

Ю.Б. Шпильова, к.е.н., с.н.с.*ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», м. Київ***І.М. Царук, к.е.н., доц.***Житомирський державний технологічний університет***РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Розглянуто основні питання функціонування роздрібною торгівлі в Україні, окреслено її місце та роль у формуванні головної продуктивної сили суспільства через забезпечення населення споживчими товарами, розкриті головні характерні ознаки роздрібною торгівлі. Авторами детально проаналізований сучасний стан даної сфери діяльності, визначені основні тенденції її розвитку в регіональному аспекті. Особливу увагу зосереджено на суттєвій регіональній диференціації щодо забезпеченості населення торговельною мережею. Отримані результати дозволили окреслити основні проблеми розвитку роздрібною торгівлі, які суттєво впливають на якість життя населення як в цілому в країні, так і в її регіонах. Виявлено основні причини такого стану та запропоновано напрями подальшого поліпшення торговельного обслуговування населення в Україні.

Ключові слова: сфера життєзабезпечення, роздрібна торгівля, сфера торгівлі, торговельне обслуговування населення, радіус доступності.

Постановка проблеми. Характерною рисою сучасних соціально-економічних відносин в Україні є динамічний розвиток ринкових засад господарювання. Трансформація економічної системи позначається на всіх сферах суспільного виробництва і вимагає нових поглядів і підходів до проблеми розвитку самої людини. Це робить об'єктивно необхідним формування відповідної концепції життєзабезпечення, спрямованої на покращення умов проживання та відтворення населення. Високий рівень життєзабезпечення населення залежить певною мірою від розробки і практичної реалізації теорії, методології, програми соціально-економічного розвитку суспільства на тривалий період часу і містить сукупність факторів, процесів і результатів відтворення, що безпосередньо орієнтовані на задоволення різноманітних потреб населення країни в цілому та її регіонів.

Основою ефективного функціонування механізму життєзабезпечення населення на державному рівні є реалізація соціально-економічних інтересів регіонів, підвищення їх конкурентоспроможності на основі правильного використання сприятливих географічних, геополітичних, економічних, соціальних і природних ресурсів. Регіональний аспект дослідження життєзабезпечення населення є об'єктивно необхідним для нашої держави, в якій здійснюється перехід до нових територіальних відносин, заснованих на принципах самоуправління регіонів, підвищення ролі та значення соціально-економічних інтересів регіону, головними серед яких є створення можливостей для забезпечення розширеного відтворення всіх сфер суспільного виробництва, реалізація концепції життєзабезпечення населення.

Сфера життєзабезпечення є провідною ідеєю покращення умов життєзабезпечення населення і базується на таких компонентах: житлове і комунальне господарство, система побутового обслуговування населення, роздрібна торгівля, освіта, культура і мистецтво, охорона здоров'я, фізична культура і спорт, що істотно впливають не лише на вирішення основних соціально-економічних завдань, але й на створення комфортних, безпечних умов життєдіяльності людини.

На сьогоднішній день складно недооцінити ту роль, яку відіграє торгівля в життєзабезпеченні населення України в цілому та її регіонів зокрема. Адже саме торгівля забезпечує населення товарами і послугами. Не можна не помітити величезне значення сфери торгівлі щодо наповнення регіональних бюджетів, оскільки вона на сьогоднішній день формує значну частину всіх податкових надходжень до нього. Як джерело надходження грошових коштів торгівля сприяє забезпеченню фінансової стабільності регіонів. Тобто ця сфера діяльності є однією з провідних у життєзабезпеченні населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі аспекти цієї проблематики досліджували у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Я.М. Антонюк, В.В. Апопій, С.Г. Бабенко, М.Ф. © Ю.Б. Шпильова, І.М. Царук, 2014 І.О. Бланк, П.І. Вахріна, Є.М. Воронова, Н.О. Голошубова, Я.А. Гончарук, В.А. Гросул, А.І. Гребньова, В.І. Кученко, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазараки, Г.В. Макарова, В.С. Марцин, М.П. Овчарук, Ю.С. Шемшученко, Н.М. Ушакова та інші. Однак в більшості з них йшлося лише про загальний розвиток роздрібною торгівлі, не зосереджуючи уваги на ній як на основній складовій життєзабезпечення населення країни. У зв'язку з цим важливе значення мають наукові дослідження, які аналізують проблеми розвитку та розміщення об'єктів роздрібною торгівлі як складової сфери життєзабезпечення в сучасних умовах. Оскільки дані питання недостатньо вивчені в науковому плані, їх сукупність можна розглядати як наукову нішу. Саме тому **метою статті** є визначення реального стану,

тенденцій та особливостей розвитку й розміщення об'єктів роздрібної торгівлі в сфері життєзабезпечення населення країни та її регіонів та обґрунтування шляхів вирішення існуючих проблем на перспективу.

Викладення основного матеріалу. Роздрібна торгівля в перекладі з англійської (Retail trade) означає малий бізнес, із французької (retailer) – розрізати, дробити, російської (рознить) – розділяти, відділяти частину від цілого, одне від іншого. Тому останнім часом цю сферу як поділ партій товарів для окремих покупців з метою особистого використання стали називати рітейлінгом. Тобто рітейл, рітейлінг – це просто роздрібна торгівля.

Для роздрібної торгівлі характерні такі ознаки:

– вона є самостійною, ініціативною, здійснюваною на власний ризик діяльністю юридичних осіб та громадян з метою отримання прибутку;

– головним змістом торговельної діяльності є продаж товарів, при цьому можуть виконуватися супутні роботи (фасування, пакування, підгонка тощо) й надаватися різноманітні послуги (наприклад, догляд за дітьми, подарункове оформлення покупок, доставка покупок тощо);

– товари реалізуються безпосередньо громадянам або іншим кінцевим споживачам для особистого некомерційного використання;

– товари реалізуються за готівку або іншими, прирівняними до неї, платіжними засобами (кредитні картки банків, перерахування з рахунків вкладників банків тощо);

– у цій сфері можуть продавати лише товари певного асортименту (продовольчі та непродовольчі, горілчані та тютюнові вироби, лікарські засоби та вироби медичного призначення, окремі хімічні речовини, транспортні засоби та номерні агрегати, ювелірні вироби, окремі види зброї, боєприпасів і спеціальних засобів тощо);

– необхідною умовою є наявність торгового місця, тобто відокремленого, спеціально обладнаного місця для здійснення роздрібного продажу товарів з обов'язковим дотриманням чинних правил торговельного обслуговування населення та порядку розрахунків із покупцями;

– вона ґрунтовно регламентована законодавчими та нормативно-правовими актами;

– договори купівлі–продажу мають публічний характер. Публічним є договір, в якому одна сторона – підприємець – бере на себе обов'язок здійснювати продаж товарів, виконання робіт або надання послуг кожному, хто до неї звернеться [2].

На сучасному етапі розвитку економіки роздрібна торгівля стала невід'ємною складовою ринкових відносин, що сприяє більш активному залученню населення до економічної діяльності. Взаємодіючи певною мірою з усіма сферами діяльності та інститутами суспільного життя, вона є важливим джерелом мобілізації потенціалу національного зростання, підвищення якості й рівня життя, задовольняючи індивідуальні потреби в товарах і послугах.

Важливу роль у створенні нормальних умов для життя населення відіграє торгівля, мережа якої складає 62,3 тис. од. В Україні порівняно з попереднім роком зазначений показник скоротився майже в усіх регіонах, зростання відбулося лише в м. Києві (на 299 од.), Харківській (115 од.) та Київській (3 од.) областях. Основна частина об'єктів торгівлі знаходиться в містах – 77,6 % (48,3 тис. од.). У сільській місцевості розміщено 13,9 тис. од. Необхідно зазначити, що протягом 2011–2012 рр. кількість об'єктів скоротилася в місті на 0,7 %, тоді як і в селі – на 10,3 %. Критичною є ситуація в селах Дніпропетровської, Донецької та Херсонської областей, що проявляється у згортанні мережі (лише за один рік майже на 20 %, тобто кожен п'ятий об'єкт був закритий). Вибуття об'єктів торгівлі в сільській місцевості за 2000–2012 рр. налічувало майже 19,6 тис. од. і становило 41,6 % рівня 2000 р. Скорочення кількості об'єктів роздрібної торгівлі в сільській місцевості перевищує 50 % в 22 регіонах. Лише в Харківській області порівняно з 2000 р. скорочення склало майже 80 % (в 2000 р. функціонувало 1434 об'єкти, а в 2012 р. лише 290 од.). У розрахунку на 10 тис. населення зазначений показник складає 14 од. (в регіональному розрізі він знаходиться в діапазоні від 11 од. у Чернівецькій та Тернопільській областях до 19 од. в м. Севастополь) [1].

Сьогодні на один сільський населений пункт припадає 0,4 об'єкта торгівлі, тобто населення кожного другого села позбавлено можливості користуватися за місцем проживання послугами роздрібної торгівлі, зокрема в Харківській та Луганській областях цей показник складає відповідно 0,12 та 0,19 од., тоді як в Київській та Закарпатській областях відповідно 0,85 та 0,78 од. Для порівняння в 2000 р. забезпеченість сільських населених пунктів об'єктами торгівлі була 1,17 од. з найвищим показником 2,43 од. в Закарпатській області та найнижчим 0,81 од. – в Луганській. Тісно з цим показником пов'язаний радіус доступності до об'єктів торгівлі, який в сільській місцевості сьогодні складає 3,67 км, що на 54,9 % більше показника 2000 р.

Територіальна доступність об'єктів роздрібної торгівлі фактично є критерієм оптимального розміщення цих об'єктів та ефективності їх територіальної організації. Взагалі в Україні середній радіус

доступності складає 1,76 км (при найвищому його значенні 2,61 км в Херсонській області та найнижчому 0,23 км – у м. Києві). На основі наших розрахунків створена картосхема доступності до об'єктів торгівлі у регіонах України. Всі регіони за рівнем доступності до об'єктів роздрібно́ї торгівлі поділені на п'ять груп: перша група містить області з найдоступнішими закладами – до 1,0 км; друга – із середньою доступністю – 1,01–1,50 км; третя – менш доступні – 1,51–2,00 км; четверта – найменш доступні – 2,01–2,50 км; п'ята – критична – більше 2,50 км (рис. 1).

Якщо порівнювати радіус доступності до об'єктів торгівлі в 2000 р., то він збільшився та не перевищував 1,98 км (Харківська область) і це, в першу чергу, пояснюється закриттям значної кількості об'єктів. Протягом 2000–2012 рр. погіршилася доступність в усіх регіонах, винятком є лише м. Київ. Серед регіонів України найгірша ситуація в Сумській, Чернігівській та Тернопільській областях [1].

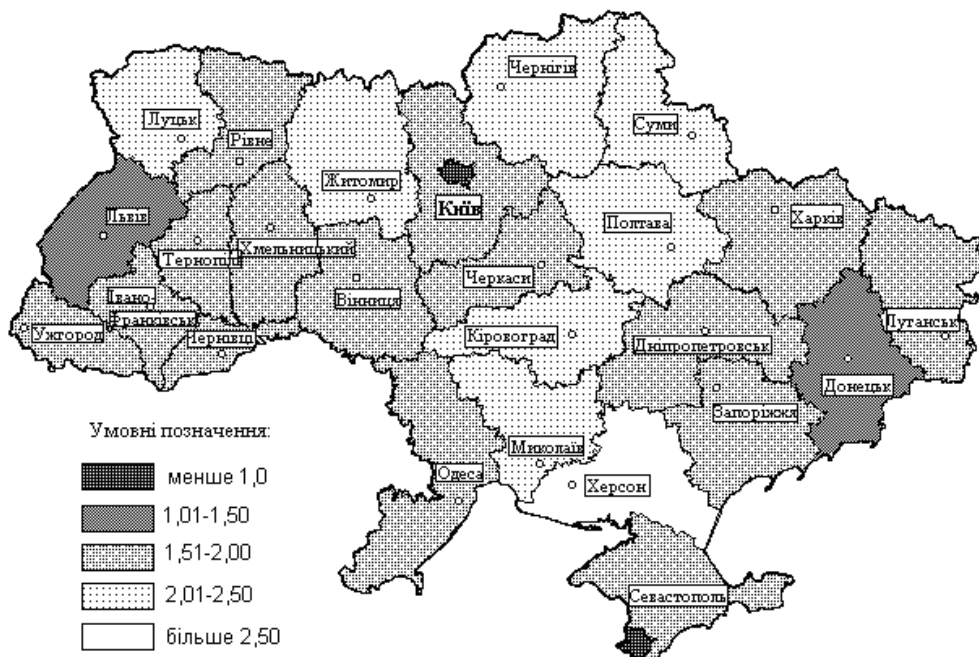


Рис. 1. Радіус доступності до об'єктів роздрібно́ї торгівлі в Україні в 2012 р.

Основну частину об'єктів торгівлі – 75,9 % складають магазини (47,2 тис. од. з торговою площею 9294,5 тис. кв. м). Порівняно з 2000 р. їх кількість зменшилась на 39,4 %, проте на 32,2 % зросла їх торгова площа. Пояснити таку ситуацію можна відкриттям у містах великих торговельних комплексів. Як свідчать статистичні дані, в місті відбувається зростання зазначених показників, проте в селі навпаки іде руйнація існуючої мережі магазинів. Зокрема лише за останній рік втрати складають відповідно 10,3 та 9,3 %. Забезпеченість населення магазинами в розрахунку на 10 тис. в 2012 р. склала 10 од., з найвищими показниками в Чернігівській області (14 од.), хоча таке лідерство можна поставити під сумнів, оскільки цей регіон не виділяється ані високими показниками щодо кількості об'єктів, ані кількістю населення [1].

Торгова площа на один магазин постійно зростає – в 2012 р. цей показник склав 196,8 кв. м. У сільській місцевості він є у 3 рази меншим, ніж у місті (відповідно 74,9 та 235,4 кв. м.) (рис. 2).

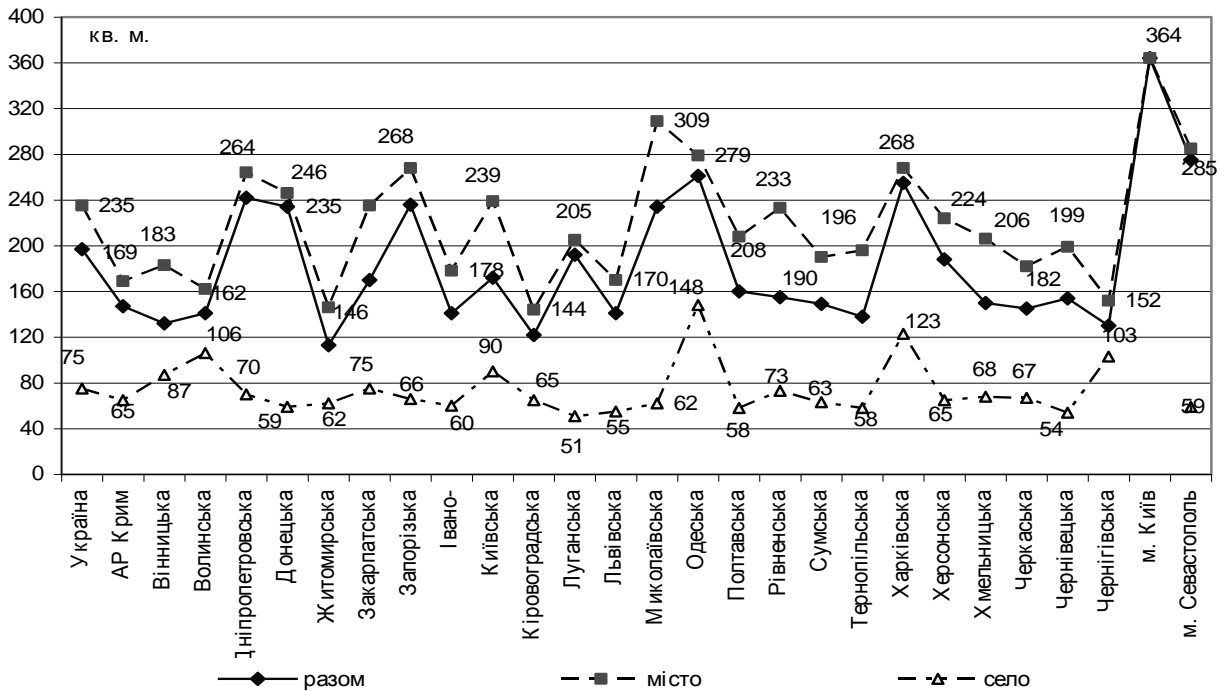


Рис. 2 Торгова площа магазинів в розрахунку на 1 об'єкт в 2012 р.

Аналіз статистичних даних виявив, що лише у дев'яти регіонах забезпеченість населення торговельними площами перевищує 2000 кв. м. на 10 тис. осіб. Отже, відносно показників розвинених країн рівень забезпеченості є надзвичайно низьким (5000–5500 кв. м). Хоча в цілому в Україні забезпеченість населення торговельними площами зростає (порівняно з 2005 р. на 50,5 %, 2011 р. – 3,3 %) та на сьогодні становить 2040 кв. м на 10 тис. осіб. Зростання цього показника забезпечується збільшенням торговельних площ в місті, тоді як в сільській місцевості він з року в рік скорочується. Так, у місті забезпеченість населення торговельними площами складає 2690 кв. м на 10 тис. постійного населення та коливається від 1777 кв. у Кіровоградській області до 4831 кв. у м. Київ. У сільській місцевості забезпеченість населення торговельними площами в магазинах становить лише 602 кв. м на 10 тис. постійного населення (у 4,5 раза менше ніж у місті) з найнижчим показником у Чернівецькій області (241 кв. м) та найвищим у Чернігівській (1736 кв. м.). Із загальної кількості магазинів 47,1 % є продовольчими (22,3 тис. од. з торговою площею 4676,5 тис. кв. м), з яких 85,9 % – з універсальним асортиментом товару та 14,1 % – спеціалізовані продовольчі магазини [1].

Взагалі проблема доступності як територіальної, так і цінової є досить болючою для значної частини регіонів країни. Вплив територіального чинника зумовлює формування цінової політики в об'єктах торгівлі [4].

Висновки. Основними проблемами розвитку роздрібної торгівлі, що впливають на якість життя населення як в цілому в країні, так і в її регіонах є:

- диспропорції в розміщенні об'єктів роздрібної торгівлі на території країни, особливо в розрізі місто-село (існує проблема створення раціонально побудованої роздрібної мережі для оперативного доведення значних обсягів товарів до споживачів і організації сучасної системи торговельного обслуговування);

- велика частка нестационарних об'єктів, які здійснюють торгівлю в необлаштованих для цього місцях, з порушенням основних гігієнічних правил торгівлі (що призводить до погіршення якості товарів та обслуговування населення);

- неефективне використання наявних ресурсів та майна, що ускладнюється зменшенням товарного асортименту, й навіть відсутністю значної частини необхідних товарів;

- незадовільні техніко-технологічні характеристики сфери (значна кількість підприємств сфери є непристосованою для маломобільних груп населення (відсутність пандусів, коляскопарковок тощо), недостатньо розвинена складська та логістична інфраструктура;

- недостатнє застосування прогресивних методів обслуговування, що, в першу чергу, є помітним у невеликих об'єктах торгівлі (застаріле обладнання тощо);

- недостатній рівень забезпеченості площами сучасного формату (найбільш актуальною є на регіональному рівні в малих містах, для міст-мільйоників – це відсутність територій для будівництва

нових торговельних центрів або непомірно велика ціна за них);

– відсутність ефективних механізмів захисту прав громадян, низька поінформованість населення щодо своїх прав та обов'язків тощо [5].

Причинами зазначених вище проблем є:

– відсутність ефективного механізму державного регулювання сфери торгівлі адекватного ринковим реаліям;

– неефективність нормативно-правових засад функціонування торговельних об'єктів;

– відсутність єдиної системи управління якістю товарів і послуг та її моніторинг;

– відсутність комплексного механізму стимулювання інноваційної активності в роздрібній торгівлі, зокрема в сільській місцевості.

Основними бар'єрами, що перешкоджають розвитку конкуренції на території більшості регіонів країни, є адміністративні бар'єри, що знижують стимули входу на ринки нових учасників, підвищують невиробничі витрати та створюють умови для корупції. Найбільш часто зустрічаються на регіональних ринках адміністративні бар'єри у вигляді ускладненого процесу реєстрації нових учасників при вході на ринок, великої кількості контролюючих і наглядових органів, непрозорості діяльності органів виконавчої влади та ускладнений доступ до інформації тощо.

Для покращення якості функціонування роздрібною торгівлі необхідно забезпечити реалізацію таких кроків:

– удосконалення податкового контролю за діяльністю підприємств роздрібною торгівлі та впровадження пільгового режиму оподаткування для об'єктів торгівлі, що розташовані в сільській місцевості;

– посилення державного стимулювання малого бізнесу в цій сфері діяльності;

– оновлення Державних стандартів щодо якості товарів та їх зберігання, транспортування, пакування тощо (стандартизувати сукупності споживчих товарів вітчизняного й іноземного виробництва, а також послуги роздрібною торгівлі, що реалізуються на внутрішньому ринку, з урахуванням міжнародних вимог та кращого досвіду інших країн);

– забезпечення державної підтримки підприємствам роздрібною торгівлі для впровадження інновацій;

– посилення регулюючої функції держави у сфері ціноутворення та доступності відповідних послуг;

– розроблення та затвердження регіональних планів щодо надання підтримки місцевим виробникам соціально значущих продовольчих товарів, розміщення об'єктів торгівлі з урахуванням нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах;

– забезпечення розвитку мережі соціальних закладів торгівлі різних форм власності, призначених для задоволення потреб малозабезпечених й інших категорій соціально вразливих представників територіальних громад, які можливо фінансувати через механізм державного замовлення [5].

Стабілізація сільського ринку пов'язана насамперед з комплексним, системним принципом формування сучасної мережі об'єктів торгівлі та диверсифікації обслуговування, підвищенням реальних доходів і платоспроможності сільського населення, «легалізацією» товарообігу тощо.

Враховуючи значну роль, яку відіграє торгівля в життєзабезпеченні населення України та її регіонів, одним із основних напрямів подальшого розвитку роздрібною торгівлі є розробка «Стратегії розвитку торгівлі в Україні», яка б містила аналіз та оцінку розвитку роздрібною торгівлі, цілі, завдання та пріоритетні напрями її розвитку. Стратегія також має визначати цільові орієнтири, етапи, часові проміжки та соціально-економічні наслідки її реалізації, механізми, інструменти і способи досягнення визначених цілей та завдань. Метою даної стратегії має бути максимально повне задоволення потреб населення в послугах торгівлі шляхом створення ефективної товаропровідної інфраструктури, відповідної вимогам інноваційного сценарію розвитку економіки України.

Список використаної літератури:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібник / О.В. Прокопенко, В.Ю. Школа, О.О. Дегтяренко, С.М. Махнуша. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 296 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ebooktime.net/book_226.html.
3. Максимець О. Екологічна відповідальність торгівлі та її значення для сталого лісогосподарства / О.Макимець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2006>.
4. Споживчий ринок: стат. інформ. – К. : Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

5. Роздрібна торгівля в контексті забезпечення сталого розвитку. Суспільна складова сталого розвитку / В.І. Куценко, Я.В. Остафійчук, М.В. Льїна та ін. – К. : ДУ ІСПСР НАН України, 2012. – 112 с. – С. 65–79.

ШПИЛЬОВА Юлія Борисівна – кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу суспільних проблем сталого розвитку ДУ «Інституту економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», м. Київ.

Наукові інтереси:

- сталий регіональний розвиток;
- соціальна сфера;
- торгівля, роздрібна торгівля;
- споживчий ринок, споживча політика.

Тел.: (098)513–49–72.

E-mail: shpuleva_y@ukr.net.

ЦАРУК Ірина Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту організацій та адміністрування Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:

- регіональний розвиток;
- соціальна сфера;
- освіта;
- охорона здоров'я.

Тел.: (067)424–04–36.

E-mail: irinatsaruk@rambler.ru.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2014