

**К.С. Олініченко**, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)  
**А.О. Жалніна**, магістрант (ХДУХТ, Харків)

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛЮ**

У цілому по Україні створюється сприятлива ситуація для розвитку ритейлу, яка йде шляхом поступового скорочення кількості ринків, зростання місцевих роздрібних мереж та появи закордонних. Як результат, спостерігається активний розвиток торгових центрів та збільшення сучасних торговельних площ.

За повідомленням прес-служби «Української торгової гільдії» (УТГ), спеціалісти вважають, що торгові центри матимуть розвиток у напрямі нових форматів, покращення якості, збільшення частки розважального сектору. В той самий час пропозиція якісних торгових площ в Україні є обмеженою. Темпи росту торгових площ у торгових центрах відстають від темпів росту заробітної плати та рівня споживання, тобто має місце тенденція збільшення диспропорції між попитом та пропозицією торгових площ у найближчі роки. Судячи по відомим проектам кількість таких площ може збільшитися втричі. Якщо на регіональні центри припадає у середньому 50 м<sup>2</sup> торгових площ, то у найближчий час цей показник сягатиме 100 м<sup>2</sup> і більше.

На тлі всієї України за темпами росту виділяються Київ, Дніпропетровськ, Харків, Львів. Очікується приріст на 1000 мешканців припадатиме вище 200 м<sup>2</sup>. За останні роки, не дивлячись на тенденції скорочення частки закупок у неорганізованій торгівлі, вона досі лишається доволі високою. Однією з особливостей розвитку роздрібно торгівлі є концентрація, перехід до «цивілізованих» форм торгівлі. З'явилися нові формати торгових мереж. Фаворитом сьогодення у продовольчому ритейлі є супермаркет. Саме стрімке поширення супермаркетів помітне у першу чергу – зараз вони знаходяться на стадії нарощування чисельності та щільності розміщення. Другою фазою буде поглинання одне одним. Третя – накопичення такого капіталу, що дозволить їм здійснювати ресурсомісткі проекти, викликаючи якісну зміну мережі. Другий фаворит – формат гіпермаркет. Продовжується тенденція збільшення проектів за розміром, охопленням цільової аудиторії, представленням крупноформатних роздрібних операторів. Кількість великих традиційних магазинів (універсами) продовжує знижуватися – значиняються з причин нерентабельності або перепрофілюються, здаються в оренду. Скорочується кількість точок на відкритих ринках. Помітна тенденція до зниження кількості кіосків – вони поступилися місцем дрібним магазинам, які продовжують динамічний розвиток.

Зростання обсягів роздрібного товарообігу супроводжується зменшенням кількості торгових точок, що належать юридичним особам, та зниженням серед них частки магазинів на користь кіосків та ларьків. Це є відображенням одразу двох тенденцій: укрупнення магазинів та збільшення частки торгових об'єктів, що фактично чи формально належать приватним підприємцям. Значна частина останніх – дрібноформатні об'єкти (павільйони, кіоски, ларьки), які схильні групуватися поблизу ринків. Втім, прихильність споживачів до ринків не буде перешкодою до просування багатьох торгових операторів у регіони. При цьому наступним етапом такого просування стане оволодіння крупними торговими мережами відкриття супермаркетів у невеликих містах з населенням до 200 тис. чол. Таких міст в Україні більше 400. Рівень добробуту в таких містах за останні роки виріс, та й конкуренція тут значно нижча, що робить цей бізнес привабливим. Саме через слабкість конкуренції рентабельність середнього супермаркету в 2017 р. оцінювалася експертами у 15–17%.

Серед важливих тенденцій для роздрібної торгівлі виділяються дві. Перша полягає у тому, що з початку 2018 р. роздрібний товарообіг збільшувався великими темпами, продовжуючи тенденцію кількох останніх років. В першому півріччі він зріс у реальному обсязі на 21,4% по відношенню до відповідного періоду минулого року. Основна причина – зростання доходів населення, оптимістичні споживчі настрої та достатньо високе бажання здійснювати покупки. Сутність другої тенденції – останнім часом у роздрібній мережі частіше з'являються імпортні товари. Так, частка товарів українського виробництва у 1 кварталі 2018 р. понизилася з 74,4% до 73,6% порівняно з 1 кварталом минулого року. Це стосується як продовольчих, так і не продовольчих товарів. Частка імпортних продовольчих продуктів зросла за рахунок порівняно дорогих видів продукції, наприклад, фруктових консервів, кондитерських виробів. А серед імпортних непродовольчих товарів переважав одяг, взуття, посуд, електротовари. Це свідчить про зростання вимог споживачів до якості того, що вони купують.

На наш погляд, посилення конкуренції створюватиме цінність для споживача, який матиме вибір ціни, якості, асортименту, місця придбання та іміджу, що максимально відповідатиме його потребам. Однією з найбільш вагомих тенденцій розвитку галузі є перерозподіл товарообороту на користь цивілізованих форм торгівлі, це свідчить про перспективи подальшого розвитку ритейлу в Україні.