

**О.С. Зикеева**  
*канд.экон.наук, доцент С.М. Баранцева*  
*Донецкий национальный университет экономики и*  
*торговли имени Михайла Туган-Барановского, Донецк, Украина*

## **ЭВОЛЮЦИЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ**

Значительную актуальность сегодня приобретает проблема совершенствования и развития розничной торговой сети, что обусловлено углублением конкуренции в ритейле, как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Решение проблемы усовершенствования и развития торговой сети тесно связано с развитием уровня качества торгового обслуживания населения, а во время финансово-экономического кризиса оно приобретает первоочередное значение в связи со значительными объемами обращения средств в розничной торговле.

Однако качество торгового обслуживания зависит не только от количества торговых предприятий, но и от правильного их размещения на территории города с учетом социально-экономических признаков и демографических особенностей административного центра. Исследованиям розничной торговой сети, ее развитием, усовершенствованием, формированием новых форматов и их эффективности посвященные работы отечественных и зарубежных авторов: Ф. Котлер, Л.А. Брагин, Т.Н. Данько, П. Самуэльсон, И.О. Бланк, А.И. Гребнев, И.Б. Жилиев [6, с 45] и др.

Все вышеприведенные авторы рассматривали деятельность предприятий розничной торговли в период медленного ее развития. Но в современных условиях, когда обостряется конкуренция между розничными торговыми сетями специализированными, с одной стороны, а также фирменными сетями и розничной торговлей неорганизованного рынка, с другой стороны, необходимо отработать оптимальные варианты взаимодействия между предприятиями сетевой торговли, специализированными предприятиями торговли, предприятиями легкой и пищевой промышленности и предприятиями торговли малого бизнеса, а также неоднократно проводить анализ их деятельности.

Розничная торговля (retailing) содержит в себе виды экономической деятельности, связанные с продажей товаров и услуг потребителям для использования ими лично или их семьями. Розничная торговля - это последний этап процесса распределения [1]. Розничная торговая сеть представляет основу материально-технической базы торговли и является совокупностью пунктов торгового обслуживания потребителей на определенной территории (административном районе, городе, области, страны). Ее роль и значение в процессе товарного обращения определены

постоянным увеличением объемов производства потребительских товаров, что требует постоянного совершенствования..

Постоянное увеличение розничного товарооборота ставит задачи количественного роста и качественного совершенствования розничной сети. В этот период большое развитие получили современные форматы магазинов - супермаркеты, гипермаркеты, торговые центры и торговые комплексы. Это основные форматы сети. В Украине современные торговые форматы появились не сразу.

Еще в советское время существовала централизованная сеть, которая объединяла больше чем 800 тыс. гастрономов, универсамов, павильонов по всей территории Советского Союза, из которых 116 тыс. были расположены в Украине. Это была одна из крупнейших сетей розничной торговли продовольственными товарами в мире. После распада СССР она была фактически уничтожена. Начали возникать альтернативные формы розничного рынка: киоски, где торговали всем - от шоколадок до галантереи, продовольственные и продовольственно-вещевые рынки. Потом ларьки начали получать специализацию, и в 2000 году на рынке появились первые супермаркеты для массового потребителя [2].

Именно из 2000-го по 2008-й год в Украине начали увеличиваться темпы роста объемов розничного товарооборота предприятий на 8-29,5% по сравнению с предыдущими годами. Но мировой финансовый кризис, который начался в 2008 г. на первых порах косвенно затронул украинскую розницу. По итогам 2008 г. динамика розничного рынка страны впервые снизилась, и рост составил 17,5%. В следующем году продажи резко упали на 20,6 % достигнув уровня 2004-2005 гг. [4].

Причиной этому стало резкое сокращение потребительского кредитования и падение спроса на импортные товары, которые подорожали в результате резкого снижения курса гривни. Также высокая долговая нагрузка розничных сетей, свертывания банками кредитных программ не позволяла ритейлерам привлекать новые финансовые ресурсы не для погашения старых долгов, не для дальнейшего развития.

В связи с экономическим кризисом, который дошел до нас, большинство финансовых организаций прекратили любые операции, связанные с выделением средств отечественным ритейлерам, что, безусловно привело к сокращению количества магазинов. Так, розничная торговля является зеркалом экономики страны, которые еще раз наглядно показали причины кризисной ситуации.

По мере улучшения экономической ситуации сетевой бизнес ожидает следующая ситуация:

- усиление конкуренции за покупателя, поскольку возможно снижение покупательной способности населения;
- усиление конкуренции в рознице должно привести к снижению цен. Если ранее сети пытались позиционировать себя с точки зрения оригинальности имиджа и сервиса, то на современном этапе будут

выигрывать те компании, которые могут предложить качественную продукцию по доступным ценам и профессиональный "сервис";

- дальнейшее развитие сетей гипермаркетов иностранных компаний по торговле хозяйственными товарами и строительными материалами;
- в больших промышленных мегаполисах (Донецк, Мариуполь, Днепропетровск, Запорожье, Харьков и тому подобное) сеть магазинов "вблизи дома" будет развиваться за счет финансирования больших промышленно – финансовых групп.

Основными причинами ухудшения экономической ситуации, по данным расширенного опроса, большинство украинцев считают рост безработицы и ускорение инфляции, а также неэффективную экономическую политику, повышение цен на энергоносители, сокращения производства и политическую нестабильность.

После ухудшения экономического положения, когда динамика розничного рынка страны впервые так снизилась, наблюдался незначительный прирост - по итогам 2010-го розничный товарооборот вырос на 7,8 % составив 274,6 млрд. грн. Вместе с тем, по оценкам Минэкономразвития, 40% розничного товарооборота находится в тени [3, 4].

Сейчас в Украине объем розничного товарооборота предприятий торговли и ресторанного хозяйства, за январь-сентябрь в 2011 г. составил 247,7 млрд грн, что в сопоставимых ценах на 14,6 % больше объема января-сентября 2010 г. [3]. Следовательно, эволюцию развития розничной торговли Украины можно изобразить в виде:

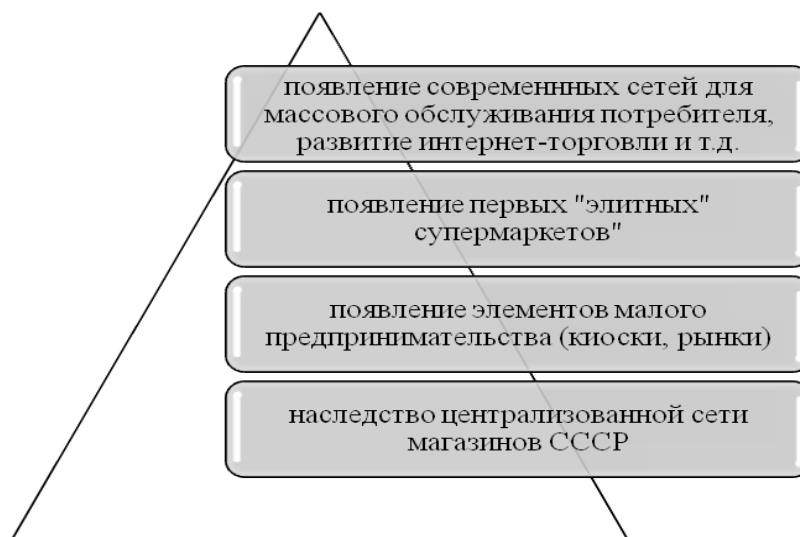


Рис. 1 Эволюция розничной торговли Украины [5]

Таким образом, за последние 10-15 лет розничная торговля в Украине выдержала значительные изменения. На место традиционных для советских магазинов, гастрономов и универмагов, пришли современные форматы, а те, которые продолжают функционировать устаревшие

торговые точки приходят к идее модифицировать методы работы, или закрываются как неэффективные и поглощаются больше успешными конкурентами.

#### Библиографический список

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. — 383 с.
2. Электронный ресурс Цхведиани В. Весь мир в одной сумке / В. Цхведиани // Киевский Телеграф.— Режим доступа: <http://www.telegrafua.com/234/economics/3180/>.
3. Электронный ресурс Режим доступа: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2011/10/14/255323>
4. Электронный ресурс <http://www.ukrstat.gov.ua/> таблица 2
5. Электронный ресурс Анализ украинского рынка розничной торговли Сайт компании Активинвест. — Режим доступа : [http://ainvest.com.ua/upload/ukr\\_market\\_trade.pdf](http://ainvest.com.ua/upload/ukr_market_trade.pdf).
6. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. - К.: УФІМБ, 1997.