах ЄС, що підтверджує актуальність теми дослідження.

Виникає необхідність дослідження новітніх технологій розвитку роздрібною торгівлі.

*Тенденції розвитку електронної торгівлі та впровадження стратегії омніканальності.* Україна має колосальний потенціал до зростання електронної торгівлі, адже українці зараз купують онлайн лише 3% товарів, решту – в традиційних магазинах та на ринках. Так, в Англії частка інтернет-торгівлі становить 15%, у Китаї – понад 15%, у США – 10% [12]. Купівля товарів через інтернет-мережу в Україні у першому півріччі 2017 р. у півтори рази перевищила показники 2016 р., приріст склав 44%, а обіг – 6 млрд грн. Згідно з прогнозами виручка підприємств електронної торгівлі у 2018 р. може скласти 65 млрд грн [13].

Проте є й протилежний досвід провідних підприємств електронної торгівлі, таких як “Amazon”, “Bonobos” і “Warby Parker”, які відкрили фізичні магазини, можливо, ще деякі компаній електронної комерції підуть за цим прикладом у 2018 р. (рис. 5).

Фактично це свідчить про невпинність процесу формування збалансованої системи омніканальних продажів товарів споживачу, що є сферою роздрібною торгівлі. Саме принципова необхідність комунікації з кінцевим споживачем одночасно через декілька онлайн-каналів, які взаємодіють між собою паралельно і в реальному часі, зокрема інтернет-магазини, поштові розсилки, соціальні мережі, а також традиційні офлайн-канали, тобто від магазинів малих архітектурних форм та магазину біля дому до гіпермаркету та торговельно-розважального центру, стає фактором необхідності ґрунтовного розуміння працівниками роздрібних торговельних мереж, як саме виваженим та грамотним чином поєднати ці канали між собою, а також надати клієнтам безперебійну можливість купувати товар та забезпечувати власні споживацькі потреби у зручний для нього час, в зручному місці та з очікуваним рівнем надання сервісного обслуговування найвищої якості.

Як інноваційний приклад можна навести кейси не тільки розвитку офлайновими операторами повністю інтегрованих у процес продажу товару споживачу власних інтернет-майданчиків, але й експансію онлайн-гравцями традиційних видів роздрібною торгівлі.

Наприклад, Jack MA, власник “Alibaba Group”, придбав за короткий період не тільки таких роздрібних операторів Китаю, як *Intime Retail Group, Suning Commerce Group, Sanjiang Shopping Club*, але й 36% китайського філіалу одного з найбільших європейських роздрібних торговельних мереж, а саме компанію “Auchan”. Jeff BEZOS, власник компанії “AMAZON”, придбав мережу продуктових магазинів “Whole Foods”.

В Україні власник мережі «РОЗЕТКА» відкрив власні офлайн-продажі товарів.

*Розвиток монобрендів.* Розвиток вітчизняних монобрендів постійно зростає, а саме *Vovk, Andre Tan, Goldi, Arber, Anabel Arto*.

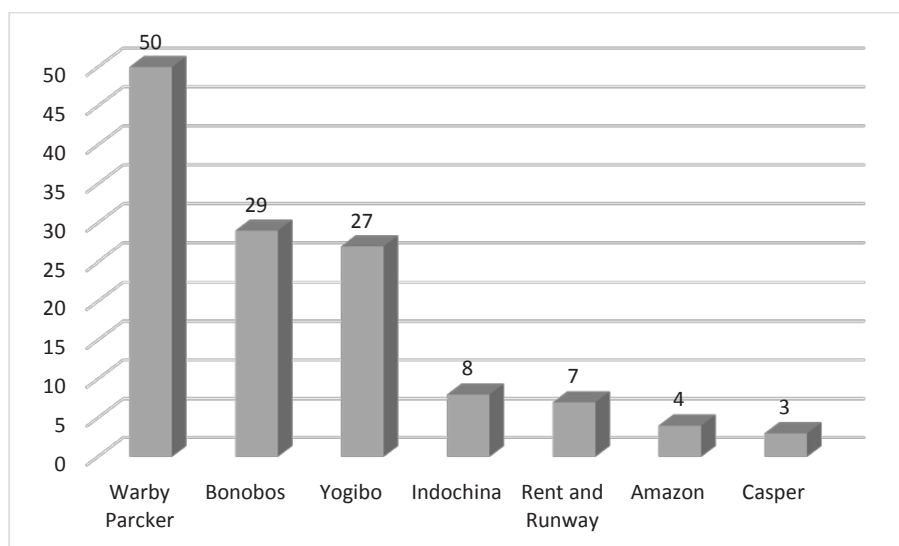


Рис. 5. Кількість відкритих фізичних магазинів провідних світових підприємств електронної комерції, од.

Джерело: [14]

Так, торговельна марка білизни «Жасмин» відкриває магазини торговельною площею 120–250 м<sup>2</sup>. Деякі оператори повернули на ринок бренди, які під час кризи закрили свої магазини, зокрема *Gerry Weber, Baldessarini, Lee Cooper, Hugo Boss*. Інші ж ніколи раніше не були присутні в Україні, відбувається вихід нових міжнародних брендів на ринок України (рис. 6).

Проте розвиток монобрендів не гарантує успіху підприємствам, про що свідчить міжнародний досвід (рис. 7). Продуктивність монобрендових модних магазинів не є сюрпризом.

До цих переваг розвитку можна віднести диференціацію товарів із пропозицією їх ексклюзивності, перешкоду безпосередньому порівнянню цін, що означає те, що власники монобрендів не будуть змушені перемагати за ціною, розвиток електронної комерції, легкість порівняння цін на ідентичні фірмові товари в мережі Інтернет, що створює більш переваг, ніж будь-коли, зростання авторитету моди відповідних монобрендів, оскільки товари продаються під власним ім'ям продавця.

Крім того, виходячи за межі споживчої пропозиції, продажі власного бренду, як правило, мають вищу маржу, ніж продаж інших брендових товарів в мультибрендових мгазинах.

*Розвиток торговельних центрів (багатофункціональність).* Україна посідає останнє місце серед країн Центральної та Східної Європи за насиченістю торговельною площею. На 1 тис. мешканців України приходяться всього 34 м<sup>2</sup> торговельної площі, тоді як у середньому в країнах Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) цей показник становить 200–300 м<sup>2</sup>. Такі дані містяться в дослідженні міжнародної консалтингової компанії “Colliers International”, яка вивчає ринки торговельної нерухомості таких країн, як Білорусь, Болгарія, Хорватія, Чехія, Естонія, Латвія, Литва, Польща, Румунія, Словаччина та Україна.

Так, Київ посів 10-е місце серед столиць країн ЦСЄ за насиченістю торговельною площею (приблизно 400 м<sup>2</sup>) (рис. 8).

Аналітики компанії “Colliers International” відзначають, що майже 100% торговельних центрів в Україні працюють у традиційному форматі, тоді як в інших країнах значна частка припадає на рітейл-парки. В ТОП-20 найбільших торговельних центрів країн Східної та Центральної Європи увійшли такі торговельні об'єкти, як ТРЦ “Lavina Молл” (115 тис. м<sup>2</sup> GLA)

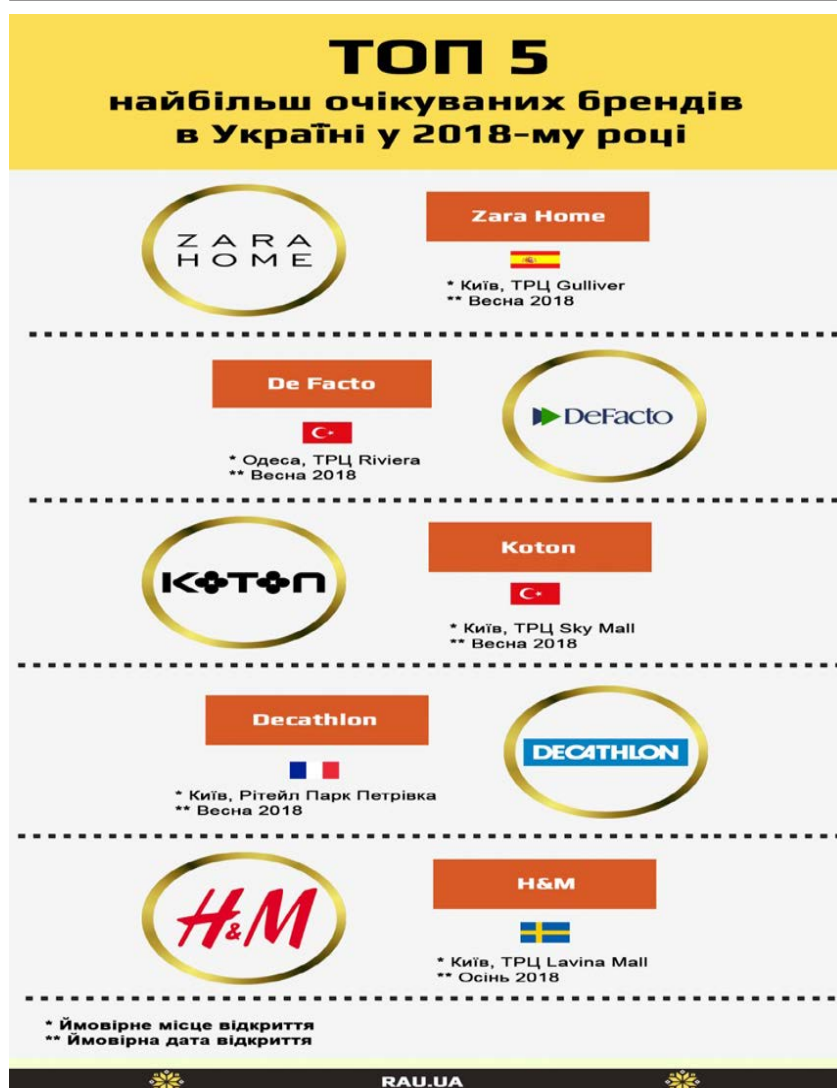


Рис. 6. Торговельні марки, що планують вийти на ринок України у 2018 р.

Джерело: [15]

і ТРЦ “Dream Town” (90 тис. тис. м<sup>2</sup> GLA). До одного з найбільших торговельних центрів можна віднести центр «Алея Беляни» (131 тис. м<sup>2</sup> GLA) найближчого до України сусіда Польщі [16].

Протягом 2018–2019 рр. планується відкрити такі торговельні центри у м. Києві (табл. 1).

Також значну роль у розвитку торговельних центрів відіграє їх соціальна спрямованість, адже впроваджуються освітні, соціальні, розвиваючі проекти, що підвищують цільовий трафік відвідування споживачів. Проте з підвищенням якості торговельної площі торговельних центрів будуть зростати орендні ставки (приблизно на 10%).

Також потрібно зазначити, що поняття торговельно-розважальних центрів (ТРЦ) найближчим часом має бути концептуально змінено. А ключовою аббревіатурою має стати РТЦ, тобто розважально-торговельний центр. Адже сучасні багатофункціональні центри сьогодні – це перш за все місце найбільш різноманітного та насиченого відпочинку (від дитячого майданчику до парку розваг), а не просто місце для купівлі товарів. «Купуй відпочиваючи» – ключовий принцип, якого мають дотримуватись власники торговельних центрів.

**Висновки.** Таким чином, можна зробити висновок, що формування роздрібної торгівлі в Україні значно впливає досвід провідних країн світу у виборі новітніх технологій продажу. Орієнтація споживача на вибір того чи іншого торговельного об'єкта залежить від його споживчого досвіду, що сприяє диференціюванню роздрібних торговельних підприємств на

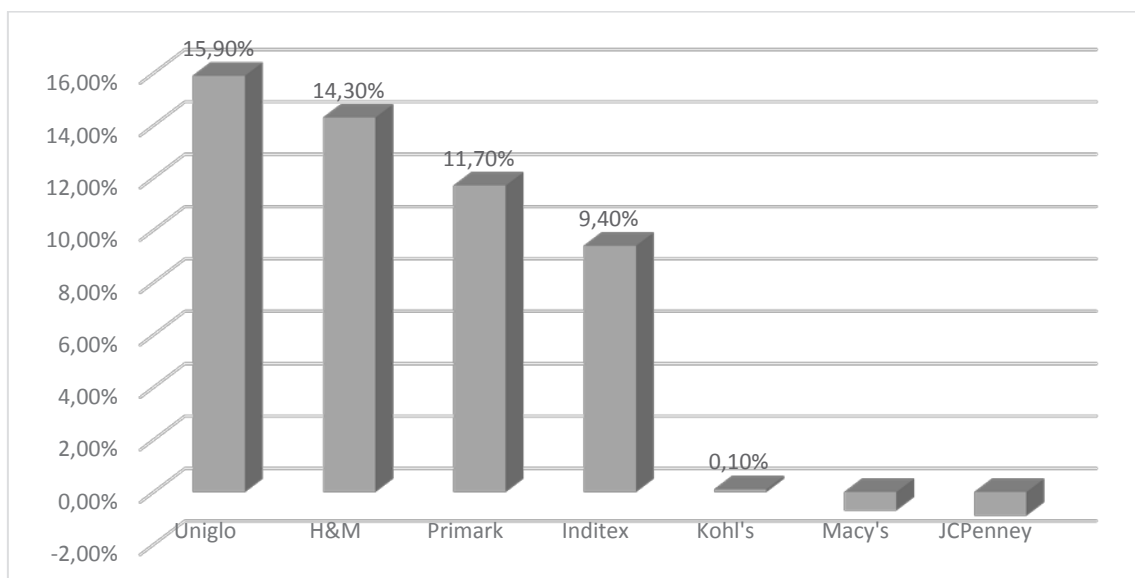


Рис. 7. Мультибрендові та монобрендові підприємства роздрібної торгівлі, середньорічні темпи зростання доходів за 3 роки порівняно до 2016 р., %

Джерело: [16]

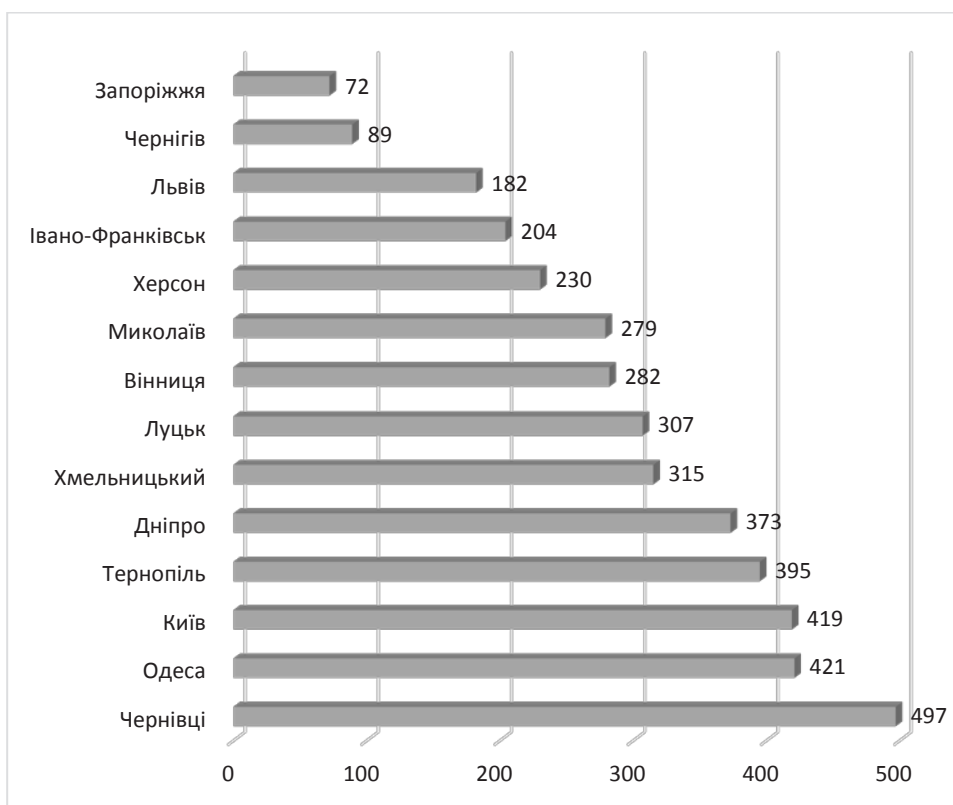


Рис. 8. Насиченість торговельною площею по містах України за 2017 р., ос./100 м²

Джерело: [17]

Таблиця 1

Перспективи відкриття торговельних центрів у м. Києві

Назва	Торговельна площа, м²	Місце розміщення	Дата відкриття
Oasis	13 212	Героїв Дніпра	2018 р.
Retroville	91 254	пр. Правди	серпень 2018 р.
RichPort	8 300	Поштова площа	н/д
River mall	55 000	Дніпровська наб., 10–14	3 квартал 2018 р.
Rive Cauche	72 000	вул. Здолбунівська	1 квартал 2018 р. (1 черга) – 2019 р. (2 черга)
Blockbuster mall	175 000	пр. Бандери	2018 р.
Ocean mall	100 000	вул. Горького	2018 р.
Smart Plaza	15 000	пр. Перемоги, 26	1 квартал 2018 р.
Smart Plaza Obolon	8 800	вул. Тимошенка, 21	2018 р.
Vyrlitsa	142 500	пр. Бажана	2020 р.
South mall	293 000	–	2019 р.
East mall	150 000	–	2019 р.
Hartz	68 000	вул. Златоустівська	н/д
Lukianovka mall	47 000	вул. Дегтярівська, 7/7а	н/д
Retail Park Pentrivka	12 000	пр. Бандери	2018 р.
Sky mall (3 черга)	39 000	пр. Генерала Ватутина, 21	2019 р.
Good life	7 500	Печерський р-н	березень 2018 р.
Всього	1 297 566		

Джерело: [18]

ринку. Споживачі приймають рішення про купівлю, враховуючи багато факторів, а не лише вартість продукту. Зростання кількості свідомих споживачів впливає на підприємства роздрібно-торгівлі, що змушує їх використовувати новітні технології продажу. Використання нетрадиційних каналів продажу

розширюють географічну доступність товару до споживачів. Необхідно також підкреслити, що з кожним роком буде використовуватись у роздрібній торгівлі штучний інтелект, деякі керівники прогнозують, що зростуть продажі до 85% усіх транзакцій до 2020 р.

**Література:**

1. Апопій В.В., Шалева О.І., Гуштан Т.В. Тенденції розвитку спеціалізації у роздрібній торгівлі України. Наук. вісн. Ужгородського нац. ун-ту. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10(1). С. 18–22.
2. Кавун О.О. Провідні торговельні мережі в контексті глобалізації роздрібної торгівлі світу. Бізнес Інформ. 2013. № 12. С. 66–72.
3. Краснокутська Н.С., Лачкова В.М. Управління комерційними ризиками підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ФОРТ, 2014. 145 с.
4. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д., Герасименко А.Г. та ін. Внутрішня торгівля України: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с.
5. Чорна М.В., Шуміло О.С. Сучасні тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2015. Вип. 2. С. 51–64.
6. Державний комітет статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sr/roz/roz\\_u/roz2017\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sr/roz/roz_u/roz2017_u.htm).
7. Державний комітет статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/roz/roz\\_u/roz0518\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/roz/roz_u/roz0518_u.htm).
8. Державний комітет статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/mp/op\\_u/op1217\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/mp/op_u/op1217_u.htm).
9. Державний комітет статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sr/roz/roz\\_u/roz2017\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sr/roz/roz_u/roz2017_u.htm).
10. Global Powers of Retailing 2018 Transformative change, reinvigorated commerce. 2017. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/consumer-industrial-products/cip-2018-global-powers-retailing.pdf>.
11. Turnover and volume of sales in wholesale and retail trade – monthly data. URL: [http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sts\\_trtu\\_m&lang=en](http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sts_trtu_m&lang=en).
12. Українці почали в півтора рази частіше купувати товар через Інтернет. 2017. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/409449/ukrayintsi-pochaly-v-pivtora-razy-chastishe-kupuvaty-tovar-cherez-internet>.
13. Обсяг онлайн-покупок в першому півріччі 2017 року зріс більш ніж на 40%. 2017. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/obem-onlajn-rokupok-v-pervom-polugodii-2017-goda-vyros-bolee-chem-na-40>.
14. 17 Retail Trends for 2017. 2017. URL: <https://www.funglobalretailtech.com/research/17-retail-trends-2017>.
15. Топ-25 брендів, которые вышли на украинский рынок. 2017. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/infografika-25-new-brands>.
16. ON-TREND: The Changing Face of Fashion. 2017. URL: <https://www.funglobalretailtech.com/wp-content/uploads/2017/04/On-Trend-Fashion-eBook.pdf>.
17. Як розвивається ринок торговельної нерухомості України і країн ЦСЄ – дослідження Colliers. 2017. URL: <https://rau.ua/uk/novyni/gynok-torgovoj-vedvizhimosti-ukrainy>.
18. Какие торговые центры откроют в Киеве в ближайшее время. 2017. URL: <https://delo.ua/business/kakie-torgovyie-centry-otkrojut-v-kieve-v-blizhajshee-vremja-339091>.

**Ильченко Н.Б., Гарбарук И.Н. Глобальные тренды развития розничной торговли**

**Аннотация.** В статье проведено исследование влияния процесса глобализации на развитие розничной торговли Украины. Проанализированы глобальные тренды и новейшие технологии развития розничной торговли. Приведены перспективы развития розничной торговли в Украине.

**Ключевые слова:** розничная торговля, электронная торговля, омниканальность, интернет-магазин, монобренды, мультибренды, развлекательно-торговые центры.

**П'ченко Н.В., Гарбарук І.М. Global trends in retail development**

**Summary.** In the article was researched the influence of the globalization process on the development of retail trade in Ukraine. The global trends and the latest technologies of retail development were analyzed. The prospects of retail trade in Ukraine are presented.

**Keywords:** retail trade, e-commerce, omni-channel strategy, online store, monobrand, multibrand, entertainment and shopping mal.