

ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ КРИЗИ

Розглядається стан розвитку галузі торгівлі в період фінансової кризи в Україні. Аналізуються тенденції та проблеми розвитку роздрібної та оптової торгівлі. Запропоновано здійснювати заходи з активізації розвитку галузі на основі логістики

Ключові слова: внутрішня торгівля, роздрібна торгівля, оптова торгівля, попит, товарооборот, торговельне підприємство

Radzikhovska K., Mishchuk I.

DOMESTIC TRADE OF UKRAINE: STATE, TENDENCIES, ORGANIZATIONALLY-ECONOMIC PROBLEMS OF DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF CRISIS

Development of trade industry state is examined in the period of financial crisis in Ukraine. Tendencies and problems of retail and wholesale trade development are analysed. It is suggested to carry out measures on activation of development of industry on the basis of logistic.

Keywords: domestic trade, retail trade, wholesale trade, demand, turnover, commercial establishment.

Постановка проблеми. Поглиблення ринкових процесів і розширення товарно-грошових відносин обумовлює зростання ролі торгівлі в реалізації міжгалузевого обороту, забезпеченні завершальної стадії процесу відтворення суспільного продукту, задоволенні виробничих й особистих потреб, внаслідок чого зростають вимоги до основоположних принципів організації, механізму функціонування, системи управління, інфраструктури торгівлі. Актуальність наукового дослідження і теоретичного узагальнення стану організації, процесів, тенденцій і проблем розвитку галузі та її окремих секторів ще більше зростає в умовах нових економічних реалій, у яких функціонує торговельна галузь. При цьому світова фінансова криза в 2008-2010 рр. супроводжувалася в Україні ще й складними політичними, соціальними та економічними конфліктами, що негативно відбилась на розвитку народногосподарського комплексу, призвело до згорання виробництва, скорочення обсягів діяльності та закриття багатьох підприємств реального сектора економіки, масових скорочень працівників і значного зменшення доходів населення.

Аналіз публікацій за темою дослідження. Розвиток внутрішньої торгівлі в період трансформацій народногосподарського комплексу України є

предметом постійної уваги багатьох провідних вітчизняних науковців, зокрема – В. В. Апопія [1], Н. О. Голошубової [2], А. А. Мазаракі, І. О. Бланка, Л. О. Лігоненко [3], А. А. Садекова, О. О. Шубіна [4], у яких відображені результати фундаментальних досліджень розвитку галузі в умовах економічного зростання. Проте, ці праці не відображають специфіки розвитку торговельної галузі в період фінансової кризи, що потребує свого окремого дослідження.

Формулювання цілей статті. Завданням цієї статті є розвиток теорії торгівлі щодо організації внутрішньої торгівлі України як динамічної соціально-економічної системи, яка перебуває під впливом факторів зовнішнього економічного середовища. Метою статті є аналіз організаційно-економічних аспектів розвитку внутрішньої торгівлі в умовах фінансової кризи шляхом дослідження стану, тенденцій та виявлення найбільш актуальних проблем розвитку галузі.

Виклад основного матеріалу. З позицій системного підходу внутрішню торгівлю можна і потрібно розглядати як соціально-економічну систему, в основі діяльності якої лежать потреби людей, задоволення яких забезпечується шляхом позиції і реалізації широкого та глибокого асортименту.

менту товарів народного споживання, який формується завдяки узгодженій взаємодії підгалузей оптової і роздрібною торгівлі. Разом з тим, в галузі торгівлі, яка в Україні до 2008 р. демонструвала динамічне зростання як обсягів реалізації товарів, так і фінансових показників торговельно-господарської діяльності, у 2008-2010 рр. спостерігається суттєве згортання економічної активності, що проявилось, насамперед, у зменшенні обсягів реалізації товарів, які відображаються показником роздрібною товарообороту (табл.1).

66% до 60%. Аналогічними тенденціями характеризується розвиток роздрібною торгівлі у регіонах.

Особливо серйозно фінансова криза відбилась на сегменті торгівлі товарами тривалого користування, реалізація яких традиційно забезпечувалась завдяки застосуванню такого інструмента активізації попиту, як споживче кредитування.- Внаслідок стрімкого падіння фінансового ринку та припинення банківським сектором України операцій з кредитування населення, продаж більшості видів непродтоварів тривалого користування у 2009 р.

Таблиця 1

Динаміка товарообороту галузі торгівлі в Україні у 2005-2009 рр.
[розраховано за: 5, с. 275]

Показники	Значення показників у році, млрд. грн.:					2009 р., % до	
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2008
Оборот роздрібною торгівлі ¹	174,4	237,8	325,1	456,0	444,3	у 2,6 р.б.	97,4
Роздрібний товарооборот підприємств	94,3	130,0	178,2	246,9	231,0	у 2,4 р.б.	93,6
Частка підприємств (ЮО) в обороті роздрібною торгівлі, %	54,1	54,7	54,8	54,1	52,0	-2,1	-2,1
Оптовий товарооборот	511,2	667,2	863,9	1050,4	861,0	168,4	82,0

¹ з врахуванням обсягів товарообороту мережі, що належить фізичним особам-підприємцям

Як свідчить офіційна статистика, лише за 2009 р. обсяги роздрібною товарообороту торгівлі в Україні скоротилися з 456,0 млрд. грн до 444,3 млрд.грн, тобто відбулося зменшення обсягів на 2,6% у фактичних цінах і на 17,4% - в порівнянних цінах [5, с.275].

Аналізуючи роль окремих каналів реалізації у формуванні роздрібною товарообороту, варто відзначити негативну тенденцію до зменшення обсягів і зниження частки сегменту юридичних осіб – підприємств торгівлі, які, власне, повинні забезпечувати підвищення стандартів торговельного обслуговування і активізацію суасних методів торгівлі.– Як видно з табл.1, обсяги роздрібною товарообороту підприємств скоротилися на 15,9 млрд. грн. - з 246,9 млрд.грн до 231,0 млрд.грн (79% до показника 2008 р.), а частка підприємств у товарообороті роздрібною торгівлі лише за 2009 р. зменшилась на 2,1%. Одночасно з цим, обсяги роздрібною товарообороту підприємств у міських поселеннях скоротилися з 228,8 млрд.грн до 212,1 млрд. грн.; аналогічно зменшився товарооборот роздрібною торговельною мережі (як загалом, так і в міських поселеннях).

Поряд із зниженням в Україні обсягів реалізації товарів у грошовому вимірі, у 2009 р. відбулось зменшення обсягів реалізації товарів і в фізичному вимірі: обсяги продажу продовольчих товарів скоротилися на 9%, непродтоварів – на 27%; також погіршилась товарна структура роздрібною товарообороту, в якій частка непродтоварів скоротилася з

скоротився у 1,5-2 рази відносно показників 2008 р., а по такій групі товарів, як автомобілі, це падіння склало майже 4 рази [5, с.293].

Такі негативні тенденції не вдалося повністю подолати і в 2010 р.: за попередніми даними Держкомстату України, оборот роздрібною торгівлі (включаючи роздрібний товарооборот підприємств роздрібною торгівлі, розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів на ринках і фізичними особами-підприємцями) за 2010 р. становив 529,9 млрд. грн., що на 7,6% більше обсягу 2009 р., а обсяг роздрібною товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, за 2010 р. становив 274,6 млрд. грн., що в порівнянних цінах на 7,8% більше обсягу 2009 р. при тому, що падіння обсягів роздрібною товарообороту у попередньому році становило 21% [6]. Таким чином, відновити досягнутий у докризовий період параметри реалізації товарів ні в кількісному, ні у вартісному вимірі не вдалося.

Фінансова криза призвела в Україні до припинення діяльності і скорочення чисельності торговців, зокрема у роздрібною торгівлі, як видно з табл.2, загальна чисельність підприємств роздрібною торгівлі скоротилася за 2009 р. на 1910 од. (5,1%), кількість підприємств, які торгують товарами споживчого призначення (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами і пальним), скоротилася на 881 од., (6,9%), кількість підприємств роздрібною торгівлі автомобілями, мотоциклами і пальним - на 139 од. (8,5%). Необхідно, щоправда, зауважити, що згортання діяльності роздрібною торговців про-

**Зміна чисельності підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні у 2005-2009 рр.
[розраховано за: 5, с. 101]**

Показники	Значення показника у році (тис. од.):					2009 р. %%	
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2008
всього підприємств	37401	35778	34433	32603	30693	82,1	94,1
<i>з них - підприємства:</i>							
–роздрібно́ї торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним	1276	1298	1315	1645	1506	118,0	91,5
–роздрібно́ї торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним)	14959	14207	13340	12832	11951	79,9	93,1
<i>у тому числі - підприємства, що торгують:</i>							
–переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	839	863	865	965	944	112,5	97,8
–переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	7690	7246	6792	6341	5970	77,6	94,1
–переважно непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	4998	4841	4572	4629	4226	84,6	91,3
–переважно непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	1219	1070	932	775	700	57,4	90,3
–поза магазинами	213	187	179	122	111	52,1	91,0

тягом останніх років відбувалося не лише внаслідок загострення кризових явищ, але й в процесі досить активної зміни їх юридичного статусу шляхом переоформлення торгового бізнесу на приватних торговців з метою зниження податкового тиску та спрощення порядку провадження ними торговельної діяльності.

В сегменті роздрібних торговців-підприємств (ЮО) протягом періоду кризи відбувалися негативні процеси згортання матеріально-технічної бази роздрібно́ї торгівлі, що проявилось у скороченні чисельності торговельних об'єктів роздрібно́ї торговельної мережі. Як видно з табл.3, лише за 2009 р. кількість торговельних об'єктів підприємств скоротилася з 69,2 тис.од. до 65,3 тис.од. (на 5,6%), зменшення чисельності торговельних об'єктів відбулося як в міських поселеннях, так і в сільській місцевості у всіх регіонах України.

Загалом за 2005-2009 рр. кількість торговельних об'єктів у роздрібно́ї торговельній мережі скоротилася на 9869 од., або на 13,1%; при цьому темпи скорочення чисельності торговельних об'єктів у 2008-2009 р. більше, ніж вдвічі перевищували показники попередніх років.

Поряд із скороченням чисельності торговельних об'єктів, протягом 2009 р. відбулося скорочення торгової площі магазинів з 8089 тис.кв.м до 8015 тис.кв.м (на 0,9%), при цьому скорочення чисельності магазинів і торгової площі у них відбулося в більшості регіонів країни. В результаті забез-

печеність населення (на 10 тис.чол.) торговельними об'єктами скоротилася з 15 до 14 од., а забезпеченість торговою площею – з 1753 до 1744 кв.м.

Необхідно зазначити, що дані цифри не відображають реальної ситуації із забезпеченістю населення торговельними об'єктами і площами, оскільки не враховують потужностей сегмента роздрібно́ї торгівлі приватних підприємців (проте показники цього сектора реально можуть бути отримані лише за умови зміни чинного порядку формування статистичної звітності або ж – шляхом проведення одноразового планового – раз у 5 років - обстеження зазначеної мережі, яке через кризові явища в економіці України у 2010 р. так і не було проведене).

Одним з інструментів підвищення ефективності торгівлі вважається поглиблення спеціалізації торговців і окремих торговельних об'єктів. - Як видно з табл.2, в галузі роздрібно́ї торгівлі України у 2009 р. спостерігалася тенденція до сповільнення процесів спеціалізації. -Так, чисельність підприємств торгівлі, які торгують у спеціалізованих магазинах товарами непродовольчого асортименту, скоротилася з 36,1% до 35,4%, тоді як у неспеціалізованих магазинах – лише на 0,1% (з 6,0% до 5,9%); при цьому найвищою в чисельності підприємств торгівлі залишається частка торговельних підприємств, які торгують продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах (49,9%), яка зросла за 2009 р. на 0,5%; темпи зростання обсягів роздрібно́го товарообороту таких підприємств (124,3%

у 2009 р.) були вищими за темпи зростання товарообороту в підприємствах з торгівлі продтоварами у спеціалізованих магазинах (123,1%) і тим більше – в підприємствах з торгівлі непродтоварами у спеціалізованих магазинах (120,4%) та неспеціалізованих магазинах (107,5 %). Одночасно з цим у період кризи відбувалися процеси згортання мережі спеціалізованих магазинів: продовольчих магазинів – на 3080 од. (на 11,1% до показника 2007 р.) і непродовольчих магазинів – на 1584 од. (на 6,4%) .

Кризові явища в галузі роздрібно́ї торгівлі не завадили продовженню процесів концентрації торговельних підприємств і розвитку т.зв. підприємств мережевого типу (корпоративних і добровільних об'єднань роздрібних торговців під єдиним управлінням та брендом), зокрема, чисельність гіпермаркетів зросла на 114 од. або на 60,6% (з 188 до 302 од.), універсамів і супермаркетів – на 46 од. або на 3,6% (з 1273 од. до 1319 од.) [7, с.135]. До позитивних тенденцій розвитку роздрібно́ї торгівлі варто віднести і подальше розгортання мережі магазинів самообслуговування, чисельність яких

товарних запасів і уповільнення їх оборотності: лише за 2009 р. запаси товарів у мережі підприємств роздрібно́ї торгівлі (ЮО) зросли з 25703 млн.грн. до 26867 млн.грн., тобто - на 1164 млн.грн (4,5%), в т.ч. запаси продтоварів зросли з 5189 млн.грн до 6152 млн.грн., тобто – на 963 млн.грн. (18,6%) і запаси непродтоварів зросли з 20514 млн.грн. до 20715 млн.грн., тобто – на 201 млн.грн (1,0%); частка продтоварів у товарних запасах зросла з 20,2% до 22,9%, розмір запасів товарів загалом зріс на 2 дні обороту (з 40 до 42 днів), запасів продтоварів – виріс на 3 дні (з 23 до 26 днів), запасів непродтоварів – виріс на 4 дні – з 48 до 52 днів [7, с.76-79].

Однією з причин, які обумовили зростання запасів товарів та іммобілізацію фінансових ресурсів у запаси товарів, можна вважати недостатньо ефективну систему організації постачання товарів і все ще низьку роль оптової торгівлі у забезпеченні товарами підприємств роздрібно́ї ланки.

У 2008-2009 рр. чисельність підприємств оптової торгівлі в Україні скоротилася на 3281

Таблиця 3

**Чисельність об'єктів роздрібно́ї торговельної мережі в Україні у 2005-2009 рр.
[зраховано за: 5, с.124-134]**

Показники	Од. виміру	Роки			2009 р. до			
		2005	2008	2009	2005 р.		2008 р.	
					відхилення	динаміка, %	відхилення	динаміка, %
Кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі	Тис. од	75203	69183	65334	-9869	86,9	-3849	94,4
з них : - у міських поселеннях	Тис. од.	53387	51075	48505	-4882	90,9	-2570	95,0
- у сільській місцевості	Тис. од.	21816	18108	16829	-4987	77,1	-1279	92,9
В т.ч. : - магазини	Тис. од.	55804	50480	47651	-8153	85,4	-2767	94,5
з них : - у міських поселеннях	Тис. од.	36838	35343	33756	-3082	91,6	-1587	95,5
- у сільській місцевості	Тис. од.	18966	15137	13895	-5071	73,3	-1242	91,8
- кіоски	Тис. од.	19399	18703	17683	-1716	91,2	-1020	94,6
з них : - у міських поселеннях	Тис. од.	16549	15732	14749	-1800	89,1	-983	93,8
- у сільській місцевості	Тис. од.	2850	2971	2934	+84	103,0	-37	98,8
Забезпеченість об'єктами роздрібно́ї торгівлі	Од./ 10 тис.чол.	16	15	14	-2	87,5	-1	93,3
Торгова площа магазинів, всього	Тис. кв.м	6359	8089	8015	+1656	126,1	-74	99,1
з неї : - у міських поселеннях	Тис.кв.м	5186	7138	7097	+1911	136,9	-41	99,4
- у сільській місцевості	Тис.кв.м	1173	951	918	-255	78,3	-33	96,5
Середній розмір магазинів	Кв.м/од.	114,0	160,3	168,2	+54,2	147,6	+7,9	104,9
- у міських поселеннях	Кв.м/од.	140,8	202,0	210,3	+69,5	149,4	+8,3	104,1
- у сільській місцевості	Кв.м/од.	61,9	62,8	66,1	+4,2	106,8	+3,3	105,3
Забезпеченість торговою площею	Кв.м/10 тис.чол.	1355	1753	1744	+389,0	128,7	-9,0	99,5
- у міських поселеннях	Кв.м/10 тис.чол.	1627	2260	2251	+624,0	138,4	-9,0	99,6
- у сільській місцевості	Кв.м/10 тис.чол.	779	653	636	-143,0	81,7	-17,0	97,4

зросла за 2009 р. на 176 од. (з 5322 од до 5498 од. або на 3,3%) [там же], що дозволяє продовжити процеси удосконалення торговельних технологій у вітчизняній роздрібно́ї торгівлі та підвищити їх ефективність.

Досягненню вищої ефективності торговельної діяльності у роздрібно́ї торгівлі заважає не лише скорочення обсягів роздрібно́го товарообороту і реалізації товарів у фізичному вимірі, але й продовження тенденції до зростання обсягів

підприємство (72510 од у 2009 р. проти 75791 од у 2007 р. і 75638 од – у 2008 р.); це скорочення відбулося в-основному за рахунок закриття підприємств, зареєстрованих у м.Києві (3114 од.), частка якого в загальній кількості підприємств оптової торгівлі скоротилася з 25,1% у 2007 р. до 21,9% у 2009 р. Поряд з цим, в інших регіонах країни чисельність підприємств оптової торгівлі залишалась у 2008 р. практично незмінною, а в 10 регіонах - навіть збільшилась [8, с.5].

В той же час, значна частина таких суб'єктів господарювання лише формально може відноситись до категорії оптових торговельних підприємств, адже основний показник їх діяльності – оптовий товарооборот - у багатьох випадках був меншим за роздрібний товарооборот невеликого магазину. - Так, у 2008 р. 21315 підприємств оптової торгівлі (29,4% від загальної їх кількості) мали оптовий товарооборот до 50,0 тис.грн./рік (менше 4,2 тис.грн/міс.); ще 6616 підприємств (9,2%) – до 200,0 тис.грн./рік (від 4,2 тис.грн/міс. до 16,7 тис.грн/міс.) [8, с.20], тобто загалом діяльність 38,6% зареєстрованих як суб'єкти оптової торгівлі підприємств не стільки реально займались оптовою торгівлею, скільки імітували її (рис.1).

зросли обсяги оптового продажу як загалом, так і окремо по продовольчих та непродовольчих товарах; при цьому в оптовому товарообороті підприємств оптової торгівлі питома вага продовольчих товарів у 2008 р. становила 14,8% (проти 15,5% у 2006 р.), частка непродтоварів – відповідно 85,2% (проти 84,5% у 2006 р.) [8, с.24; 5, с.277-280]. Але вже у 2009 р. обсяги оптового товарообороту в Україні, як видно з табл.1, зменшились в порівнянні з показниками 2007-2008 рр. (861,0 млрд. грн. у 2009 р. проти 863,9 млрд. грн. у 2007 р. і 1050,4 млрд. грн. у 2008 р.), тобто зменшення обсягів оптового товарообороту у 2009 проти 2008 р. склало 18,0% [6].

Негативної оцінки заслуговує те, що у загальній структурі оптового товарообороту підпри-

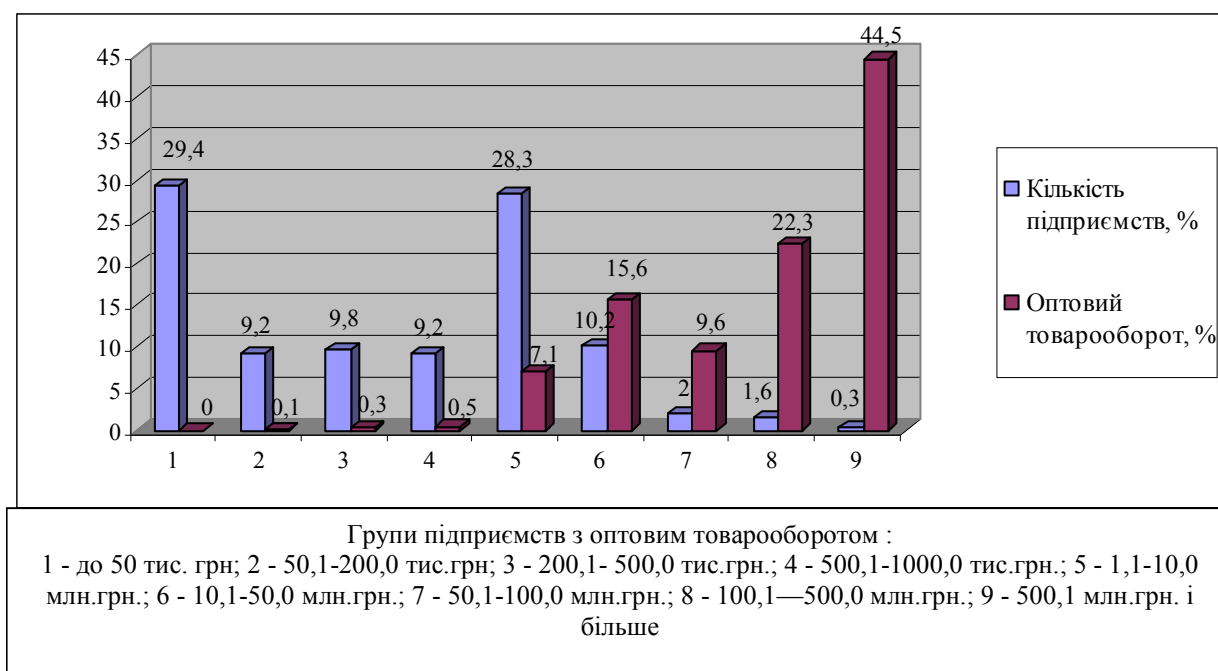


Рис.1. Розподіл підприємств оптової торгівлі України за обсягами оптового товарообороту в загальній кількості та оптовому товарообороті 2008 р.

За розрахунками КМУ [9], у 2008 р. оптовий товарооборот одного оптового торговельного підприємства становив у середньому 14,5 млн. грн./рік; даний показник перевищує граничну класифікаційну межу вищезгаданих дрібних оптових підприємств більше, ніж в 72,2 рази. – Фактично можна стверджувати про вкрай низьку роль більшості підприємств оптової торгівлі в економічних показниках галузі, адже підприємства з оптовим товарооборотом до 200,0 тис.грн./рік забезпечили загалом у 2008 р. лише 0,1% від загального обсягу оптового товарообороту; ще 19,0% підприємств з показником від 200,0 тис.грн./рік до 1 млн.грн./рік забезпечили загалом ще 0,8% від загального обсягу оптового товарообороту. В той же час, основна частка оптового товарообороту (92%) припадає на 14,1% оптових торговельних підприємств з показниками, вищими за 10,0 млн.грн./рік [9].

Саме завдяки діяльності таких потужних підприємств у 2008 р. в порівнянні з 2006-2007 роками

емств оптової торгівлі в період кризи, попри загальне збільшення обсягів оптового продажу товарів виробництва України, у 2008 р. мало місце зменшення частки товарів вітчизняного виробництва (з 65,3% у 2006 р. до 63,0% у 2008 р., в тому числі продтовари – з 75,6% до 74,8%, непродтовари – з 63,4% до 61,0%) [8, с.16]. Це означає, що підприємства оптової торгівлі недостатньо якісно організовували процеси дистрибуції щодо продукції, виготовленої вітчизняними товаровиробниками, в результаті чого її місце на споживчому ринку займає відносно дешева, але не завжди якісна та безпечна продукція іноземного виробництва.

Поряд з цим, саме за підсумками 2008 р. виявлена тенденція до зміщення акцентів у діяльності значної кількості підприємств оптової торгівлі з власне торговельної діяльності до отримання доходів від наявної матеріально-технічної бази шляхом здавання в оренду невикористовуваних складських будівель і площ. – Про це свідчить той факт,

що у 2008 р. в структурі загального обороту підприємств оптової торгівлі частка власне оптового товарообороту скоротилася на 0,3%, в той час як частка обороту від інших видів діяльності (в основному пов'язаних з отриманням доходів від оренди) зростає на 0,5% [8, с.7].

В той же час, значна кількість підприємств оптової торгівлі не мають достатньої кількості належним чином обладнаних складів, на яких були б впроваджені новітні технології складської обробки товарів. – За даними КМУ, станом на 1.01.2009 р. власні склади мали лише 8,5 % підприємств оптової торгівлі [9]; при цьому лише у 2008 р. складська площа підприємств оптової торгівлі зменшилась на 3570 кв.м [8, с.67]. – Зрозуміло, що реально виконувати повний комплекс послуг з складського опрацювання товарів, як того вимагають організатори систем дистрибуції товарів, значна частина підприємств оптової торгівлі просто не може.

Вагомий внесок у загострення кризового стану в галузі оптової торгівлі зробили і роздрібні торговці, які саме у 2008-2009 рр. масово затримували розрахунки за отримані від постачальників товари, а деякі (як, наприклад, ТК „Інтермаркет“) взагалі відмовились від їх оплати.

Отже, на галузі оптової торгівлі в Україні фінансова криза відобразилася не лише через значне скорочення обсягів оптового товарообороту, але й через фактичне згортання діяльності багатьма оптовими торговцями внаслідок погіршення їх фінансового стану, недосконалості застосовуваних технологій складського опрацювання товарів, відсутності або недостатності інвестицій в розбудову складського господарства, неможливість оренди використовуваних складських приміщень за діючими ставками орендної плати в умовах, коли біля 90% всіх суб'єктів оптової торгівлі взагалі не мали власних складів [9], а також – через чисельні випадки несплати роздрібними торговцями отриманих від оптовиків товарів тощо. Скорочення в період кризи кількості оптових торговців, які б забезпечували вчасне і в потрібних обсягах постачання товарів у роздрібну торговельну мережу, нагромадження товарних запасів і формування торгового асортименту, „...провокує неврегульованість торговельно-промислових зв'язків, невпорядкованість товарної пропозиції, неналежну якість споживчих товарів, неритмічність поставок, повільне оновлення асортименту на виробництві й у торгівлі, що у цілому приводить до значних економічних і соціальних втрат”[10, с.231-232].

Попри незначне зростання обсягів оптового товарообороту у 2010 р. (до 956,3 млрд. грн.) і збільшення фізичних обсягів оптового товарообороту порівняно з 2009 р. на 0,4% [6], для відновлення торговельної галузі потрібні значні зусилля з активізації оптової торгівлі, створення сучасної логістичної інфраструктури та удосконалення організації руху товарних потоків на основі перегляду структури господарських зв'язків з роздрібними торговцями на основі концепції та інструментарію логістики.

Механізм логістико-орієнтованого управління матеріальними (товарними) і супутніми потоками в єдиному (наскрізному) ланцюгу створення та нарощування вартості товарів має передбачати: - зміну пріоритетів у господарській діяльності підприємств сфери виробництва та обігу на користь управління матеріальним потоком як центрального об'єкта управління в економічній системі; - комплексний підхід до управління матеріальним потоком на основі узгодження процесів, пов'язаних з матеріальним потоком, з діяльністю у сфері виробництва, маркетингу, матеріального забезпечення тощо; - використання теорії компромісів та управління витратами у господарській діяльності задіяних у відповідних логістичних ланцюгах суб'єктів господарювання.

Логістичний підхід вимагає від кожного торговельного підприємства: - підтримання зв'язку логістики з корпоративною стратегією; - удосконалення організації руху матеріального потоку; - надходження необхідної інформації і сучасної технології її опрацювання; - ефективного управління трудовими ресурсами; - налагоджування взаємозв'язків з іншими учасниками логістичного ланцюга у сфері розробки стратегії; - врахування прибутку від логістичної діяльності в системі фінансових показників; - визначення оптимальних рівнів логістичного обслуговування з метою підвищення рентабельності; - детальної розробки логістичних операцій та процесів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз дозволив виявити найбільш значимі тенденції та проблеми розвитку внутрішньої торгівлі України в період фінансової кризи, обумовлені дією чинників організаційно-економічного характеру. Отримана інформація і висновки можуть бути використані для пошуку шляхів активізації галузі торгівлі в посткризовий період, одним із яких автори вважають використання логістико-орієнтованого менеджменту як ефективного інструменту створення принципово нового механізму співробітництва і системи відносин підприємств торгівлі з іншими учасниками процесу доведення товарів до споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій // Вісник ДонНУЕТ : наук. журн. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – № 3/2. – С.145-152.
2. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підручник / Н. О. Голошубова. – К. : Книга, 2004. – 560 с.
3. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / [А. А. Мазаракі, І. О. Бланк, Л. О. Лігоненко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі] – К.: КНТЕУ, 2006. – 195 с.
4. Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь [Текст] : монография / [под ред.

А. А. Шубина, А. А. Садекова; отв. Л. И. Донец]. – Донецк: ДонНУЭТ, 2009. – 550 с.

5. Статистичний щорічник України за 2009 рік: Статистичний збірник // за ред. О. Г. Осауленка. – К.: Державний комітет статистики України, 2010.- 566 с.

6. http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/so_ek_r_u/soekru_u/soekru_1210.zip

7. Роздрібна торгівля України у 2009 р.: Статистичний збірник / [під заг. керівн. В. О. Піщейка]. – К.: Державний комітет статистики України, 2010.- 173 с.

8. Оптова і біржова торгівля України у 2008 р.: Статистичний збірник / [під заг. керівн. В. О. Піщейка]. – К.: Державний комітет статистики України, 2009.

9. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року. Постанова КМУ від 24 червня 2009 р. № 632

10. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання [Текст]: монографія / В. Д. Лагутін. - К.: КНТЕУ, 2008. – 327 с.

УДК 339.166.8

Шалева О. І.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

У статті досліджується сучасний стан і проблеми роздрібної торгівлі продовольчими товарами у Західному регіоні України. Охарактеризовано особливості функціонування роздрібної торговельної мережі, досліджено структуру та динаміку продажу основних продовольчих товарів та структуру задоволеного попиту населення.

Ключові слова: роздрібна торгівля, продовольчі товари, роздрібна торговельна мережа, товарооборот.

Shaleva O.

DEVELOPMENT FEATURES OF FOOD RETAIL IN THE WESTERN REGION OF UKRAINE

The article examines the current state and problems of the retail food trade in the Western region of Ukraine. Characterized features functioning retail network, the structure and dynamics of the sale of food structure and satisfied demand.

Keywords: retail, food, retail trade network turnover.

Вступ. Розвиток економіки прямо залежить від ефективності механізму взаємодії виробництва і споживання, які в умовах ринкового господарства роз'єднані між собою в часі і просторі. Формою реалізації такої взаємодії та даному етапі розвитку є торгівля.

Торгівля товарами народного споживання займає особливе місце серед різних видів обміну у сфері обігу. Саме на неї покладено виконання таких суспільно необхідних функцій як організацію та технологічне забезпечення просування товарів у просторі і часі від виробника до споживача на організацію і технологічне забезпечення процесу зміни форми вартості з товарної на грошову (роздрібний продаж). Крім того, торгівля (у тому числі й роздрібна) є важливою галуззю народного господарства. Так, у 2010 р. обсяги реалізованих товарів народного споживання становили 22,4 % від загального обсягу реалізованої промислової продукції.

Специфічну роль у забезпеченні населення товарами та послугами відіграє роздрібна торгівля продовольчими товарами, оскільки завдяки їй забезпечуються життєво важливі потреби у продуктах харчування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на вагоме значення цього сектора роздрібної торгівлі, сучасний стан і тенденції розвитку досліджено недостатньо. Так, вітчизняні економісти, зокрема І. Бланк, А. Мазаракі, Л. Лігоненко [4], досліджували сферу роздрібної торгівлі з точки зору макроекономіки без урахування окремих її секторів. Аналогічний підхід застосовано у працях О. Масленнікова та Б. Кручковського [6]. Частково вивчали цю проблему В. Апопій [1; 2] та Ю. Хом'як [3], проте їхні дослідження охоплювали загальнодержавні тенденції розвитку торгівлі продовольчими товарами, без урахування регіональних особливостей її функціонування. У зв'язку з вищевикладеним постає необхідність аналізу пробле-