

УДК 658.8.339.1

Педько А.Б.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України

Кордін Д.В.,
магістрант кафедри економіки та підприємництва імені Т.Г. Беня,
Національна металургійна академія України

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Педько А.Б., Кордін Д.В. Загальна характеристика та основні тенденції розвитку роздрібного торгового бізнесу в Україні. У статті надано загальну характеристику і проаналізовано основні тенденції розвитку ритейлу в Україні. Виділено найбільших операторів ритейлу в ключових сегментах ринку. Проаналізовано динаміку роздрібного товарообігу порівняно з оптовим, а також структуру роздрібного товарообігу. Зроблено висновок, що структура роздрібного товарообігу виступає наочним індикатором інституційних проблем вітчизняної економіки. Визначено найважливіші тенденції останніх років у сфері ритейлу, зокрема сталий ріст продажів товарів під власними торговими марками (private label) мережевих торговців і активний розвиток електронної комерції.

Ключові слова: роздрібний торговий бізнес, оператори ритейлу, роздрібний товарообіг, електронна комерція, торгові мережі.

Педько А.Б., Кордін Д.В. Общая характеристика и основные тенденции развития розничного торгового бизнеса в Украине. В статье представлена общая характеристика и проанализированы основные тенденции развития ритейла в Украине. Выделены крупнейшие операторы ритейла в ключевых сегментах рынка. Проанализирована динамика розничного товарооборота по сравнению с оптовым, а также структура розничного товарооборота. Сделан вывод о том, что структура розничного товарооборота выступает наглядным индикатором институциональных проблем отечественной экономики. Отмечены важнейшие тенденции последних лет в сфере ритейла, в частности устойчивый рост продаж товаров под собственными торговыми марками (private label) сетевых торговцев и активное развитие электронной коммерции.

Ключевые слова: розничний торговий бізнес, оператори ритейла, розничний товарооборот, електронна комерція, торгові мережі.

Pedko A.B., Kordin D.V. General characteristics and main trends in the development of retail business in Ukraine. The article presents a general description and analyzes the main trends in the development of retail in Ukraine. The largest retail operators in key market segments are highlighted. Analyzed the dynamics of retail turnover in comparison with the wholesale, as well as the structure of retail turnover. It is concluded that the structure of retail trade is a clear indicator of the institutional problems of the domestic economy. The most important trends of the last years in the field of retail, in particular the steady growth in sales of goods under their own trademarks (private label) of network merchants and the active development of e-commerce, are noted.

Key words: retail business, retail operators, retailers, e-commerce, retail chains.

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля, або ритейл (як її найчастіше називають у діловому середовищі), є кінцевою ланкою у процесі руху товарів від виробників до споживачів. Вона забезпечує перетворення товарів та послуг на гроші, і саме в роздрібній торгівлі відбувається перехід товарів зі сфери обігу до сфери споживання. Ритейл є своєрідною вітриною економічної системи кожної країни, адже кінцеві споживачі судять про рівень економічного благополуччя країни дивлячись на полиці магазинів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Торгівля як економічна категорія була і продовжує бути об'єктом багатьох наукових розвідок. Сутність торгівлі як сфери економічної діяльності людини досліджували А. Монкрет'єн, В. Петті, А. Сміт, К. Маркс, М. Туган-Барановський, інші класики економічної думки.

Сучасні дослідники також не залишаються осторонь цієї тематики. Еволюція поглядів на сутність категорії торгівлі висвітлена І. Кулішером [1], роль торгівлі в економіці країни обґрунтовується Л. Чернелевським [2]; Д. Гілберт [3] виокремлює основні чинники, що призводять до змін у галузі роздрібно торгівлі; В. Апопій [4] зазначає важливість соціальної функції торгівлі; Ю. Силкіна [5] аналізує проблеми і перспективи розвитку роздрібних торгових мереж в Україні. Незайвим буде відзначити, що дефініція торгівлі міститься й у законодавстві України [6]. Тобто торгівля як економічна категорія та сфера людської діяльності широко представлена у науковій літературі, досліджувалася багатьма вченими як минулих століть, так і нашими сучасниками.

Проте за рамками зазначених досліджень залишається чимало актуальних питань, які є предметом даної публікації.

Формулювання цілей статті. Метою статті є оцінка загального стану і ключових тенденцій розвитку роздрібно торгівлі у нашій державі.

Виклад основного матеріалу. Як відомо, ринок роздрібно торгівлі охоплює торгові мережі (великих ритейлерів), а також середній і дрібний роздрібний торговий бізнес. Природно, що кількісно переважають малі і мікросуб'єкти підприємництва, хоча на їхню частку припадають незначні обсяги роздрібно товарообігу [7]. Провідні позиції в роздрібній торгівлі займають роздрібні торгові мережі, які забезпечують споживачам можливість швидко, зручно, з мінімальною витратою сил і часу придбати потрібні товари широкого асортименту, в потрібну годину, неподалік від місця роботи або проживання. На частку мережевої торгівлі припадає близько 60% роздрібно товарообігу, тоді як на частку продовольчих і непродовольчих ринків, дрібних торгових точок тощо – близько 40% [5].

Існує традиційний поділ роздрібно торгівлі на продовольчий і непродовольчий сегменти, хоча цей поділ є дедалі умовнішим з огляду на універсалізацію торгового бізнесу і гонитву власників за максимальною маржинальністю (прибутковістю).

Сучасні роздрібні мережі складаються з десятків або сотень роздрібних торгових підприємств, що належать певному власнику або групі власників як вітчизняного, так і закордонного походження. За географічним покриттям в Україні нараховується 11 національних операторів роздрібно торгівлі продоволь-

чими товарами (за даними GT Partners Ukraine) [5]. Інші здійснюють свою діяльність у межах кількох регіонів (регіональні мережі) або в межах однієї області (локальні мережі). Найбільшу територію покриття займають магазини компанії Fozzy Group, що розташовані у 23 областях України. Супермаркети «Фуршет» представлені у 20 областях країни [8].

Найбільшим за товарообігом і прибутком вітчизняним ритейлером є ТОВ «АТБ-Маркет», який станом на початок 2018 р. налічував 929 магазинів у 242 містах із кількістю працюючих понад 50 тис. осіб [9]. За 2016 р. чистий дохід (чистий товарообіг) цього оператора становив 28,2 млрд. грн. [5].

Помітні позиції у продовольчому сегменті ринку ритейлу займають національні і міжнародні ритейлери: Fozzy Group (мережі «Сільпо», «Фора», FOZZY, Le Silpo), ТОВ «Омега» (мережа Vagus, магазини формату «біля дому» «Просто маркет»), ТОВ «Український ритейл» (мережа «Брусничка»), «ЕКО» (супермаркети «ЕкоМаркет»), ТОВ «Ритейл Тренд» (мережа «Фуршет»), ПрАТ «Євротек» (мережі «Арсен», «Фреш-маркет», «Квартал»), Volwest Group (мережа «Наш край»), а також німецька Metro Cash&Carry, французька Auchan, австрійська Villa та ін. Крім загальнонаціональних мереж, в окремих областях України присутні регіональні і локальні мережі (приміром, «Рукавичка» і «Близенько» на Львівщині).

Варто зазначити, що серед великих ритейлерів, що оперують в Україні, провідні позиції належать саме вітчизняним мережам, тоді як світові ритейлери залишаються на другорядних позиціях. У Польщі, приміром, ситуація протилежна і національні роздрібні мережі (Bedronka та ін.) поступово втрачають свою частку ринку, поступаючись потужнішим німецьким, французьким і шведським ритейлерам.

У сегменті швидкої їжі в Україні оперують переважно іноземні компанії (McDonalds, Subway, Burger King та KFC), хоча на регіональних ринках сильні позиції зберігають вітчизняні мережі (приміром, «Пузата хата») і дрібний фаст-фуд. Серед непродовольчих торгових компаній найширше представлено мережі побутової та цифрової техніки, парфумерно-косметичних товарів, будівельних і оздоблювальних матеріалів, фармацевтики та ін.

Так, у сегменті побутової техніки й електроніки найбільшими операторами є «Фокстрот», «Ельдорадо» і Comfy. У сегменті цифрової техніки та мобільного зв'язку зберігають свої ринкові позиції Vodafon, Kyivstar, Lifecell, Intertelecom, «АЛЛО», Мою. У сегменті парфумерно-косметичних товарів, засобів гігієни та побутової хімії провідні позиції займають Watsons, «Єва» і ProStor [5]. Серед мереж будівельних і оздоблювальних матеріалів – «Епіцентр», «Нова лінія» та «ОЛДІ». У сегменті фармацевтичних товарів чільне місце посідають мережі аптечних супермаркетів, аптек, аптек-оптик, зокрема: «Бажаємо здоров'я», «РУАН», «Не болей», «Аптека низьких цін», «Люкс Оптика», ТАС, «Віталюкс» та ін.

У сегменті непродовольчого ритейлу присутні також мережі одягу і взуття, а саме «Інтертоп», Н&М, «Спорт Майстер», O'STIN, Voronin, OLKO, Chicco тощо.

Дуже розвиненою в нашій країні є роздрібна торгівля дитячими товарами: одягом, взуттям, іграшками, меблями тощо. У цьому сегменті рівномірно пред-

ставлені великий, середній і дрібний торговий бізнес, вельми розповсюджена Інтернет-торгівля.

Простежимо далі найважливіші тенденції розвитку роздрібною торгівлі в Україні. Передусім проаналізуємо динаміку роздрібною товарообігу порівняно з оптовим товарообігом. Ця динаміка наведена на рис. 1.

Насамперед зауважимо, що офіційна статистика не відображає реальні обсяги роздрібною товарообігу. За багатьма експертними та аналітичними оцінками, близько 75–80% роздрібною товарообігу в сегменті неорганізованою торгівлі знаходиться «в тіні», тому офіційні дані обсягів роздрібною торгівлі є заниженими. Проте певні висновки з даною ілюстрації можна зробити.

По-перше, загальні обсяги роздрібною товарообігу є суттєво меншими за обсяги оптовою реалізації. У середньому за аналізований 10-річний період роздрібною товарообіг становить близько третини від оптовою.

По-друге, динаміка роздрібною товарообігу хвилеподібна і безпосередньо пов'язана із загальноекономічними процесами. Наприклад, у 2009 р. товарообіг як оптовою, так і роздрібною торгівлі порівняно з 2008 р. зменшився, що пояснюється світовою фінансовою кризою 2008 р. Але вже у 2010 р. бачимо повернення показників до докризових позначок. У період із 2010 по 2016 р. мало місце зростання роздрібною товарообігу на тлі падіння оптовою, останнє пояснюється тривалою стагнацією промисловості.

По-третє, незважаючи на загальноекономічні труднощі, спричинені військовою агресією РФ проти України і некомпетентним управлінням економічними процесами з боку Кабінету Міністрів України і НБУ, роздрібною торгівля в 2014–2016 рр. демонструвала номінальне зростання. Проте вже в 2017 р. спостерігається падіння товарообігу порівняно з 2016 р. на 25,2%, до 415,6 млрд. грн. [10]. Ця цифра відповідає показнику 2012 р., що є очевидним симптомом тривалою економічної кризи.

За офіційною статистикою, найбільше знизився обсяг роздрібною торгівлі у Донецькій і Чернівецькій областях. Найменше скоротився роздрібною товарообіг у Києві.

По-четверте, реальне, а не номінальне зростання обсягів роздрібною торгівлі може відбутися лише за умов раціональної економічної політики з боку держави

і довіри до цієї політики з боку підприємців і кінцевих споживачів, для чого нині немає жодних передумов.

Якщо говорити про сучасний стан ритейлу в Україні, то найліпша динаміка розвитку спостерігається серед торгових продовольчих мереж. З рис. 1 видно, що за 2014–2016 рр. український сектор роздрібною торгівлі демонстрував середньорічний темп зростання на рівні 10%. Україна як один із перспективних і великих (42,8 млн. осіб) споживчих ринків у Східній Європі продовжує викликати інтерес інвесторів [8; 11]. Недарма в 2017 р. свою присутність на вітчизняному ринку розширив французький Auchan, поглинувши національну мережу «Караван», а в 2019 р. очікується відкриття першого в Україні гіпермаркету шведсько-нідерландського гіганта ІКЕА.

Важливою тенденцією останніх кількох років є бурхливий ріст продажів власної продукції торгових мереж (private label). Самостійна упаковка магазинами круп, заморожених напівфабрикатів, побутовою хімії та багатьох інших товарів для подальшого продажу під власними брендами здешевлює товари для кінцевих споживачів і стимулює попит. Зростання інтересу до продукції даною категорії є стійкою тенденцією, зважаючи на більш привабливі ціни на представлені товари [12]. Падіння реальних доходів українців відбивається на роздрібною товарообігу, оскільки покупці змінюють закупівельні звички, переходячи на більш дешеві альтернативи повсякденних продуктів. Бум продажів товарів private label розпочався у 2014 р., коли внаслідок російської агресії і некомпетентних дій правлячої української верхівки відбулося трикратне знецінення національної валюти і прискорене зубожіння широких верств населення. За даними порталу ua-retail.com, продажі товарів private label у 2014 р. зросли порівняно з попереднім роком на 40%. У 2015–2017 рр. ця тенденція лише зміцнилася [13].

Не можна оминати увагою ще одну тенденцію в роздрібною торговому бізнесі, яка фундаментально впливає на сучасне і майбутнє ритейлу. Йдеться про активний розвиток електронної комерції, яка дає змогу покупцям вибирати найрізноманітніші товари за прийнятними для себе цінами, не виходячи з дому/офісу, а ритейлерам заощаджувати на оренді, персоналі та утриманні торгових площ. За даними порталу Prosto.



Рис. 1. Динаміка оптовою та роздрібною торгівлі за 2007–2017 рр.

Джерело: складено за [10]

Структура роздрібного товарообігу в Україні в 2007–2017 рр.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Роздрібний товарообіг, млн. грн.	178233	246903	230955	280890	350059	405114	433081	438343	487558	555975	415633
у тому числі											
продовольчі товари	64546	74928	85310	95693	106075	118554	128505	131709	144306	163984	167424
непродовольчі товари	89102	104348	119594	134841	150087	174041	183969	181358	201647	231466	248208
Частка в роздрібному товарообігу, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у тому числі											
продовольчі товари	35,3	34,4	40,0	39,5	38,9	40,2	41,1	41,3	41,1	41,0	40,3
непродовольчі товари	64,7	65,6	60,0	60,5	61,1	59,8	58,9	58,7	58,9	59,0	59,7
Частка продажу товарів, що вироблені на території України, %	57,2	58,4	59,1	58,6	59,4	59,7	58	59	59,6	56,9	53,2
у тому числі											
продовольчі товари	85,2	84,4	85,6	84,9	86,7	86,9	86,1	86,3	86,1	85,5	83,2
непродовольчі товари	42,1	40,4	39,8	38,6	40,4	42,6	39,9	40,3	40,7	36,6	33

Джерело: складено за [10]

уа, нині частка Інтернет-торгівлі у загальному товарообігу українського ритейлу становить близько 2%, проте ця цифра стрімко зростає, чому сприяє впровадження 4G-технологій на мобільних пристроях [8].

Поглянемо на динаміку і структуру роздрібного товарообігу, показники якого наведено в табл. 1.

Як видно з табл. 1, у структурі роздрібного товарообігу переважають непродовольчі товари (близько 60%), тоді як продовольчі товари займають близько 40%. Причому за 10 років частка продажу непродовольчих товарів зменшилася на 5%, і, відповідно, зросла частка продажу продовольчих товарів. Українці стали більше витрачати грошей на їжу і менше на одяг, взуття, побутову хімію, побутову техніку, коштовні покупки тощо.

Привертає увагу і той прикрий факт, що харчова індустрія України забезпечує громадян України вітчизняною продукцією на 85%, тоді як частка непродовольчих товарів вітчизняного виробництва становить лише третину від загального обсягу споживання. Ця частка знизилася із 42,1% у 2007 р. до 33% у 2017 р., і такий тренд є сталим. Дана обставина свідчить не стільки про недовіру громадян держави до якості вітчизняних непродовольчих товарів, скільки про серйозні структурні диспропорції у розвитку української промисловості.

Втрата цілих галузей промисловості внаслідок бездумної приватизації, невиправданий акцент на розвитку сільського господарства і переробної галузі перетворили Україну з потужної індустріально-аграрної держави на сировинний придаток до виробничих потужностей країн «третього світу». Як бачимо, структура роздрібного товарообігу виступає наочним індикатором інституційних проблем вітчизняної економіки.

Висновки. Характеризуючи поточний стан роздрібно-торгівлі в Україні, не можна не помітити дуалістичного характеру її розвитку. З одного боку, ця галузь економіки є доволі розвиненою, частка організованої торгівлі є значною, сформоване повноцінне конкурентне середовище у цілому сприятливе для кінцевих споживачів, упроваджуються сучасні форми і методи торгівлі тощо. З іншого боку, спостерігаються руйнівні тенденції, пов'язані з негативним діловим кліматом у країні, втратою значної частини ринків на Півдні і Сході України, суттєвою тінізацією роздрібного бізнесу (насамперед дрібного і середнього), обмеженими можливостями вітчизняних виробників тощо. Проте за сприятливих політико-економічних умов ритейл зможе виступити потужним драйвером економічного відродження України.

Список використаних джерел:

1. Кулишер И.М. Основные вопросы международной торговой политики; 5-е изд., стереотип. Челябинск: Социум, 2008. 479 с.
2. Чернелевський Л.М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості і торгівлі: підручник. К., 2003. 312 с.
3. Гилберт Д. Управление розничным маркетингом. М.: ИНФРА-М, 2005. 571 с.
4. Апопій В.В. Соціальна функція торгівлі. Економіка і прогнозування. 2007. № 4. С. 93–104.
5. Силкіна Ю.О. Проблеми і перспективи розвитку ринку роздрібних торговельних мереж в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. № 25. С. 152–157. URL: http://oda.zt.gov.ua/images/golovna/strategia_rozvtuky/strategia_2020.pdf.
6. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. №№ 18–22. Ст. 144. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436%2F15/page8>.

7. Педько А.Б., Кордін Д.В. Експрес-огляд роздрібного торгового бізнесу в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз: зб. мат. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 26–27 квіт. 2018 р.): у 2-х т. Т. 2; Нац. метал. академія України. 2018. С. 274–276. URL: https://nmetau.edu.ua/file/zbirnik_materialiv_2018_t_2.pdf.
8. Рынокрозничной торговли Украины/«Київстар Бізнес». URL: <http://hub.kyivstar.ua/rynokroznicnoytorgovliukrainy>.
9. Співвласники «АТБ»: Ми наповнюємо бюджет країни, з якого виплачують пенсії та зарплати... URL: https://zik.ua/news/2018/04/12/spivvlasnyku_atb_my_napovnyuiemo_byudzhekrainy_z_yakogo_vyplachuyut_pensii_1301839.
10. Лось В.О., Налігацька В.С. Динаміка оптової і роздрібної торгівлі України. Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз: зб. мат. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 26–27 квіт. 2018 р.): у 2-х т. Т. 2; Нац. метал. академія України. 2018. С. 272–274. URL: https://nmetau.edu.ua/file/zbirnik_materialiv_2018_t_2.pdf.
11. Top-50 food-ритейлеров Украины по географическому покрытию / TradeMasterGroup. URL: <http://trademaster.ua/articles/359>.
12. Сажин І. Як вижити ритейлеру в умовах нової української економіки. І на що робити ставку в розвитку бізнесу. Forbes Україна. 2014. 02 червня. URL: <http://forbes.ua>.
13. Портал українського ритейла. URL: <http://ua-retail.com>.