

4. Калмакова Н. А. Оперативное управление оборотными средствами промышленного предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05, 08.00.10 / Н. А. Калмакова. – Челябинск, 2010. – 25 с.
5. Продченко И. А. Теоретические основы финансового менеджмента : учебный курс / И. А. Продченко. – М. : Московский ин-т экономики, менеджмента и права, 2009. – 370 с.
6. Рилеев С. В. Роль політики управління оборотними активами в системі фінансового менеджменту підприємства / С. В. Рилеев, С. М. Юрій // Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ. Сер. Екон. науки. – 2009. – № 4 (36). – С. 311–319.
7. Современный экономический словарь / сост. : Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
8. Стоянова Е. С. Управление оборотным капиталом / Е. С. Стоянова, Е. В. Быкова, И. А. Бланк ; под. ред. Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива, 1998. – 128 с.
9. Яшук Д. Л. Дослідження методології управління оборотними активами машинобудівних підприємств в умовах кризи / Д. Л. Яшук // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 32. – С. 252–257.

Отримано 30.10.2012. ХДУХТ, Харків.

© С.О. Зубков, 2012.

УДК 658.87 (477)

Т.Б. Кушнір, канд. экон. наук

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Розглянуто динаміку основних показників розвитку економіки, зокрема роздрібної торгівлі України протягом 2007-2011 рр., визначено особливості, загальні тенденції та проблеми, окреслено перспективи подальшого розвитку сектору роздрібної торгівлі.

Рассмотрена динамика основных экономических показателей, в частности розничной торговли Украины на протяжении 2007-2011 гг., определены особенности, общие тенденции и проблемы, очерчены перспективы развития сектора розничной торговли.

Considered the dynamics of the main an indicator of economic development and in particular retail Ukraine during the 2007-2011, discusses peculiarities, general trends and challenges outlined the prospects for further development of the retail sector.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Із кожним роком все більше впливає на сектор вітчизняної роздрібно́ї торгівлі макроекономічна ситуація. Причому вплив відбувається як фактично – скорочення темпів зростання доходів населення, збільшення безробіття, зміна умов фінансування бізнесу банками тощо, так і психологічно – споживачі відкладають рішення про довгострокові покупки, збільшують накопичення, скорочують поточні витрати, економлять на повсякденних покупках та ін.

Попри певні позитивні зрушення в посткризовому періоді розвитку України, економічні умови залишаються складними. На фоні збереження стабільності основних макроекономічних індикаторів показники якості життя населення та розвитку внутрішнього ринку хоч і демонструють позитивну динаміку, але є значно скромнішими, що викликає наростання негативних суспільних очікувань щодо майбутнього стану споживчого ринку української економіки.

Післякризовий характер економічного зростання засвідчує посилення залежності вітчизняної економіки від зовнішніх ринків на основі, насамперед, цінової конкуренції, а не конкурентної боротьби технологій та нововведень, надмірний перерозподіл інвестицій на користь експортних галузей, високу залежність внутрішньої економічної динаміки від зовнішніх чинників, що є значним ризиком для її стабільного функціонування та робить вразливою до будь-яких цінових «шоків» [1, с. 7].

За таких умов одним із пріоритетів економічної політики посткризового відновлення є стимулювання внутрішнього попиту, що безпосередньо пов'язане із сектором роздрібно́ї торгівлі. Динамічність означеного сектора потребує системного та постійного вивчення, оскільки коливання його параметрів є індикатором змін соціально-економічної ситуації держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення сучасних публікацій щодо розвитку економіки України взагалі, її споживчого ринку та зокрема суб'єктів сектору роздрібно́ї торгівлі демонструє досить ретельну увагу науковців до економічних проблем сьогодення, їх взаємозв'язку з тенденціями розвитку світової економіки та передбаченням перспектив для вітчизняного ринку. Такі вчені-економісти, як В. Гесць, О. Бабанін, П. Бубенко, М. Білопольський, М. Долішній, Я. Жаліло та ін. у своїх працях розглядають особливості розвитку економіки України в різних аспектах, прояви кризи, обґрунтовують ризики виникнення макроекономічної нестабільності в Україні, аналізують процеси поширення кризових явищ та посткризового відновлення, оцінюють перспективи подальшої економічної динаміки.

Стан і проблеми сектору роздрібно́ї торгівлі, особливості її розвитку в кризовий та посткризовий період досліджено в працях відомих науковців: В. Апопій, О. Азарян, І. Балабанової, О. Виноградової, Н. Власової, Н. Голошубової, Н. Краснокутської, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Л. Омелянович, А. Садекова, Н. Ушакової, Т. Футало, Л. Фролової, М. Чорної та ін.

Проте продовження реформування економіки в умовах посилення нових глобальних і внутрішніх викликів, які зумовлюють особливості, впливають на тенденції та окреслюють перспективи розвитку сектору роздрібно́ї торгівлі, потребує постійного вивчення сучасних змін та врахування їх у діяльності підприємств і під час розробки програм розвитку.

Мета та завдання статті. Метою статті є виявлення сучасних особливостей тенденцій та перспектив розвитку сектору роздрібно́ї торгівлі в посткризових умовах розвитку економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сектор роздрібно́ї торгівлі в будь-якій державі має свою специфіку, що визначається економічними показниками (доходи населення, розвиненість мережі, рівень товарообігу та ін.) і купівельними перевагами. Крім цього, суттєво впливає на особливості роздрібно́ї торгівлі в тій чи іншій країні рівень розвитку ринку торговельної нерухомості в цілому, амбіції та можливості локальних гравців, зацікавленість у присутності на ринку великих міжнародних операторів, і, відповідно, рівень конкуренції. Усі ці чинники визначають «обличчя» певного сектору роздрібно́ї торгівлі.

Після економічної кризи, наявність якої наочно демонструють дані таблиці, починаючи з середини 2009 р., ситуація в економіці стабілізувалась і почалось поступове відновлення економічної активності, хоча на набагато нижчому рівні, ніж до кризи. Так, зростання ВВП за 2010–2011 роки складало 4,6 та 5,5% відповідно. Разом із тим, незважаючи на досягнуту позитивну загальну динаміку економічного зростання в післякризовий період, воно характеризується значною волатильністю та нестабільністю темпів зростання протягом останніх років.

На фоні зниження індексу споживчих цін на товари та послуги до 9,4 та 8% у 2010–2011 роках зростають доходи населення (на 23,1 та 13,6% відповідно).

При цьому витрати населення на поточне споживання зросли відповідно за роками на 17,6 та 22,2%, що пояснюється більш виваженою поведінкою населення, дедалі більшою схильністю українських споживачів до практичності та ощадливості, збереженням

коштів, зменшенням зацікавленості в депозитних заощадженнях на фоні загальної макроекономічної нестабільності, зниженням кредитного навантаження в кризовий період та більш лояльною поведінкою з часом.

Таблиця – Аналіз динаміки основних показників розвитку економіки, зокрема сектору роздрібної торгівлі України (відсотків до попереднього року) [2; 3]

Показник	Рік				
	2007	2008	2009	2010	2011
Валовий внутрішній продукт (у цінах попереднього року) у розрахунку на одну особу	108,6	102,9	85,6	104,6	105,5
Індекс споживчих цін на товари та послуги	112,8	125,2	115,9	109,4	108,0
Доходи населення	132,0	138,7	105,8	123,1	113,6
Витрати населення (на придбання товарів та послуг)	132,2	134,4	103,9	117,6	122,2
Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб)	137,2	138,5	93,5	121,6	124,6
Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) у порівняних цінах	129,5	117,3	79,1	110,1	113,2
Наявність об'єктів роздрібної торгівлі підприємств (юридичних осіб) на кінець року	97,69	96,24	94,36	99,23	99,07
Забезпечення населення торговельною площею (на 10 000 населення)	110,1	111,8	99,5	102,4	99,01

Із 2010 року зростає обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб), у тому числі в порівняних цінах. При цьому зберігається тенденція щорічного скорочення кількості об'єктів роздрібної торгівлі підприємств (юридичних осіб) та уповільнення забезпеченості населення торговельною площею.

Узагалі цікавим у роздрібній торгівлі є розподіл підприємств за статусом юридичної особи, де поряд із підприємствами-«юридичними особами», господарською діяльністю займаються фізичні особи-підприємці. Так, у 2011 році обсяг реалізованої продукції у сфері роздрібної торгівлі, ремонті побутових виробів та предметів особистого вжитку на 70,58% виконано підприємствами-«юридичними особами» і лише 29,42% – фізичними особами-підприємцями. При

цьому в цій сфері господарювання функціонувало 2,8% підприємств і 97,2% фізичних осіб-підприємців від загальної кількості суб'єктів цього виду економічної діяльності, за відповідного загального співвідношення кількості суб'єктів господарювання в економіці України – 20,4 та 79,6%. Відповідно кількість зайнятих робітників у секторі роздрібної торгівлі, ремонті побутових виробів та предметів особистого вжитку складала на підприємствах – 27,38% та у фізичних осіб-підприємців – 72,62%. Тоді як взагалі в українській економіці кількість зайнятих працівників на суб'єктах господарювання в 2011 році розподілялась у співвідношенні 76,67 та 23,33% відповідно.

Отже, в Україні роздрібний сектор зазнав критичних показників погіршення під впливом кризи наприкінці 2008 – протягом 2009 років та продемонстрував динамічне зростання протягом 2010–2011 років, а середній показник зростання обсягів продажу українських підприємств роздрібної торгівлі за останні два роки більш ніж удвічі перевищив аналогічні показники світових роздрібних операторів. За результатами рейтингу, проведеного національною аудиторсько-консультаційною компанією «Делойт Туш Томацу Лімітед», підприємства, що працюють у сфері “споживчого сектора і транспорту”, в Україні в 2011 році показали зростання доходів на 24%, що відповідає другій позиції в рейтингу після найбільш динамічно зростаючого сектору – “промислового виробництва”, підприємства якого показали зростання на 34% [4].

Хоча темпи відкриття реальних магазинів збільшуються після кризового сповільнення, більш популярним стає позамагазинний продаж товарів кінцевим споживачам через посилкові підприємства, за допомогою пошти, на підприємствах, де працюють потенційні покупці, у них удома, у поїзді, літаку, на пароплаві, у перукарні, майстернях із ремонту взуття тощо, а також за допомогою мережі дрібнороздрібної торгівлі (торгові автомати, палатки тощо) і комп'ютерної та телекомунікаційної техніки (дистанційна електронна торгівля, он-лайн магазини) та ін.

Більшість реальних підприємств також здійснюють діяльність за допомогою різних каналів таких, як інтернет-сайти, каталоги, центри телефонного обслуговування, соціальні мережі, цифрові табло, мобільний зв'язок, проте небагато з них мають уявлення про те, як споживачі використовують наявні канали. А ритейлерів, що мають ефективну, послідовну й зрозумілу стратегію використання багатьох каналів, ще менше [5].

На думку практиків, “втримання високого рівня маржі можливо, зокрема, завдяки наданню додаткових високомаржинальних послуг та

поліпшенню рівня обслуговування. Для цього необхідно постійно аналізувати переваги споживачів і своєчасно впроваджувати нові продукти, що завоювали популярність на світових ринках. Наприклад, одним з перспективних напрямів для розвитку є інтернет-торгівля, яка служить доповненням до основного роздрібного бізнесу. Велику увагу також слід приділяти маркетинговим заходам у соціальних мережах – сьогодні рівень довіри споживачів до цього джерела інформації є високим, особливо серед населення у віці до 30–35 років” [6].

Проведене дослідження функціонування українського сектору роздрібної торгівлі дозволило виокремити загальні тенденції його розвитку, серед яких [7, с. 180–182]: по-перше, переважання частки вітчизняного капіталу, активізація діяльності національних операторів, наявність тенденцій до укрупнення та концентрації, початковий етап розвитку процесів поглинання та злиття, консолідації роздрібного бізнесу; по-друге, продовження процесу перерозподілу роздрібного ринку, його територіальна диспропорція, нерівномірність розповсюдження, агресивне зростання регіональних операторів та пріоритетність розширення їх впливовості у своїх регіонах; по-третє, формування мультиформатної спрямованості на фоні низького рівня насиченості та дефіциту якісних торговельних площ, високих орендних ставок, значного дефіциту висококваліфікованих кадрів; по-четверте, активний розвиток власних торговельних марок за їх порівняно (із провідними світовими операторами) низької частки в загальному товарообороті, застосування новітніх технологій ритейлу; по-п’яте, зміна стратегії розвитку в бік оптимізації витрат та зниження рівня рентабельності, адаптація асортиментної та цінової політики до умов несприятливого зовнішнього середовища, формування нової концепції співпраці з постачальниками, підвищення уваги до споживачів та впровадження програм клієнтської лояльності.

Поряд із вказаними особливостями сучасного сектору роздрібної торгівлі необхідно окремо наголосити на досить серйозних проблемах економічного та політичного характеру, які супроводжують сьогоднішній його розвиток. Фінансово-політична криза, яка має своє логічне продовження, проявляється в нестабільності макроекономічної ситуації, економічній нестійкості, відсутності передумов для зростання доходів населення, неспроможності політичної системи використовувати звичні інструменти для вирішення внутрішніх і зовнішніх проблем держави.

Наявність проблем політичної системи передбачає неадекватність застосування неефективних легальних інструментів вирішення поточних економічних питань, що, зокрема для

підприємницької діяльності суб'єктів роздрібної торгівлі, виражається в суперечливості будь-якого законодавства, високому рівні корумпованості владних та управлінських регіональних структур, відсутності чіткої концепції розвитку галузі. Надмірний політичний вплив на здійснювані економічні перетворення в секторі роздрібної торгівлі відбувається скоріше в інтересах фінансово-промислових груп, а не економічного зростання підприємств, галузі, регіонів, країни.

До основних чинників, які стримують розвиток сектору роздрібної торгівлі України також відносять існуюче боргове навантаження підприємств, незначні обсяги кредитування галузі комерційними банками, низькі темпи зростання споживчого попиту.

У таких умовах сектор роздрібної торгівлі не може ефективно розвиватись. Обмеження з боку економічної та політичної системи стримують розвиток конкурентних відносин у галузі. На стан останніх впливає і загальний стан конкуренції в економіці України.

Про низький рівень розвитку конкуренції свідчать дані наукових досліджень, відповідно до яких протягом останніх років на товарних ринках з обмеженими можливостями для розвитку конкуренції реалізовано більш ніж 50% обсягу продукції, у тому числі на повністю монополізованих ринках – більш ніж 7%, на ринках із домінуванням однієї компанії – майже 28, із домінуванням кількох компаній – більш ніж 15 % [8].

Оглянуті нагальні проблеми поряд з іншими такими, як обмеження обсягів кредитування та інвестування, відсутність якісних торговельних площ, жорстка орендна політика власників торговельних приміщень, нерозвиненість інфраструктурного забезпечення торговельної діяльності та ін., що широко розглядаються в засобах масової інформації, зумовлюють необхідність пошуку напрямів подальшого ефективного розвитку сектора роздрібної торгівлі.

Такими шляхами повинні стати, перш за все, чинники систематичного характеру такі, як зростання доходів населення, процес формування ефективного економічного механізму саморегулювання та регулювання взаємодії державних органів, удосконалення нормативно-правового забезпечення ведення торговельного бізнесу, запровадження єдиних стандартів і правил організації та здійснення торговельної діяльності, модернізація та розширення торговельної інфраструктури, відновлення системи розроблення та затвердження перспективних планів розвитку й розміщення роздрібної торговельної мережі як складової частини генеральних планів-схем розвитку адміністративних територій.

Безпосередньо для підприємств сектору роздрібно́ї торгівлі актуальними є зосередження уваги на торговельному сервісі, емоційності торговельного обслуговування, поряд із підтримкою цінової конкуренції на пошук нових ніш на ринку, упровадження нестандартних форматів відомих типів магазинів, сучасних логістичних технологій, технологій фасування та зберігання товарів, наповнення асортиментного ряду, у тому числі за рахунок зростання популярності власної торговельної марки або брендової продукції, забезпечення якості та безпечності товарів, застосування різноманітних інструментів та засобів для збереження своїх позицій на висококонкурентному ринку роздрібно́ї торгівлі.

У подальшому роздрібні компанії повинні концентрувати свої зусилля на розширенні напрямів своєї діяльності, орієнтуючись на різні канали продажу товарів, і використання веб-сайтів не просто для продажу, але й для створення бренда, інформування про проведення різноманітних акцій, залучення покупців у діалог і налагодження зворотного зв'язку [9].

Сьогодні все більше підприємства роздрібно́го сектору замислюються про ефективні фінансові витрати та використання всіх можливостей програм лояльності як повноцінного маркетингового інструменту. Після кризи споживач став більш перебірливим і розважливим під час здійснення покупок і прагне купувати вигідніше, як ніколи раніше. Тому важливим стало втримання існуючих клієнтів, збереження їх довіри та винагорода за їхню лояльність.

Висновки. Дослідження специфіки розвитку сектору роздрібно́ї торгівлі дозволило виявити основні проблемні місця та пріоритетні напрями його діяльності. Розвитку сектору роздрібно́ї торгівлі перешкоджають незрілість ринкових відносин в Україні, економічна, політична та правова нестабільність. Проте даний сектор є перспективним, динамічним у розвитку.

Від ефективної організації діяльності суб'єктів сектору роздрібно́ї торгівлі, якісного торговельного обслуговування, своєчасного доведення безпечних товарів належної якості до споживачів із мінімальними витратами залежить зниження соціально-економічної напруги в українському суспільстві.

Список літератури

1. Післякризовий розвиток економіки України: засади стратегії модернізації. – К. : НІСД, 2011. – 66 с.
2. Мережа роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 125 с.
3. Україна у цифрах у 2011 році : статистичний збірник. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 250 с.

4. «Делойт» составил Рейтинг ТОП-500 крупнейших компаний Центральной и Восточной Европы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.kompass.ua/news/delojt_sostavil_rejting_top_500_krupnejshikh_komp_anij_centralnoj_i_vostochnoj_evropy/2012-09-07-27694>.

5. Світові тенденції розвитку сектору роздрібної торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.deloitte.com/view/uk_ua/ua/be960e8a520f4310VgnVCM2000001b56f00aRCRD.htm>.

6. Топ-10 світових ритейлерів за підсумками 2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://news.finance.ua/ua/orgsrc/~2/0/3045/266631>>.

7. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Харків : ХДУХТ, 2010. – 426 с.

8. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2013–2023 роки [Електронний ресурс] : [Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2012 р. № 690-р.]. – Режим доступу : <<http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/690-2012-p>>.

9. Тодерич Д. Б. Сучасні тенденції розвитку роздрібної торгівлі [Електронний ресурс] / Д. Б. Тодерич, Л. В. Семерунь. – Режим доступу : <<http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32845>>.

Отримано 30.10.2012. ХДУХТ, Харків.

© Т.Б. Кушнір, 2012.

УДК 658.012.23:338.45:621.311

А.В. Артџомова, канд. техн. наук (НАУ «ХАІ», Харків)

О.С. Ніконов, студ. (НАУ «ХАІ», Харків)

АНАЛІЗ ЗАХОДІВ ЩОДО ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЮ

Проведено аналіз існуючих електростанцій в Україні, а також собівартості теплової енергії з різних джерел. Зроблено розрахунок побудови нової ТЕС. У разі використання побудованої ТЕС вартість електроенергії значно нижча порівняно з тарифами постачальника, що дозволило забезпечити енергозбереження, а також знизити витрати на виробництво продукції.

Проведен анализ существующих электростанций в Украине, а также себестоимости тепловой энергии из различных источников. Произведен расчет строительства новой ТЭС. При использовании построенной ТЭС стоимость электроэнергии значительно ниже по сравнению с тарифами поставщика, что позволило обеспечить энергосбережение, а также снизить затраты на производство продукции.