

**Shilova Julia**, a student, Department of Economics, Department of Economics of enterprises of Food Technology and Trade, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine. Tel.: 0932897179; e-mail: ekdek@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. А.С. Крутовою.  
Отримано 1.08.2015. ХДУХТ, Харків.*

УДК 339.16

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ**

**М.В. Чорна, О.С. Шуміло**

*Проаналізовано сучасну динаміку розвитку підприємств роздрібною торгівлі та їх товарообороту, досліджено особливості розвитку торговельних мереж у період євроінтеграції країни.*

*Визначено основні чинники впливу на сучасний стан розвитку торговельних мереж в Україні та сучасні тенденції їх розвитку.*

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, товарооборот, ритейл, торговельні мережі, розвиток.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ В УКРАИНЕ**

**М.В. Черная, О.С. Шумило**

*Проанализирована современная динамика развития предприятий розничной торговли и их товарооборот, исследованы особенности развития торговых сетей в период евроинтеграции страны.*

*Определены основные факторы влияния на современное состояние торговых сетей в Украине и современные тенденции их развития.*

**Ключевые слова:** розничная торговля, товарооборот, ритейл, торговые сети, развитие.

## MODERN TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE NETWORKS IN UKRAINE

M. Chorna, O. Shumilo

*Under conditions of modern organizing of the economic system, providing sustainable economic growth in the country to a great extent depends on effective functioning of the trade field. Examination of issues of the development of a trade network as one of leading models of organizing trade is of considerable importance in the period of integration of the country in the European and the world space.*

*The article researches the change of the retail commodity turnover of the country over the last years and determines its reduction. In addition, the author determines amounts of decrease of selling and consumer demand that are explained by political and social and economic conditions in our country. Having analyzed dynamics of commodity turnover of Ukrainian regions, the author indicates the regions with the greatest amount of retail turnover for the current period. The author notes that networks of Ukrainian operators prevail in the Ukrainian market of organized retail trade nowadays. However, there are also the foreign networks. According to results of 2014 annual rating for the largest retail trade networks of Ukraine, the author indicates leaders working in the retail trade field. The article considers structural description of the retail trade. Consequently, the author detects that, despite the critical situation in the country, there are increase of modern trade formats (hypermarkets, supermarkets, discounters, cash&carry) as well as traditional ones ("shop near home", traditional shops) over the last time. This process is concerned with finishing projects, which has been begun previously.*

*The main factors of influence on the contemporary position of trade network development in Ukraine are highlighted. The author mentions that the retail trade in Ukraine is in condition of transformation. Although there is the period of the economic and political crisis in the country, deficit of domestic and foreign investments, reduction of a general amount of retail trade networks, the development of trade networks occur at an insignificant rate. The retail innovatively develops and new approaches to carrying out the trade activity on the basis of European and the world technologies in the trade field are implemented.*

**Keywords:** retail trade, commodity turnover, retail, trade networks, development.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Забезпечення сталого економічного розвитку країни в умовах сучасної організації господарської системи значною мірою залежить від ефективності функціонування торговельної галузі.

Торгівлю взагалі розглядають як канал просування продукції до споживача, як особливу сферу діяльності людей зі здійснення товарного обігу, купівлі-продажу товарів що є суттю торговельна

діяльності. Однією з провідних моделей організації торгівлі на засадах використання передових технологій, управління матеріальними, трудовими, фінансовими та інтелектуальними ресурсами є торговельні мережі. Тому розвиток торговельних мереж завжди перебуває в центрі уваги, а дослідження проблем їх розвитку стає досить актуальним завданням.

У період євроінтеграції країни перед мережевими роздрібними торговельними підприємствами ще гостріше постають надзвичайно важливі питання щодо визначення стратегічних цілей діяльності, вибору стратегічних зон господарювання, формування стратегічного товарного портфеля, визначення політики ціноутворення, диверсифікації діяльності, доцільності кількісного розширення підлеглих торговельних об'єктів і забезпечення керуваності ними, формування ефективних взаємовідносин партнерами, які б сприяли розвитку вітчизняного товаровиробника, а отже, створенню масового платоспроможного споживача [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку роздрібних торговельних мереж в Україні є об'єктом уваги багатьох науковців, серед них: В.В. Апопій, Т.Г. Васильців, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Ю.М. Хом'як, А.А. Шубіна та ін. Адже роздрібна торгівля динамічна галузь, і зміна її параметрів є індикатором соціально-економічного стану в країні, тому її слід системно та постійно вивчати, а зміни, що відбуваються в процесі її розвитку, потребують висвітлення і подальшого дослідження.

**Мета статті** – визначення сучасних проблем та перспектив розвитку торговельних мереж в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Роздрібна торгівля є найкращим індикатором стану економіки й рівня добробуту населення країни. Проте реалії сьогодення дають розуміння того, що через фінансові та політичні негаразди, через АТО на Сході України, девальвацію гривні, підвищення комунальних платежів відбувається падіння споживчого попиту.

Населення України бідніше та скорочує обсяги закупівель. Падіння продажів, у свою чергу, визначає оцінку економіки щодо стійкості та ефективності. Так за період січень – грудень 2014 р., за даними статистичної служби, падіння досягло 6,8%, що є значним від'ємним показником.

Але вже в серпні 2015 р., за даними досліджень компанії GfK Ukraine, споживчі настрої українців покращилися, індекс споживчого настрою склав 46,9, що на 3,8 пункту більше ніж у попередні місяці.

Це відбулося на фоні істотних змін щодо девальваційних очікувань та очікувань відносно розвитку економіки у найближчим часом. «Зменшення побоювань щодо можливої девальвації позитивно вплинуло на динаміку споживчих настроїв, але вони продовжують коливатися навколо мінімальних значень», – коментують аналітики GfK Ukraine. У серпні 2015 р. в Україні знизилась споживчі ціни. Річна інфляція (до серпня 2014 р.) зменшилась до 52,8%. Від початку року інфляція становила 38,2%.

Дані Державної статистичної служби України свідчать, що річний товарооборот роздрібною торгівлі в Україні в 2014 р. знизився на 8,6% в порівняно з 2013 р. до 903534,5 млн грн (табл.).

Дані, подані в таблиці, свідчать, що до 2012 р. темпи зростання роздрібного товарообороту збільшувались, а у 2013 р. порівняно з попереднім, відстежується тенденція до зниження, що пояснюється політичним та соціально-економічним становищем у нашій країні.

Таблиця

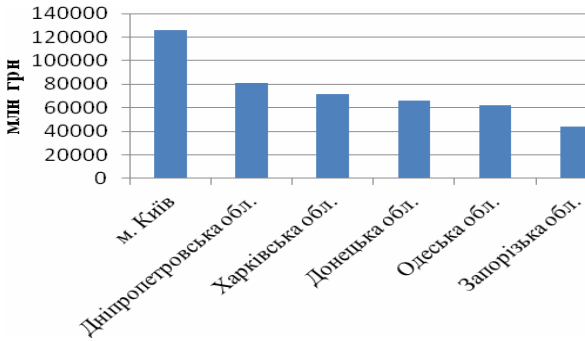
**Динаміка роздрібного товарообороту України  
у 2010–2014 рр. [2]**

Показник	2010	2011	2012	2013	2014
Обсяг роздрібного товарообороту, млн грн	529883,2	674723,1	804330,8	884203,7	903534,5
Темпи зростання роздрібного товарообороту до попереднього року, у порівняльних цінах, %	107,6	114,7	115,0	109,5	91,4

Результати проведеного аналізу динаміки товарообороту серед областей України в 2014 р. доводять, що найбільші показники роздрібного товарообороту мають місто Київ, Дніпропетровська, Харківська, Донецька, Одеська та Запорізька області (рис. 1).

У Луганській та Донецькій областях товарооборот зменшився на 49,0 та 37,0%. Вони стали лідерами у зниженні цього показника, причиною цього є бойові дії на Сході України. Також зниження товарообороту за попередній рік спостерігалось в Миколаївській (на 8,1%), Одеській (на 6,5%), Хмельницькій та Полтавській (по 4,9%), Волинській (на 3,6%) областях та Києві (на 3,7%) [2].

Роздрібний товарооборот у цей час формується в основному організаціями та підприємствами, що здійснюють свою діяльність у стаціонарних мережах.



**Рис. 1. Области України з найбільшим обсягом роздрібного товарообороту за січень – грудень 2014 р., млн грн [2]**

Особливістю сучасної роздрібної торгівлі в Україні є інтенсивний тип розвитку, збільшення роздрібних мереж, експансія закордонних суб'єктів торгівлі, загострення конкуренції між великими роздрібними мережами [3].

Сьогодні на українському ринку організованої роздрібної торгівлі домінують мережі українських операторів, але присутні й закордонні мережі. Серед іноземних компаній на ринку представлені такі: «Metro Cash&Carry» (Німеччина), «Billa» (Австрія), «Auchan», «Novus» та ін. Серед національних продовольчих роздрібних мереж можна виділити: «АТБ-маркет», гіпермаркети «Фоззі» (мережі «Сільпо», «Фора», «FOZZY Cash&Carry», супермаркети й магазини «біля дому»), «Фуршет», «Велика кишеня», «Еко-Маркет» тощо.

У сегменті побутової техніки й електроніки найбільшими операторами є «Фокстрот», «Ельдорадо», «COMFY», «Технополіс». У сегменті цифрової техніки зберігають свої ринкові позиції такі мережі, як «Diawest», «Мою», «Protoria»; у сегменті мобільного зв'язку – «Алло», «Ringoo»; у сегменті косметики та побутової хімії – «Watsons», «Єва» та ін. Крім того, в Україні розвивається сегмент торгівлі будівельними матеріалами, найбільшими операторами залишаються «Епіцентр» і «Нова лінія» [4].

Проаналізувавши щорічний рейтинг найбільших роздрібних торговельних мереж України за підсумками 2014 р., можна виділити

лідерів, що працюють у сфері роздрібно́ї торгівлі. Серед продовольчих компаній лідируючі позиції займають компанії «АТБ» та «Фоззі-Фуд» (ТМ «Сільпо»), обидві компанії показали зростання чистого доходу (рис. 2), але, за даними видання «Економіка» [5], у 2014 році зменшили прибуток: «АТБ» на 287 млн грн, «Фоззі-Фуд» на 406 млн грн. Найбільше падіння чистого прибутку серед великих ритейлерів показала компанія «Метро Кеш енд Керрі Україна» – 1759 млн грн.

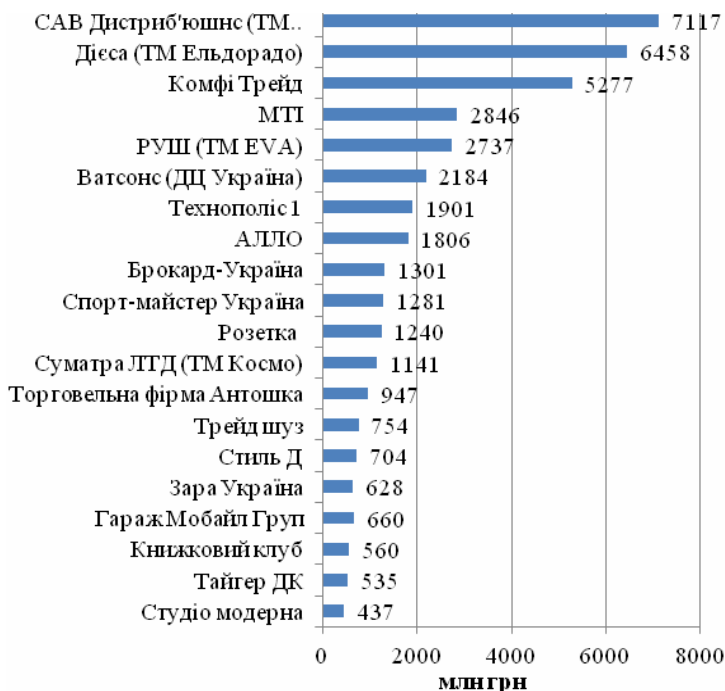
### Продовольчий ритейл (чистий дохід за 2014 рік)



Рис. 2. Рейтинг компаній продовольчого ритейлу України за 2014 рік за отриманням чистого доходу млн грн [5]

Лідерами за отриманням чистого доходу непродовольчого сектору є мережі з продажів побутової техніки та електроніки. Перше місце посідає – «СAB Дистриб'юшн» (ТМ «Фокстрот»), друге – «Діеса» (ТМ «Ельдорадо»), третє – «Комфі Трейд» (рис. 3). «Комфі Трейд», за даними щорічника, показала зменшення чистого прибутку на 91 млн грн.

### Непродовольчий ритейл (чистий дохід за 2014 рік)



**Рис. 3. Рейтинг компаній непродовольчого ритейлу України за 2014 рік за отриманням чистого доходу, млн грн [5]**

У будівничому ритейлі позиції лідера посідає «Епіцентр К», який у 2014 році збільшив чистий дохід на 15,28% та показав найбільший прибуток серед гравців на ринку – 379 млн грн. На другому місці – «Нова Лінія», на третьому – «Леруа Мерлен Україна»

(рис. 4), українська «дочка» французької компанії, що показала збиток за 2014 р. у розмірі 111 млн грн.

Розглядаючи структурну характеристику роздрібною торгівлі, слід зазначити, що останнім часом, незважаючи на критичне становище в країні, відбувається зростання як сучасних торговельних форматів (гіпермаркети, супермаркети, дискаунтери, cash&carry), так і традиційних («магазин біля дому», традиційні магазини).

#### Будівничий ритейл (Чистий дохід за 2014 рік)



Рис. 4. Рейтинг компаній будівничого ритейлу України за 2014 рік за отриманням чистого доходу млн грн [5]

Це зростання пояснюється тим, що роздрібні мережі завершили розпочаті раніше проекти.

Через складні економічні умови збільшення кількості торговельних точок стає практично неможливим. Проте існують і виключення, зокрема це холдинг «Ритейл Груп», що у 2015 році збирається розширювати свою мережу і відкривати нові магазини [6].

Також, незважаючи на всі негативні процеси в Україні, роздрібна торгівля зазнає трансформації й на ринку внутрішньої торгівлі активного розвитку набувають мережі «магазинів біля будинку» та дискаунтери, а в перспективі, за умови стабілізації



економічної та політичної ситуації в країні, слід очікувати розвитку таких форм торгівлі як гіпермаркети та торговельні центри.

Аналізуючи розвиток торговельних мереж, слід виділити основні чинники впливу на його сучасний стан та зазначити перспективи розвитку.

Основний зміст процесу розвитку – це нарощування потенціалу торговельної сфери, насамперед ресурсного – матеріально-технічного, технологічного, економічного, соціального і, відповідно, збільшення обсягів господарської діяльності, а також результативних показників [7]. Проте останнім часом на розвиток торговельних мереж в Україні впливає низка негативних чинників, що затримують розвиток, серед них можна виокремити такі:

- складна політична ситуація в країні, війна, розрив економічних стосунків із Російською Федерацією;
- невизначеність у валютно-курсовій політиці держави, девальвація національної валюти;
- зростання цін на основні споживчі товари та послуги;
- невизначеність у митній політиці держави;
- падіння споживчого попиту населення через скорочення доходів, зростання безробіття;
- зменшення обсягів виробництва товарів народного споживання;
- криза в банківській системі, неможливість залучення в галузь кредитів;
- недобросовісна конкуренція серед ритейлерів;
- вихід із ринку або зменшення магазинів зарубіжних компаній.

Усі ці чинники призводять до дисбалансу попиту й пропозиції, споживчого ринку взагалі через нестабільність розвитку торговельних підприємств та суспільного виробництва.

Попри труднощі, пов'язані з економічним станом у країні, торговельна діяльність залишається перспективною галуззю. На фоні зниження темпів розвитку торговельних мереж, пожвавилися інші процеси і формуються нові відносини між компаніями та власниками, що керують торговельними центрами. Змінюється цінова політика, орендні ставки, для залучення покупців торговельні центри розширюють спектр розважальних програм, застосовують загальні маркетингові програми, які мають стимулювати збільшення обсягу закупівель.

Серед основних сучасних тенденцій розвитку ритейлу в Україні можна виокремити перехід сфери торгівлі на інноваційний шлях розвитку. Інновації мають охоплювати нові технології у сфері

торговельного бізнесу, їх упровадження у процес надання послуг покупцям, просування продукції на ринку, упровадження в розвиток комунікаційної інфраструктури [3]. Інноваційний розвиток торгівлі є однією з найважливіших передумов європейської інтеграції України. Проаналізуємо провідні тенденції, що найближчим часом будуть формувати мережеву роздрібну торгівлю в Україні.

Однією з провідних тенденцій є поява нових форм торгівлі. Так, останнім часом набуває все більшого розвитку електронна торгівля, досить популярним стає відкриття мережевих роздрібних магазинів чистими інтернет-магазинами, цьому сприяє розширення мережі Інтернет та використання споживачами сучасних мобільних телефонів (смартфонів). Адже велика кількість споживачів використовує їх як доступ до Інтернету. У світі ритейлери продовжують інвестувати в мобільні додатки, відкриваючи нові торгові можливості, удосконалювати систему мобільних платежів у магазинах і робити мобільні оголошення. Українські ритейлери теж повинні розвивати торгівлю з використанням цих новітніх технологій.

У світі набирає обертів торгівля в соціальних медіа – Twitter, Facebook, Instagram, українські торговельні компанії теж не залишаються осторонь.

Поширюються нові способи оплати покупок. Компанії продовжують розвиватися і поширювати безготівкові платежі й упроваджувати нові мобільні платіжні додатки: POS-системи, безконтактні платежі.

Інноваційний розвиток сучасного торговельного підприємства в центрі уваги має інтелектуальний капітал, що визначає конкурентоспроможність його економічної системи. Ритейлерські компанії підвищують зарплату працівникам та покращують умови, спонукаючи їх до ефективнішої праці та покращення торговельного обслуговування.

Сучасні покупці стають вимогливішими, і застосування дисконтування є не єдиним шляхом підвищення продажів. Усе більше уваги приділяється якості товару, мерчандайзингу, післяпродажному обслуговуванню та іншим чинникам.

Важливим є і процес доставки товару. Усе більше покупців обирають найдешевший та найшвидший спосіб доставки товару, тому ритейлери та служби доставки працюють над задоволенням споживчого попиту та над упровадженням нових способів доставки товару.

Перспективним напрямом для торговельних мереж є розвиток власної торгової марки «Private Label». За рахунок низької собівартості

товару, що випускається власною торговельною мережею, низьких затрат на просування та маркетинг у компанії торговельна мережа отримує успішний продукт, що сприяє збільшенню продажів та підвищує лояльність споживачів. Розвиток власної торговельної марки для торговельної мережі може бути чинником успіху в експорті товару, також формою виходу на зарубіжні ринки, що значно розширить співпрацю за кордоном, зокрема в країнах ЄС.

Українські споживачі вже звикли до закордонних брендів, частина з яких прийшла до нас на умовах франчайзингу – згоди, за якої вітчизняна компанія купує право використовувати закордонний бренд. Проте інша ситуація, коли закордонні ритейлери використовують наші бренди, – це рідкість. Тільки декілька українських компаній вийшли на ринок країн ЄС. Прикладом є компанія «Львівська майстерня шоколаду», мережа магазинів якої підкорює ринки Європи.

Ураховуючи, що для України одним із важливих документів останніх років стала Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, у якій, зокрема, закладені й положення щодо спрощення процедур торгівлі. Важливо відзначити, що Україна та ЄС визначили подальші кроки для покращення взаємних процедур у разі переміщення товарів через митні кордони та кроки для спрощення процедур у сфері зовнішньої торгівлі як з ЄС, так і з усіма іншими країнами [8]. У рамках співпраці з ЄС перед торговельними компаніями стоять такі завдання, як забезпечення продовольчої безпеки, формування сучасної інфраструктури торговельної мережі, задоволення потреб споживачів у різноманітних товарах та послугах на європейському рівні.

Наведемо деякі факти та цифри щодо торгівлі між Україною та країнами ЄС Україна у 2014 р. була першою за обсягами експорту ЄС серед усіх країн Східного партнерства: 52% (або 17,1 млрд євро) усього експорту Євросоюзу до східних партнерів припадало саме на Україну. Десять років тому, у 2004 р., обсяги експорту ЄС в Україну склали майже 10,6 млрд євро.

Київ тримає пальму першості в категорії «імпорт»: 42% (або 13,8 млрд євро) усього імпорту ЄС країн Східного партнерства припадало на Україну. У 2004 р. ця цифра була на рівні 8,5 млрд євро. У такий спосіб за останні десять років було зафіксовано позитивний баланс ЄС у торгівлі з Україною, який у 2014 р. становив +3,4 млрд євро [9].

Сучасна зовнішньоекономічна політика України має бути спрямована на формування нового режиму торгівлі з подальшою

інтеграцією до світового економічного простору шляхом поступового збільшення конкурентоспроможності національної економіки, а торговельні мережі мають стати на цьому етапі розвитку ланцюгом співпраці між Україною та країнами міжнародного простору, адже міжнародна торгівля є важливою умовою розвитку будь-якої країни.

**Висновки.** Сьогодні роздрібна торгівля в Україні перебуває у стані трансформації під впливом зазначених вище чинників, у її структурі відбуваються як кількісні, так і якісні перетворення. Навіть в період економічної та політичної кризи в країні, дефіциту вітчизняних та іноземних інвестицій, зменшення загальної кількості роздрібних торговельних підприємств розвиток торговельних мереж, хоча і незначними темпами, але відбувається. Триває інноваційний розвиток ритейлу, упроваджуються нові підходи до здійснення торговельної діяльності з урахуванням європейських та світових технологій у торговельній галузі.

Подальша робота буде спрямована на розробку рекомендацій з управління економічною безпекою торговельних підприємств у період євроінтеграції.

#### Список джерел інформації / References

1. Шкляєва Г. О. Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства / Г. О. Шкляєва // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – № 1 (7). – С. 509–514.

Shakliaieva, H.O. (2014), «Interactive marketing communications in enterprise management» [«Інтерактивні маркетингові комунікації у менеджменті підприємства»], *Economic Nobel Herald*, No 1 (7), pp. 509-514.

2. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Official website of State Statistics Service, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Дмітренко І. А. Види роздрібної мережі та їх сучасна характеристика / І. А. Дмітренко // Торгівля, комерція, підприємство : зб. наук. пр. – Львів : Львівська комерц. акад., 2010. – Вип. 11. – С. 28–32.

Dmitrenko, I.A. (2010), «Types of a retail network and their modern description» [«Vidi rozdribnoi merezhi ta ih suchasna charakteristika»], *Trade, Commerce, Enterprise: collection of scientific papers*, Lviv Commercial Academy, Issue 11, pp. 28-32.

4. Аналітичний огляд. Ринок роздрібної торгівлі України за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_im](http://www.credit-rating.ua/img/st_im)

«Analytical review. The retail trade market of Ukraine for 2012» [«Analitichnij ogyad. Rynok rozdribnoi torgivli Ukraini za 2012 rik»], available at: [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_im](http://www.credit-rating.ua/img/st_im)

5. Портрет украинского ритейла [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.retail.ru/articles>

«Portrait of the Ukrainian retail» [«Portret ukrainskogo ritejla»], available at: <http://www.retail.ru/articles>

6. В 2015 году “Ритейл Групп” откроет около 15 новых “ВК Экспрессов” и “Велмартов” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ua-retail.com/2015/02/v-2015-godu-ritejl-grupp-otkroet-okolo-15-novyh-vk-ekspresov-i-velmartov>

«In 2015 «Retail Group» will open near 15 new «Velyka Kyshenia Express» and «Walmart» [«V 2015 godu «Ritejl Grupp» otkroet okolo 15 novyh «VK Ekspresov» i «Velmartov»], available at: <http://ua-retail.com/2015/02/v-2015-godu-ritejl-grupp-otkroet-okolo-15-novyh-vk-ekspresov-i-velmartov/>

7. Апопій В. В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій, Н. С. Ситник // Торгіля, комерція, підприємство : зб. наук. пр. – Львів: Львівська комерц. акад., 2011. – Вип. 13. – С. 5–9.

Аропій, V.V. (2011), «Nature of contemporary development of the internal trade in Ukraine» [«Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України»], *Trade, Commerce, Enterprise: collection of scientific papers*, Lviv Commercial Academy, Lviv, Issue 13, pp. 5-9.

8. Платонов О. Упрощение процедур торговли: анализ соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС [Электронный ресурс] / О. Платонов, С. Галько. – Режим доступа : <http://kneteu/kyev/ua/file/MTc>

Platonov, O., Halko, S., *Simplification of trade procedures: analysis of association agreement between Ukraine and the EU [Uproshchenie procedur trgovli: analiz soglasheniya ob asociacii mezhdou Ukrainoj i ES]*, available at: <http://kneteu/kyev/ua/file/MTc>

9. Цікаві факти і цифри щодо торгівлі між ЄС і країнами-учасниками Східного партнерства (28/05/2015) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eeas.europa.eu/delegations/ukrain>

«Interesting facts and figures on trade between the EU and member states of the Eastern Partnership(28/05/2015)» [«Cikavi fakti i cifri shchodo trgovli mizh ЄС і країнами-учасниками Східного партнерства (28/05/2015)»], available at: <http://eeas.europa.eu/delegations/ukrain>

**Чорна Марина Вігаліївна**, д-р екон. наук, проф., кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)3494558; 0661463292; e-mail: [mv.1008@mail.ru](mailto:mv.1008@mail.ru).

**Черная Марина Витальевна**, д-р екон. наук, проф., кафедра економіки підприємства харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адрес: ул. Клочковская, 333, г. Харьков, Украина, 61051. Тел.:(057)3494558; 0661463292; e-mail: [mv.1008@mail.ru](mailto:mv.1008@mail.ru).

**Chorna Maryna**, Doctor of Economic Sciences, professor, Head of Department of Economics of Food Technology and Trade Enterprises, Kharkov State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska st., 333, Kharkov, Ukraine, 61051. Tel.:(057)349-45-58; 0661463292; e-mail:[mv.1008@mail.ru](mailto:mv.1008@mail.ru).

**Шуміло Ольга Станіславівна**, канд. екон. наук, доц., кафедра фінансів та кредиту, Харківський національний університет будівництва та архітектури. Адреса: вул. Сумська, 40, м. Харків, Україна, 61002, Тел.: 0953468555; e-mail: olga\_shumilo@mail.ru.

**Шумило Ольга Станиславовна**, канд. екон. наук, доц., кафедра финансов и кредита, Харьковский национальный университет строительства и архитектуры. Адрес: ул. Сумская, 40, г. Харьков, Украина, 61002, Тел.: 0953468555; e-mail: olga\_shumilo@mail.ru.

**Shumilo Olga**, Ph.D., associate professor of finance and credit Kharkiv National University of Construction and Architecture. Address: Sumi str., 40, Kharkov, Ukraine, 61002. Tel.: 0953468555; e-mail: olga\_shumilo@mail.ru.

*Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук, проф. А.С. Крутовою.  
Отримано 1.08.2015. ХДУХТ, Харків.*

УДК 658.87:658.14/.17

## **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Н.О. Власова, О.В. Михайлова**

*Досліджено динаміку та склад оборотних активів на рівні вибіркової сукупності підприємств роздрібної торгівлі міста Харкова, що дало можливість визначити динамічні зміни та особливості формування в різних за розміром і місцем розташування підприємств, виявити найбільш проблемні місця в їх забезпеченні відповідними ресурсами.*

***Ключові слова:** оборотні активи, підприємства роздрібної торгівлі, показник, структура, стан, динаміка, особливості формування.*

## **ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЇ ТОРГОВЛІ**

**Н.А. Власова, Е.В. Михайлова**

*Исследована динамика и состав оборотных активов на уровне выборочной совокупности предприятий розничной торговли города Харькова, что дало возможность определить динамические изменения и особенности формирования у разных по размеру и местоположению предприятий, выявит наиболее проблемные места в их обеспечении соответствующими ресурсами.*