

О. С. Євсейцева,
к. е. н., доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу, Київський
національний університет технологій та дизайну
О. С. Кухар,
магістр спец. "Маркетинг", Київський національний університет технологій та
дизайну

АНАЛІЗ РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

O. Yevseytseva,
Ph.D. in Economics, assistant professor, Department of Economic Cybernetics and Marketing,
Kyiv National University of Technology and Design
O. Kukhar,
master spec. "Marketing", Kyiv National University of Technology and Design

MARKET ANALYSIS RETAIL

У статті представлено аналіз поточного стану ринку роздрібною торгівлі України. Зокрема проаналізовано динаміку і структуру роздрібного товарообігу, проведено огляд найпоширеніших роздрібних торговельних мереж в Україні та визначено перспективи та напрями подальшого розвитку українського ринку роздрібною торгівлі.

The article analyzes the current state of the retail market in Ukraine. In particular, the dynamics and structure of retail trade, the survey of the most popular retail chains in Ukraine and identified prospects and directions of further development of the Ukrainian retail market.

Ключові слова: ринок роздрібною торгівлі, рітейл, роздрібна торгова мережа, торговельні оператори, супермаркет.

Key words: market retailers, retail, retailers, commercial operators, supermarket.

ОСТАННІ ДОСЛІДЖЕННЯ Й ПУБЛІКАЦІЇ З ПРОБЛЕМИ

Питанням розвитку ринку роздрібною торгівлі присвячено роботи вітчизняних та закордонних авторів: В. Алопій, Б. Берман, Я. Гончарук, Дж.Р. Еванс, Т. Кент, А. Мазаракі, О. Омар, В. Радаєв та інших. Роботи вчених та економістів висвітлюють специфіку та переваги роздрібною торгівлі, тенденції та перспективи подальшого розвитку торговельної галузі. Багато досліджень присвячено аналізу стану ринку, прогнозам його подальшого розвитку. Огляд літературних джерел із досліджуваної тематики підтверджує недостатність наукових розробок із проблем розвитку роздрібною торгівлі України та аналізу загальнодержавного стану роздрібною торгівлі України станом на початок 2016 року.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є аналіз поточного стану українського ринку роздрібною торгівлі та вивчення тенденцій його подальшого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогоднішній день між економістами, що працюють над проблемами розвитку ринку роздрібною торгівлі, не склалось єдиної думки щодо визначення поняття "ри-

нок роздрібною торгівлі". Для подальшої роботи було проаналізовано літературні джерела з досліджуваної тематики та визначено ключові поняття ринку роздрібною торгівлі (табл. 1).

Оскільки не існує єдиного визначення терміну "ринок роздрібною торгівлі" для подальшого дослідження серед термінів запропонованих вченими-економістами було обрано власне визначення, що буде використано в подальшій роботі:

"Ринок роздрібною торгівлі" (ринок рітейлу) — це сукупність соціально-економічних відносин у сфері продажу товарів та послуг споживачам для використання особисто ними та їх родинами, включаючи прямі продажі, що здійснюються в торговельних точках, продаж товарів за посередництвом комівояжерів, купівля товарів вдома, замовлення поштою та через Інтернет. На ринку роздрібною торгівлі діють роздрібні торговці.

Ринок роздрібною торгівлі включає продовольчі та непродовольчі торгові мережі.

Серед іноземних продовольчих компаній на ринку представлено: "Metro Cash&Carry" (Німеччина), "Billa" (Австрія), "Auchan", "Novus" та інші.

Серед національних продовольчих роздрібних мереж можна виділити: ГК "Фоззі" (мережі "Сільпо", "Фора", "FOZZY Cash&Carry"); АТБ-маркет (супермар-

Таблиця 1. Аналіз ключових понять

Поняття	ППУ ученого	Зміст поняття
Ринок (англ. market)	Економічний словник Й. Завадський [6]	Сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарів або послуг, цілковите визначення суспільного характеру праці, якою вони створюються
Ринок	Тлумачний словник економіста С. Гончаров [3]	Система товарно-грошових відносин у сфері обміну, що сприяє реалізації товарів та послуг. Основні складові механізму ринку - попит, пропозиція і ціна
Роздрібний (споживчий) ринок	В. Аполій [1]	Включає в себе попит, пропозицію і ціни матеріальних благ, що скеровуються на особисте споживання окремих індивідів або домогосподарств. Відмінності між окремими секторами цієї підсистеми впливають із відмінностей у способі використання споживних властивостей різних товарів. Спільною є мета пред'явлення попиту на роздрібному ринку — кінцеве споживання товарів
Роздрібна торгівля (англ. retail trading)	Економічний словник Й. Завадський [6]	Завершальна форма продажу товарів кінцевому споживачу в невеликих обсягах через магазини, павільйони, лотки, намети та інші пункти мережі роздрібно торгівлі
Роздрібна торгівля	Т. Кент, О. Омар [7]	Це всі процеси, що виникають при продажу товарів та послуг кінцевому споживачу, включаючи прямі продажі, що здійснюються в торговельних точках, продаж товарів за посередництвом комівояжерів, купівля товарів вдома, замовлення поштою та через Інтернет
Роздрібна торгівля	Б. Берман, Дж. Р. Еванс [2]	Включає всі види економічної діяльності, пов'язані з продажем товарів та послуг споживачам для використання особисто ними та їх родинами. При цьому йде мова про будь-який факт продажу товарів і послуг кінцевому споживачу.
Ритейлінговий бізнес	В. Аполій [1]	Від фр. <i>retailier</i> — відрізати, розбивати. На Заході ритейлінг є аналогом вітчизняної роздрібно торгівлі
Роздрібний торговець	В. Аполій [1]	Юридична або фізична особа (організація, фірма, компанія, підприємство, одиниця тощо), що є завершальною ланкою різноманітних каналів товаропросування від виробників до споживачів, діє на споживчому ринку і спеціалізується на продажу товарів та послуг, призначених для особистого кінцевого використання й споживання
Торгово-роздрібні компанії	Т. Кент, О. Омар [7]	Це комерційні організації, що продають споживачеві товари та послуги для особистого користування. Роздрібні продавці надають товари та послуги нарізно, їх клієнтами є кінцеві споживачі, що придбавають товари для особистого користування, а не для перепродажу

кети й магазини "біля дому"), ГК "Фуршет" (супермаркети "Фуршет"); ГК "Велика кишеня" (супермаркети "Велика кишеня", магазини "біля дому" "Просто маркет"); "ЕКО" (супермаркети "Еко-Маркет") тощо.

Крім того, у сегменті "HoReCa" присутні іноземні компанії "Subway" (американська мережа фаст-фудів), "Burger King" та KFC.

Серед непродовольчих торгових компаній представлені мережі побутової та цифрової техніки, парфюмерно-косметичних товарів, фармацевтичних товарів та ін.

У сегменті побутової техніки й електроніки найбільшими операторами є: "Фокстрот", "Ельдорадо", "COMFY".

У сегменті цифрової техніки та мобільного зв'язку зберігають свої ринкові позиції такі мережі, як "Мою", "АЛЛО", "Мобілочка".

У сегменті парфюмерно-косметичних товарів, засобів гігієни та побутової хімії — "Watsons", "Єва", "Космо", "ProStor" та інші компанії.

У сегменті фармацевтичних засобів представлені мережі аптечних супермаркетів, аптек, оптик, зокрема: "Бажаємо здоров'я", "Аптека низьких цін", "Люкс Оптика", "TAS", "Віталюкс" та ін.

В Україні розвивається сегмент торгівлі будівельними матеріалами, найбільшими операторами залишаються "Епіцентр", "Леруа Мерлен", "Олді", "Нова лінія", "Praktiker AG".

У сегменті непродовольчого ритейлу присутні такі мережі: "Інтертоп", "Спорт Майстер", "Argo-trade", "O'STIN", "Антошка", "Chicco", "Дім іграшок", "Mother-care", "Smyk" та ін.

Найбільша динаміка розвитку спостерігається серед торгових продовольчих мереж.

За 2008—2014 роки український сектор роздрібно торгівлі продемонстрував середньорічний темп зростан-

ня на рівні 10%. Україна як один з самих швидкозрослих і великих (42,8 млн чоловік) споживчих ринків у Центральній та Східній Європі продовжує викликати інтерес інвесторів [8; 11].

На сьогоднішній день, ринок продуктового ритейлу переживає економічний спад. Світова економічна криза 2008 року змусила багатьох операторів ринку переглядати стратегію свого подальшого розвитку. Для деяких з них навіть постало питання їх подальшого існування. Після кризи, приблизно з 2010 року, спостерігалось зростання роздробу. Так, за даними Держстату, темпи зростання роздрібно товарообігу в 2013 році збільшилися на 9,5% порівняно з 2012 роком. При цьому роздрібний товарообіг у 2012 році в порівнянні з 2011 роком зріс на 15% [9].

Вітчизняний ринок роздрібно торгівлі протягом 2010—2012 рр. ставав більш концентрованим, у результаті чого поступово збільшувалась питома вага операторів найбільших роздрібних мереж. Організована торгівля (у т.ч. мережева торгівля) займає близько 55—60% ринку роздрібно торгівлі України, ринки — відповідно 40—45%. На сучасному етапі розвитку ринку спостерігається перехід операторів на нові формати організації торгівлі, а також якісний ріст галузі (удосконалення та збільшення спектру послуг, сервісів, орієнтованих на попит споживачів).

За даними Державної служби статистики України динаміку роздрібно товарообігу підприємств України [4] можна представити у графічному вигляді (рис. 1 та 2).

Обсяг обігу роздрібно торгівлі за 2015 р. 1019 млрд грн., що на 12,8% вище показника 2014 р. в національній валюті. З огляду на порівняно високі ціни організованої торгівлі та переорієнтації покупця на більш дешеві

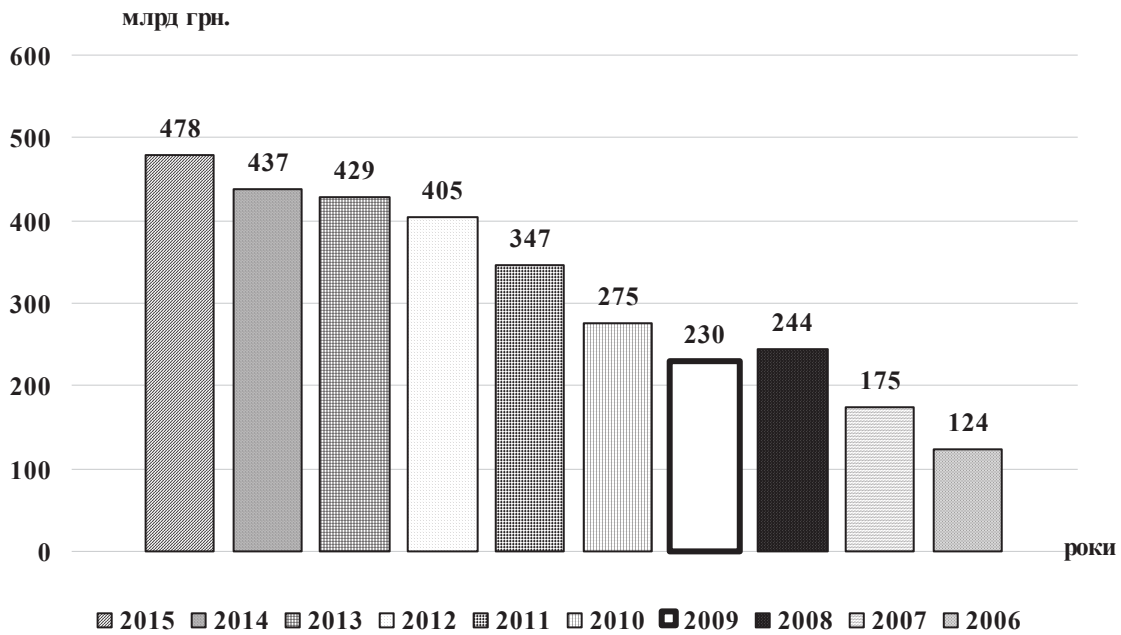


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообігу підприємств України за 2006–2015 рр.

Джерело: за даними Державної служби статистики України.

варіанти, представлені на ринках і дискаунтерах, обсяг неорганізованої торгівлі збільшився на 16,7% з 2014 року по 2015 рік. Кризовий стан економіки країни змінює структуру роздрібних продажів, збільшуючи частку ринку неорганізованої торгівлі. У структурі роздрібного товарообігу обсяг неорганізованої торгівлі зріс з 45,7% у 2008 році до 53,2% за січень — вересень 2015 р., з найбільшими змінами у 2009 і 2013 роках (рис. 3).

2014 рік український ринок роздрібної торгівлі в різних сегментах характеризувався значною кількістю угод злиттів і поглинань. У найближчі роки очікується витіснення стихійної торгівлі сучасними роздрібними форматами, консолідація ринку і фокус на онлайн-продажах.

Ринок продовольчого ритейлу України продовжує характеризуватися низьким рівнем консолідації, на ньому діють понад ста торговельних операторів

сучасного класу. При цьому в кожному регіоні працюють в середньому по десять таких компаній. Найменша їх кількість (5 операторів) налічується в Хмельницькому та Сумах, найбільшу (більше 30 операторів) — у Києві [11].

За географічним покриттям, в Україні нараховується 11 національних операторів роздрібної торгівлі продовольчими товарами (за даними GT Partners Ukraine). 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 [10]. У таблиці 2 представлені національні оператори роздрібної торгівлі.

Лідуючі мережі Fozzy Group зберігають свої позиції і забезпечують зростання більшою мірою за рахунок активного розширення мережі в форматах "магазин біля дому" та міні-маркет. Невеликі розміри таких магазинів і акцент на найнижчі ціни на товари дозволили показати найбільший відсоток зростання в умовах зниження купівельної спроможності населення. Тому багато операторів намагаються охопити саме цей сегмент ринку, відкриваючи нові торгові точки. Із середини 2013 року позначилася тенденція поступового уповільнення темпів зростання, а після відомих політичних подій у країні це уповільнення пришвидшилося [9].

У 2014—2015 роках на ринку організованої роздрібної торгівлі України спостерігалось збереження позицій найбільших ритейлерів у сфері торгівлі продовольчими товарами. Основні зусилля операторів були спрямовані на утримання ринкових позицій, опти-



Рис. 2. Динаміка роздрібного товарообороту підприємств України за 2005–2014 рр. з розподілом за продовольчими та непродовольчими товарами

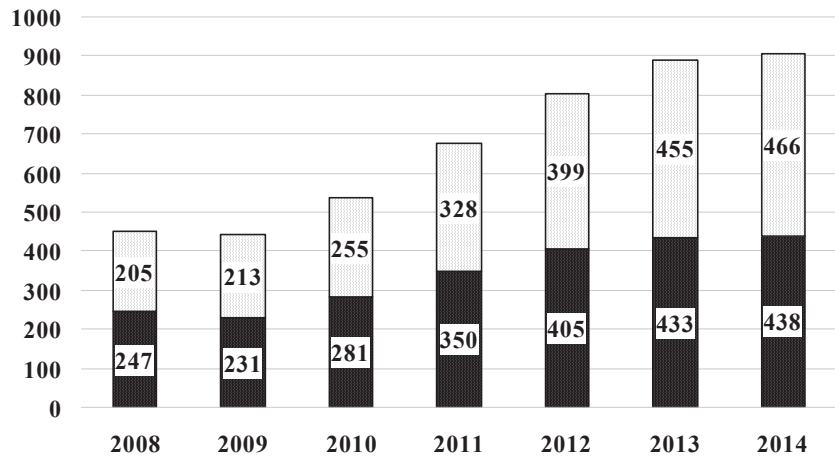
мізацію структури існуючих торговельних мереж і реалізацію планів по незначному розширенню власних мереж, причому відкриття нових магазинів здійснювалось переважно на орендованих площах [11].

Відвідувачі українських супермаркетів стали активніше купувати продукцію торгових марок супермаркетів (private label). Самостійна упаковка магазинами круп, заморожених напівфабрикатів, побутової хімії та багатьох інших товарів для подальшого продажу під власними брендами — хід не новий. Згідно з даними порталу ua-retail, у першій половині 2014 року зафіксовано небувале зростання продажів — до 30%, а до кінця 2014 року, за розрахунками експертів, зростання досягло 40%. Зростання інтересу до продукції даної категорії — стійка тенденція, зважаючи на більш привабливі ціни на представлені товари [11].

Українські споживачі витрачають близько 30% своїх доходів на продукти харчування. В Україні (без урахування території тимчасово окупованих Автономної Республіки Крим та м. Севастополя) сумарний обсяг роздрібногo товарообороту за 2015 рік склав 477966,6 млн грн., що на 9,3% більше показників 2014 року. Поточна геополітична ситуація негативно впливає на споживчий попит, а девальвація національної валюти знижує купівельну спроможність населення, тому зростання, найімовірніше, забезпечено збільшенням цін, вважають експерти [8; 11]. Падіння реальних доходів українців відбивається на роздрібному товарообігу, оскільки покупці змінюють закупівельні звички, переходячи на більш дешеві альтернативи повсякденних продуктів.

В Україні активно розвивається електронна комерція, яка дозволяє покупцям вибирати товари за вигідними цінами, не виходячи з дому, а ритейлерам — заощадити на оренді та утриманні торгових площ. Збір даних про користувачів онлайн дозволяє проводити більш ефективні маркетингові кампанії. Оборот інтернет-торгівлі в загальному обсязі товарообороту українського ритейлу наразі становить близько 2% (за даними

Структура роздрібногo продажу України, млрд.грн



■ Організована торгівля товарами □ Неорганізована торгівля товарами

Рис. 3. Структура роздрібногo товарообігу 2008—2014 рр.

Джерело: за даними Державної служби статистики України.

Prosto.ua). З появою в Україні 3G-технологій кількість онлайн-продажів через мобільні пристрої продовжує збільшуватися [8].

Обіг роздрібногo торгівлі в Україні (без урахування окупованого Криму та частини зони АТО) в 2015 році знизився на 20,7% порівняно з 2014 роком, до 1,02 трлн грн. Найбільше знизився обіг роздрібногo торгівлі в Луганській і Донецькій областях — на 71,5% і 66,4%, до 7,9 млрд грн. і 31,2 млрд грн., відповідно. Найменше скорочення роздрібногo товарообігу спостерігалось в Київській (на 12,5%, до 52,1 млрд грн.) і Кіровоградській (на 12,6%, до 21,7 млрд грн.) областях. При цьому роздрібний товарообіг у Києві в 2015 році знизився на 14,6%, до 158,5 млрд грн. У 2014 році роздрібний товарообіг в Україні скоротився на 8,6% порівняно з 2013 роком — до 903,535 млрд грн.

На сайті Державної служби статистики України опубліковані дані про обіг роздрібногo торгівлі в Україні в січні 2016 року, що показують зниження обігу роздрібногo торгівлі на 1,4% порівняно з аналогічним періодом 2015 року (у порівнянних цінах) до 81,5 млрд грн. Найбільше знизився обіг роздрібногo торгівлі в Донецькій і Чернівецькій областях — на 28,3% і 14,7%, до 2,6 млрд грн. і 1,1 млрд грн., відповідно. Водночас, найкращі показники зростання роздрібногo товарообігу в січні цього року були зафіксовані в Луганській (на 82%,

Таблиця 2. Національні мережі роздрібногo торгівлі в Україні

№	Компанія	Центральний офіс	Торгові мережі	Кількість економіко-географічних районів покриття	Кількість областей покриття
1	Fozzy Group	Київ	Сільпо, Фора, Фоззі, Бумі-маркет	5	23
2	СТМ «Фуршет»	Київ	Фуршет	5	20
3	ТОВ «Квіза Трейд»	Київ	Велика Кишеня, Просто маркет	5	19
4	ТОВ «ЕКО»	Київ	ЕКО-маркет	5	16
5	Metro Cash & Carry Україна	Київ	Metro	5	15
6	Volwest Group	Луцьк	Наш Край	5	14
7	ЗАТ «Євротек»	Київ	Фреш, Союз, Квартал, Арсен, Фреш-маркет	5	11
8	ТОВ «АТБ-маркет»	Дніпропетровськ	АТБ	4	14
9-10	«СПАР-Україна»	Київ	SPAR	4	9
9-10	«Білла-Україна»	Київ	Billa	4	9
11	ТОВ «Край»	Київ	Край, Країна	4	4

до 780 млн грн.), Полтавській (на 13,5%, до 2,8 млрд грн.) і Київській (на 6,7%, до 4 млрд грн.) областях. Роздрібний товарооборот у Києві минулого місяця збільшився на 4,3% — до 12,8 млрд грн.

При цьому обсяг роздрібногo товарообігу підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібногo торгівлі, за звітний період становив 38 млрд 870,2 млн грн., що на 18,4% менше показника за січень 2015 року і на 0,1% більше грудня 2015 року.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

2015 р. ознаменувався для України перманентною нестабільністю політичної ситуації а також продовженням військових дій на Сході країни. Результатом економічної кризи, яка певною мірою охопила всі регіони України, стала дестабілізація роботи місцевих підприємств, адміністративних установ і інфраструктурних об'єктів. Природно, що це позначилось на динаміці розвитку ринку роздрібногo торгівлі України. З урахуванням кардинальних змін, які відбуваються в економіці нашої країни з кінця 2013 року, основні показники ритейл-ринку (обсяг роздрібногo товарообігу, динаміка експансії операторів і т.д.) істотно змінилися в гіршу сторону.

Більш того, з урахуванням подальшої невизначеності терміну завершення україно-російського конфлікту, точно спрогнозувати подальший розвиток вітчизняного ринку роздрібногo торгівлі неможливо.

З огляду на все вищесказане, можна зробити висновки, що в порівнянні з ситуацією в 2013 році і в попередні періоди, в поточному році динаміка роздрібних продажів в Україні продовжуватиме скорочуватися. Тому можна стверджувати про те, що ринок роздрібногo торгівлі в Україні продовжує знаходитися в досить глибокій рецесії і говорити про повернення його динаміки розвитку до показників докризового періоду поки не доводиться.

Література:

1. Апопій В.В. (ред.) Організація торгівлі: підручник. — 3-тє вид. / В.В. Апопій. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 632 с.
2. Берман Б., Эванс Дж.Р. Розничная торговля: стратегический подход. — 8-е изд.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. — 1184 с.
3. Гончаров С.М., Кушнір Н.Б. Тлумачний словник економіста / За ред. проф. С.М. Гончарова. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 264 с.
4. Державна Служба Статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/menu/publikac.htm]
5. Електронне періодичне видання All Retail [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://allretail.ua/analytics/]
6. Завадський Й.С. Економічний словник / Й.С. Завадський, Т.В. Осовська, О.О. Юшкевич. — К.: Кондор, 2006. — 356 с.
7. Кент Т. Розничная торговля: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 "Маркетинг", 080301 "Коммерция" ("Торговое дело") /

Т. Кент, О. Омар; пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 719 с. — (Серия "Зарубежный учебник").

8. Рынок розничной торговли Украины // "Київстар Бізнес" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://hub.kyivstar.ua/rynok-rozничnoy-torgovli-ukrainy/]

9. Сажин І. Як вижити ритейлеру в умовах нової української економіки. І на що робити ставку в розвитку бізнесу / Ілля Сажин [Електронний ресурс] // Журнал Forbes Україна. — 2 Червня 2014. Режим доступу: [http://forbes.ua/ua/opinions/1372185-yak-vizhiti-ritejleru-v-umovah-novoyi-ukrayinskoyi-ekonomiki]

10. Top 50 food-ритейлеров України по географічному покриттю // Портал топ-менеджерів гуртової та роздрібногo торгівлі TradeMasterGroup [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://trademaster.ua/articles/359]

11. Чем живут украинские ритейлеры: тренды и результаты рынка ритейла // Українська асоціація ритейлу [Електронний ресурс]. — 12.11.2014. Режим доступу: [http://rau.com.ua/news/analytics/4392-chem-zhivut-ukrainskie-ritejlery-trendy-i-rezultaty-rynka-ritejla]

References:

1. Apopij, V.V. (2009), Orhanizatsiia torhivli [Trade Organization], Tsentru uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
2. Berman, B. and Jevans, Dzh.R. (2003), Roznichnaja torgovlja: strategicheskij podhod [Retail trade: strategic approach], Vil'jams, Moscow, Russia.
3. Honcharov, S.M. and Kushnir, N.B. (2009), Tlumachnyj slovnyk ekonomista [Explanatory dictionary of economist], Tsentru uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
4. State Statistics Service of Ukraine (2016), Statistical information, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/ (Accessed 20May 2016).
5. All Retail (2016), available at: http://allretail.ua/analytics/ (Accessed 20May 2016).
6. Zavads'kyj, J.C. (2006), Ekonomichnyj slovnyk [Economic Dictionary], Kondor, Kyiv, Ukraine.
7. Kent, T. (2007), Roznichnaja torgovlja [Retail trade], JuNITI-DANA, Moscow, Russia.
8. Kyivstar bussines hub (2015), "Retail market of Ukraine", available at: http://hub.kyivstar.ua/rynok-rozничnoy-torgovli-ukrainy/ (Accessed 20May 2016).
9. Sazhyn, I. (2014), "How to survive retail in conditions of the New Ukrainian economy. And that bet in business development", Forbes Ukraine, available at: http://forbes.ua/ua/opinions/1372185-yak-vizhiti-ritejleru-v-umovah-novoyi-ukrayinskoyi-ekonomiki (Accessed 20May 2016).
10. TradeMasterGroup (2009), "Top 50 food-retailer in Ukraine by geographical coverage", Portal top-menedzheriv hurtovoi ta rozdrubnoi torhivli TradeMasterGroup, available at: http://trademaster.ua/articles/359 (Accessed 20May 2016).
11. Retailers Association of Ukraine (2014), "How are living Ukrainian retailers: trends and results of the retail market", Ukraїns'ka asociacija ritejlu, available at: http://rau.com.ua/news/analytics/4392-chem-zhivut-ukrainskie-ritejlery-trendy-i-rezultaty-rynka-ritejla (Accessed 20May 2016).

Стаття надійшла до редакції 24.05.2016 р.