

ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано динаміку змін загальнооекономічних показників, що характеризують функціонування споживчого ринку, визначено проблеми функціонування оптових і роздрібних підприємств у межах окремих регіонів, виявлено фактори розвитку та можливості зростання активності споживчого ринку України у перспективі.

Ключові слова: *споживчий ринок, оптові та роздрібні підприємства, оптова й роздрібна торгівля, фактори розвитку споживчого ринку.*

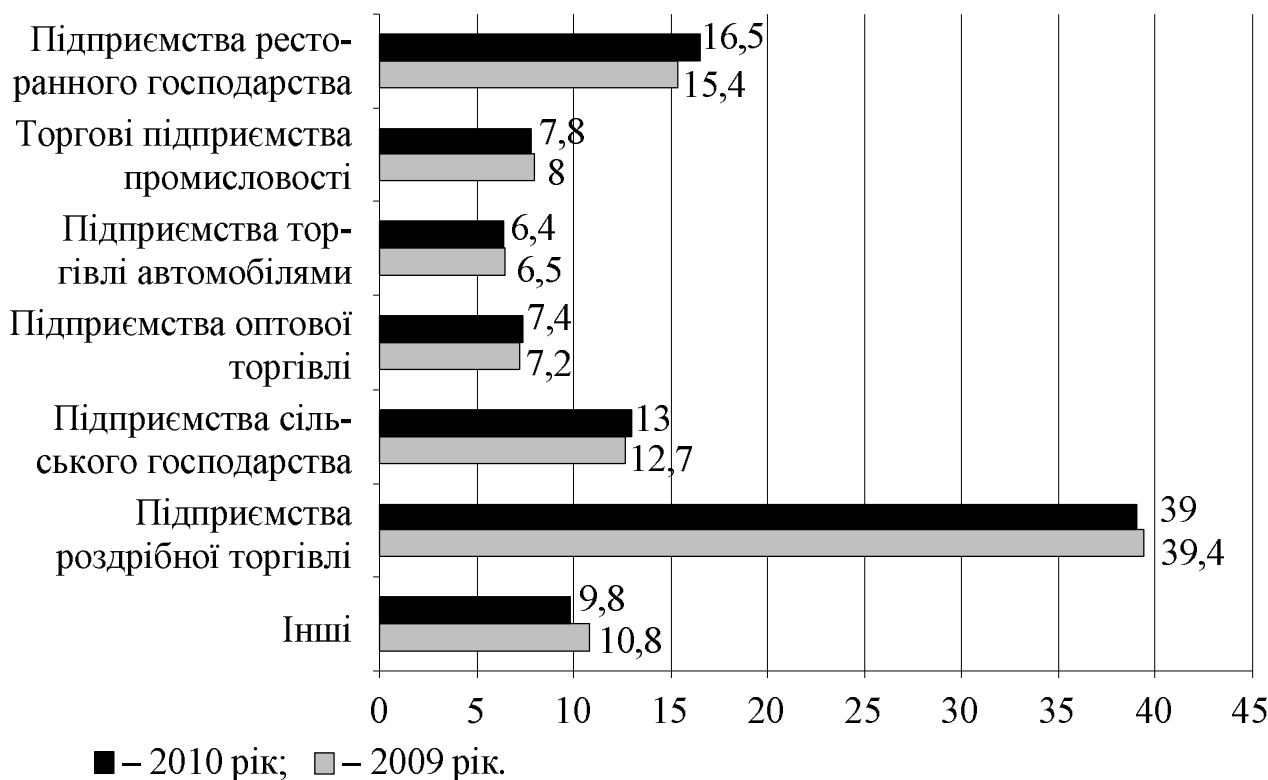
Ситуація на ринку споживчих товарів України досить нестабільна, що є результатом незбалансованої господарчої політики та поступово призводить до занепаду економіки країни в цілому. Сучасний споживчий ринок України – це один із феноменів, який обумовлює складну систему господарювання, в якій тісно взаємодіють ринкові закономірності, численні регулюючі інститути (передусім, державні) й масова свідомість. Тому вирішення питання нормалізації споживчого ринку сьогодні для багатьох регіонів світу, в тому числі й нашої держави, є надзвичайно важливим. Проблемам нормалізації національного споживчого ринку приділяють увагу вітчизняні й зарубіжні вчені, серед яких: О.М. Азарян [1], І.О. Дудла [2], О.О. Шубін [3], В.І. Савін [4] та ін. При цьому аналізу розвитку оптової та роздрібною торгівлі у взаємодії приділено недостатньо уваги, що й обумовлює актуальність дослідження.

Метою статті є дослідження та виявлення проблем функціонування, перспектив розвитку оптової та роздрібною торгівлі в Україні в період кризи. Основними завданнями дослідження є аналіз динаміки оптової та роздрібною торгівлі, встановлення проблем її розвитку, що пов'язані зі впливом кризових явищ, а також формулювання напрямків удосконалення функціонування оптової та роздрібною торгівлі.

В економіці України проблема збалансованості попиту й пропозиції, споживчого ринку в цілому породжується диспропорціями відповідних підрозділів суспільного виробництва, а також нестабільністю розвитку суб'єктів торгівлі [1]. Так, останні тенденції розвитку споживчого ринку свідчать про зменшення підприємств роздрібною торгівлі, що показано на рисунку 1.

На початок 2011 р. за класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) в Україні діяло 30,69 тис. суб'єктів господарювання (юридичних осіб), що спеціалізувалися з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства.

Із них кількість суб'єктів, основним видом діяльності яких є роздрібна торгівля (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним), налічувалося 11,98 тис. од., або 39,0% від загальної кількості; в ресторанному господарстві – 5,06 тис. од., або 16,5%; діяльність в оптовій торгівлі і посередництво в торгівлі – 2,29 тис. од., або 7,4%; у роздрібній торгівлі автомобілями, мотоциклами, пальним, їх технічного обслуговування та ремонту – 1,96 тис. од., або 6,4% [6].



Примітка. Джерело: Держкомстат.

Рисунок 1 – Структура суб'єктів (юридичних осіб), що здійснюють роздрібну торгівлю, за видами економічної діяльності в 2009 р. та 2010 р. (у відсотках)

Загальна кількість суб'єктів станом на 1 січня 2011 р. порівняно з 1 січня 2010 р. зменшилась на 0,4 в.п. (відсоткових пунктів) (або на 1,9 тис. од.), у тому числі кількість у роздрібній торгівлі зменшилася на 0,4 в.п. (або на 882 од.), у торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним – на 0,1 в.п. (або на 150 од.). При цьому кількість суб'єктів, які ведуть підприємницьку діяльність у ресторанному господарстві, збільшилася на 0,1 в.п. (або на 60 од.), в оптовій торгівлі – на 0,2 в.п. (або на 70 од.).

Поступово зменшується мережа підприємств (об'єктів) роздрібно́ї торгівлі в Україні [4]. На 1 січня 2011 р. налічувалося 65,3 тис. об'єктів (підприємств, які є юридичними особами), що займаються роздрібною торгівлею, у тому числі 47,65 тис. магазинів і 17,68 тис. кіосків, які формують роздрібну торговельну мережу (у 2000 р. кількість об'єктів торгівлі становила 103,2 тис., у 2005 р. – 75,2 тис., у 2006 р. – 73,6 тис., у 2007 р. – 71,9 тис., у 2008 р. – 69,2 тис.). За період 2005-2009 рр. кількість магазинів та кіосків зменшилася на 9,9 тис., у тому числі лише за 2009 рік – на 3,9 тис., або на 5,6% [6]. Скорочення мережі відбулося в усіх регіонах.

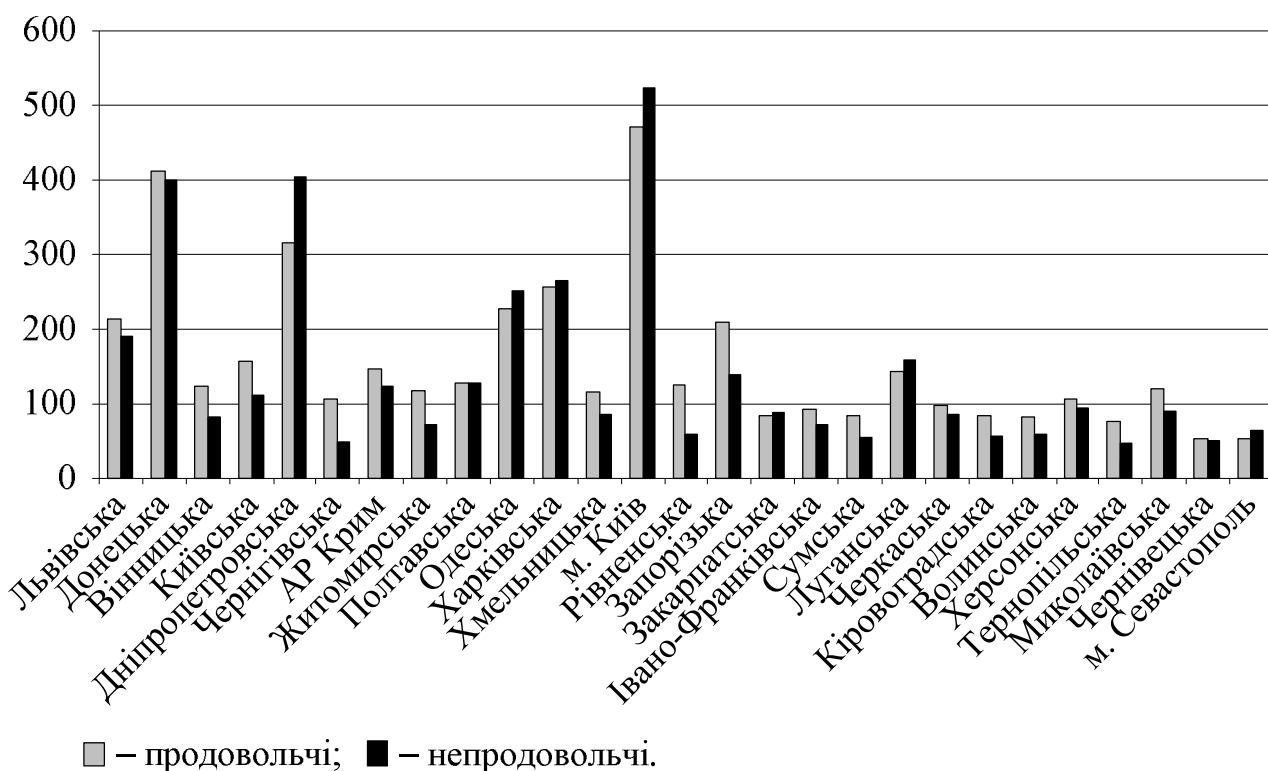
За спеціалізацією роздрібно́ї торгової мережі України на 1 січня 2011 р. діяло 24,6 тис. од. продовольчих і 23,0 тис. од. непродовольчих магазинів. Порівняно з 2010 р. кількість продовольчих магазинів зменшилася на 5,3% (на 1,37 тис. од.), непродовольчих – на 6,0% (на 1,46 тис. од.), як видно з рисунка 2. Із загальної кількості непродовольчих магазинів 86,9% (21,38 тис. од.) припада-

ло на спеціалізовані, кількість яких порівняно з попереднім роком зменшилася на 5,7% (на 1,29 тис. од.).

Скорочення роздрібних підприємств спостерігалось й у містах, й у сільській місцевості, що показано на рисунку 3. Мережа роздрібної торгівлі скоротилася впродовж 2010 р. як у містах, так і в сільській місцевості. Порівняно з 2009 р. у 2010 р. містах торговельна мережа (магазинів) зменшилася на 1,58 тис. од., або 4,5%, а в сільській місцевості – на 1,24 тис. од., або на 8,2%. Упродовж 2010 р. відбулося скорочення мережі кіосків: у містах – на 1,0 тис. од. (6,5%), у сільській місцевості – на 0,04 тис. од. (1,3%).

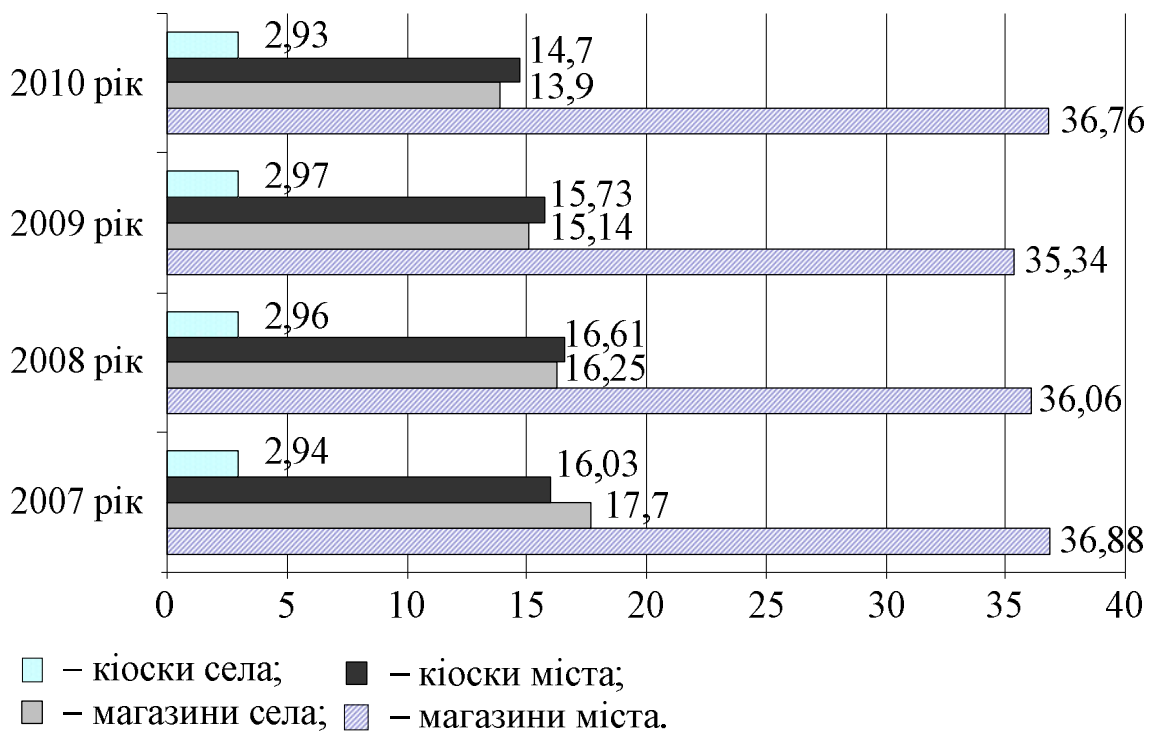
Торговельна площа магазинів на початок 2011 р. становила 8,01 млн м², у тому числі в містах – 7,1 млн м², у сільській місцевості – 0,91 млн м². Торговельна площа продовольчих магазинів у загальній структурі торговельної площі магазинів становила в 2010 р. 52,5%, непродовольчих – 47,5%. Така тенденція є характерною для регіонів. Найбільшими є обсяги торговельних площ магазинів м. Києва, Дніпропетровської, Донецької, Харківської, Одеської областей, як видно з рисунка 2.

Кількість об'єктів ресторанного господарства на 1 січня 2011 р. становила 24,03 тис. об'єктів, що на 3,7% менше, ніж у попередньому році. У містах та поселеннях міського типу їх налічувалося 16,34 тис. об'єктів, у сільській місцевості – 7,69 тис. об'єктів [5].



Примітка. Джерело: Держкомстат.

Рисунок 2 – Динаміка обсягів торговельної площі щодо продовольчих і непродовольчих магазинів роздрібної торгівлі з погляду регіонів у 2010 р. (тис. м²)



Примітка. Джерело: Держкомстат.

Рисунок 3 – Динаміка розвитку мережі роздрібної торгівлі в містах і сільській місцевості за 2007-2010 рр. (тис. од.)

Кількість місць в об'єктах ресторанного господарства за цей період у цілому скоротилася на 0,9%; у тому числі в містах та селищах міського типу їх кількість зменшилася на 2,9%, у сільській місцевості – збільшилася на 5,4%. У середньому на один об'єкт ресторанного господарства в містах і селищах міського типу припадало 74 місця, у сільській місцевості – 53 місця.

У структурі об'єктів ресторанного господарства найбільшою є частка (40,9%) кафе, закусочних, буфетів. Їх кількість становила 9,8 тис. об'єктів, порівняно з попереднім роком вона скоротилася на 8,7%. Разом із цим діяло 10,39 тис. їдалень і 2,44 тис. барів [3].

Отже, торгова мережа роздрібної торгівлі України впродовж 2010 р. зазнала впливу кризових явищ. Уповільнилися темпи розвитку внутрішньої торгівлі, становище підприємств роздрібної торгівлі погіршилося внаслідок ряду причин: звуження споживчого попиту населення через скорочення реальних доходів; зростання вартості імпортової продукції внаслідок девальвації національної валюти; заборгованість суб'єктів роздрібної торгівлі перед виробниками продукції; відсутність обігових коштів у торгівлі. Ряд вітчизняних ритейлерів припинили свою діяльність, інші змогли пристосуватися до нових умов. Із метою економії торгіві мережі стали більше уваги приділяти підвищенню прибутковості, зменшувати витрати на маркетинг, заробітну плату, оптимізовувати процес постачання товарів тощо.

Упродовж 2010 р., як і в попередні роки, продовжувалася тенденція до скорочення мережі роздрібної торгівлі в цілому. Воно проходило швидше в сільській місцевості, ніж у міських поселеннях. Разом із тим зростає кількість

універсамів (супермаркетів), гіпермаркетів і магазинів самообслуговування (на 3,3%-3,6%). Упродовж 2010 р. збільшилася їх питома вага в загальній площі продовольчих магазинів на 6,5% і становила 53,4%. Водночас частка універсамів і будинків торгівлі в загальній площі магазинів торгівлі непродовольчих товарів становила в 2010 р. 4,2%. Відбувається укрупнення бізнесу в роздрібній торгівлі, формування великоформатних об'єктів роздрібної торгівлі, торговельних мереж.

Загальний товарообіг оптової торгівлі також зменшується щороку. На 1 січня 2011 р. в Україні діяло 75,1 тис. підприємств, що є юридичними особами, основним видом діяльності яких була оптова торгівля. Оптовий товарооборот (без ПДВ і акцизу) підприємств оптової торгівлі за 2010 р. становив 860,9 млрд грн, що в порівнянних цінах на 19,3% менше, ніж у 2009 р. Обсяг оптового товарообороту в 2010 р. у середньому на одне підприємство зменшився та дорівнював 11,5 млн грн порівняно з 14,5 млн грн у 2009 р. Загальний оборот (без ПДВ і акцизу) оптових підприємств за 2010 р. становив 954,3 млрд грн. Аналіз динаміки змін загального обороту підприємств оптової торгівлі за 2010 р. порівняно з 2009 р. показує, що у сфері оптової торгівлі України відбулося зниження рівня загального обороту на 18,1% [6].

Із загального обсягу оптового товарообороту іншим підприємствам оптової торгівлі для подальшого перепродажу реалізовано товарів на суму 491,7 млрд грн (57,1% від оптового товарообороту). За розрахунковими даними Держкомстату, такі товари, як легкові автомобілі, устаткування для автоматичного оброблення інформації, фармацевтичні препарати, газойлі, проходять більше, ніж 2,1 ланки перепродажу товару, зернові культури, насіння соняшнику, сира нафта, прокат плоский гарячекатаний, відходи та брухт чорних металів, бензин моторний, мазут топковий, парфуми та косметичні вироби – до 4 ланок, продовольчі товари – від 1,5 до 4,3 ланки.

За 2010 р. порівняно з 2009 р. обсяг оптового товарообороту зріс на підприємствах оптової торгівлі в Тернопільській (на 50,3%), Івано-Франківській (на 23,7%), Миколаївській (на 8,7%), Кіровоградській (на 7,0%), Волинській (на 1,3%), Вінницькій (на 1,1%) областях, в АР Крим (на 3,7%) та в м. Севастополі (на 18,6%). В інших регіонах України спостерігалось падіння оптового товарообороту. У структурі обсягу оптового товарообороту більше 62% припадало на підприємства м. Києва (37,4%), Донецької (13,3%) та Дніпропетровської (11,0%) областей.

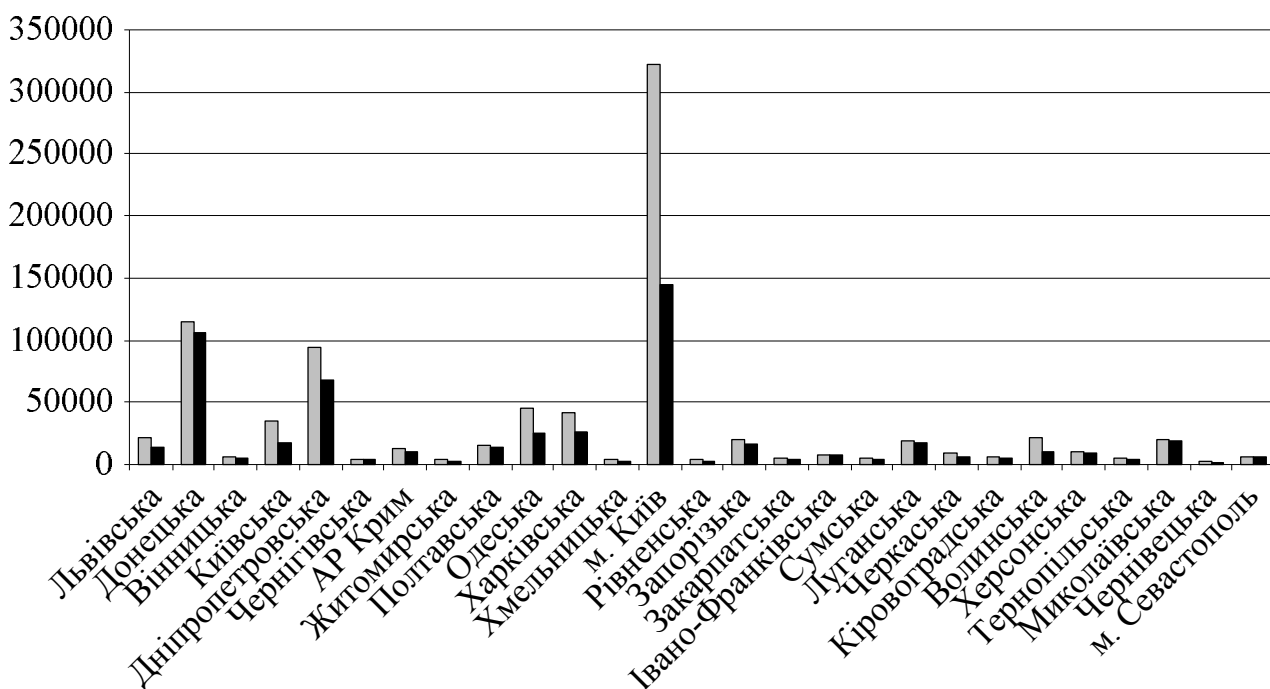
Зменшився оптовий продаж (у натуральному вимірі) таких товарів, як приймачі телевізійні (на 69,7%), радіоприймачі (на 31,6%), магнітофони (на 86,2%), пилососи побутові (на 57,5%), мотоцикли й моторолери (на 56,8%), холодильники та морозильники (на 39,6%), машини швейні побутові (на 36,7%). Найбільші обсяги реалізації нафти сирової в 2010 р. спостерігалися на підприємствах оптової торгівлі Дніпропетровської (6,0 млрд грн) та Волинської (4,8 млрд грн) областей. Найбільший продаж бензину моторного здійснювався підприємствами м. Києва (20,4 млрд грн), Дніпропетровської (10,4 млрд грн), Волинської (4,2 млрд грн), Донецької (2,7 млрд грн) та Київської (2,1 млрд грн) областей. Найвищі продажі палива дизельного здійснили оптові підприємства м. Києва

(24,2 млрд грн), Дніпропетровської (6,7 млрд грн), Волинської (6,3 млрд грн), Донецької (2,4 млрд грн) областей [6].

Найбільше було реалізовано тютюнових виробів, м'яса та м'ясопродуктів, молочних продуктів, кондитерських виробів, алкогольних напоїв, рибної продукції, цукру, олії, пива [2; 3; 6].

Частка продажу товарів виробництва України в оптовій торгівлі за 2010 р. становила 64,2% від загального обсягу продажу, або 552,6 млрд грн. Продаж продовольчих товарів вітчизняного виробництва становив 125,2 млрд. гривень, що менше на 0,4 в.п., ніж у 2009 р., і становить 74,4% від загального обсягу продовольчих товарів у оптовій торгівлі. Непродовольчих товарів реалізовано на суму 427,4 млрд грн, або 1,7% від загального обсягу непродовольчих товарів у оптовій торгівлі, що на 0,7 в.п. більше, ніж у 2009 р.

У певних регіонах частка оптової торгівлі товарами вітчизняного виробництва в 2010 р. є значно нижчою, ніж середній показник по Україні (64,2%): у місті Києві – 44,9%, у Волинській області – 47,7%, у Київській області – 49,3%. У Харківській, Житомирській, Чернівецькій областях цей показник відповідає середньому по країні та становить відповідно 63,3%, 64,3%, 64,6%, що показано на рисунку 4.



■ – весь оптовий продаж; ■ – з нього продаж товарів виробництва України.

Примітка. Джерело: Держкомстат, розрахунки департаменту внутрішньої торгівлі.

Рисунок 4 – Розподіл обсягів оптового товарообороту й оптового продажу товарів виробництва України з погляду регіонів за 2010 р. (млн грн)

В Україні переважно за рахунок вітчизняних виробників формується оптовий ринок кам'яного та бурого вугілля, чавуну, прокату чорних металів, сірки

рафінованої, карбонату натрію (соди кальцинованої), лісоматеріалів, деревини, портландцементу й цементу глиноземного, зернових культур, насіння соняшнику, великої рогатої худоби, свиней, молочної та маргаринової продукції, олії, цукру, солі, тютюнових виробів, горілки й інших міцних спиртних напоїв, вина ігристого, пива, безалкогольних напоїв і соків фруктових та овочевих.

Висновки. Таким чином, упродовж 2010 р. стан оптової торгівлі України характеризувався певними факторами: зменшенням обсягів обороту оптової торгівлі, яке відбулося через зниження промислового виробництва та зменшення обсягів зовнішньоторговельних операцій; зменшенням споживчого попиту, що пов'язано зі зниженням реальних доходів населення й зі згортанням споживчого кредитування населення на фоні підвищення вартості обслуговування раніше отриманих валютних кредитів; курсовою нестабільністю та девальвацією гривні, що призвело до зростання собівартості виробництва, яке використовує в проміжному споживанні матеріальні ресурси імпортного походження. Отже, останнім часом роздрібна й оптова торгівля поступово зменшують обсяги обороту, що є наслідком нестабільної економічної ситуації.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є встановлення можливостей щодо розвитку споживчого ринку. Наприклад, біокліматичний потенціал виробництва продовольства в Україні є сприятливим, з огляду на достатню кількість землі та теплозабезпеченість; більшість ґрунтів держави придатні для вирощування сільськогосподарської продукції; рослинництво здатне забезпечити повноцінну кормову базу для тваринництва, необхідну кількість зерна, плодоовочевих, баштанних і продуктів інших сільськогосподарських культур. Це обумовлює необхідність опрацювання концепції формування та розвитку національного споживчого ринку України.

Література

1. Азарян О.М. Маркетинг: підручник / О.М. Азарян. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Донецьк: Норд-Комп'ютер, 2007. – 428 с.
2. Дудла І.О. Товарознавчі аспекти маркетингу: навч. посіб. / І.О. Дудла. – К., 2007. – 224 с.
3. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: підручник / за ред. О.О. Шубіна. – К.: Знання, 2009. – 702 с.
4. Савин В.И. Супермаркет: практ. пособие / В.И. Савин. – М.: ДИС, 2004.
5. Молдован О. Кризові явища в промисловості України та пріоритетні заходи антикризової політики [Електронний ресурс] / О. Молдован. – Режим доступу: <<http://old.niss.gov.ua/Monitor/Jul2009/05.htm>>.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – К.: Держстат України, 1998-2011. – Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>.