

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. В економіці України значна роль відведена торгівлі. Одним з пріоритетних напрямів розвитку галузей економіки слід вважати роздрібну торгівлю, яка за останні часи активно нарощує свої позиції у соціально-економічній сфері України. Вхідні бар'єри до багатьох видів економічної діяльності в цьому бізнесі достатньо низькі, що дає змогу організовувати власну справу підприємцям з різним розміром капіталу. Розвиток ринкових відносин приводить до суттєвих змін на всіх етапах функціонування процесу торгівлі, починаючи від закупівлі товарів у виробників та закінчуючи реалізацією кінцевому споживачу. Якщо близько 15 років тому 90% продажів продукції здійснювалося переважно через універмаги та гастрономи, то сьогодні популярними торговими об'єктами стають так звані маркети різних форматів [1]. Досягнутий рівень роздрібно торгівлі не відповідає збільшеним вимогам ринку і не може повною мірою виконувати свої функції, а також не сприяє рішенню ряду завдань. У зв'язку з цим виникає необхідність розгляду питань ефективного управління торговими підприємствами. Проте перш ніж обґрунтувати управлінське рішення, необхідно проаналізувати результати діяльності суб'єкта господарювання і визначити загальну тенденцію його розвитку.

Негативний вплив на здійснення торговельної діяльності підприємств торгівлі здійснила фінансова криза, яка знизила ділову активність даних суб'єктів господарювання та зумовила зміну платоспроможного попиту споживачів. Отже, дослідження сучасного стану і можливих перспектив розвитку цієї галузі набувають важливого значення в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями продуктивності торговельної діяльності займаються такі вітчизняні науковці, як Л.С. Верегін, І.Г. Бритченко. Вітчизняні науковці Л.О. Омлянович, В.В. Апопій, А.С. Савошенко у своїх працях обґрунтували й узагальнили чинники, що впливають на розвиток торговельної галузі. Н.І. Верхоглядова розглядає роль і значення торгівлі для розвитку національного господарства. О.Ю. Масленников, В.В. Радаєва розглядають проблеми і перспективи розвитку роздрібно торгівлі. Однак, незважаючи на велику кількість наукових праць в цьому напрямі, питання ефективного розвитку торговельної діяльності в глибоких кризових умовах залишається у центрі уваги.

Метою статті є дослідження сучасного стану торговельної галузі в Україні, визначення основних

факторів, що впливають на її функціонування сьогодні та окреслення перспектив подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роздрібна торгівля відіграє значну роль у розвитку національної економіки України та є важливою складовою її реального сектору. Вона є опосередкованим каналом просування товару до споживача, що забезпечує необхідні темпи і пропорції не лише відтворювального процесу, але й сукупного попиту і пропозиції та міжгалузевого обміну. Сучасний роздрібний ринок в Україні демонструє велику кількість учасників, які перебувають у постійній боротьбі за найвпливовіших суб'єктів зовнішнього середовища – покупців. Жорстка конкуренція серед продавців, можливість захоплення даної сфери з боку іноземних інвесторів, перевагою яких є володіння значними капіталами, вимагає від власників торговельного бізнесу створення переліку додаткових сервісних послуг, програм лояльності до постійних клієнтів, заходів, що сприяють залученню нових покупців. У свою чергу, наявність величезного вибору варіантів торговельних об'єктів робить сучасних українців більш вибагливими до здійснення покупок, підсилює бажання отримати додаткові сервісні послуги при мінімальних витратах часу та грошей.

У науковій літературі А.В. Шимко здійснила узагальнення характеристик сучасного ринку роздрібно торгівлі, виділивши наступні риси і тенденції.

1. *Скорочення рекламних бюджетів на просування підприємств роздрібно торгівлі.* Скоріш за все, це було пов'язано зі зниженням прибутковості підприємств торгівлі.

2. *Підвищення уваги до розвитку бренду.* Бренд є сучасним інструментом конкурентної боротьби, що дозволяє фінансово-економічний потенціал і отримувати додатковий прибуток. Впізнання бренду зумовлює скорочення витрат на рекламу, полегшення умов виходу підприємства на суміжні ринки тощо.

3. *Активне використання гнучких цінових стратегій.* Більшість підприємств торгівлі приваблює покупців більш низькими цінами, порівняно з ринками, а також різноманітними акціями. Так, у торговельних залах магазинів великих торговельних мереж з'явилися «островки», на яких у мішках розміщена нефасована продукція (крупи, макаронні вироби і навіть чай).

4. *Призупинення екстенсивного розвитку торговельних мереж і зосередження на скороченні операційних витрат.*

5. *Оптимізація асортименту, адаптація його до змін попиту, концентрація на товарах швидкого обігу, зростання якості товарного асортименту на основі вивчення поведінки споживачів.*

6. *Інтенсивніше використання мерчандайзингу та удосконалення технології РОБ-реклами.* Як визначають науковці, споживач зроби́ть у магазині при інших рівних умовах тим більше покупок, чим краще розміщені там РОБ-матеріали задовольнять його пізнавальні, естетичні та прагматичні потреби.

7. *Встановлення чітко відособленої і легко ідентифікованої позиції у свідомості споживачів.*

8. *Використання можливостей Інтернету для збільшення прихильності споживачів.* Особливого значення набуває вірусна реклама, при якій основним розповсюджувачем інформації є сам споживач та просування у соціальних мережах. Такі методи просування мають одну істотну відмінність від інших методів – вони ґрунтуються на довірі і не викликають роздратування.

9. *Підвищення уваги до сервісу та диференціації своєї пропозиції підприємствами роздрібно́ї торгівлі.* Споживачі стали більш вимогливі до якісних параметрів при купівлі товарів, стали вибагливішими щодо оформлення та технічного обладнання магазинів.

10. *Розвиток власного виробництва та виробництва товарів під власною торговельною маркою (private label) [2].*

До основних чинників, що впливають на зміну роздрібно́го товарообігу належать купівельна спроможність, споживчі можливості та вподобання українського населення; стан та проблеми товарозабезпечення; розвиток матеріально-технічної бази роздрібно́ї торгівлі; інституціональні перетворення в українській торгівлі; зростання концентрації торговельних підприємств та конкуренції між ними [3].

Навколишнє оточення господарюючих одиниць у роздрібно́ї торгівлі в останні часи суттєво погіршується заостренням економічної кризи. Серед вагомих загроз ззовні можна виділити: по-перше, девальвацію національної валюти, і як наслідок, падіння платоспроможного попиту основної маси населення, а також підвищення цін на імпортовану продукцію; по-друге, стрімке зростання тарифів на паливо та енергію, що спричиняє підвищення вартості продукції національних виробників. Останній факт також негативно впливає на бюджет пересічних українців, оскільки збільшення вартості комунальних послуг змушує домогосподарства змінювати структуру споживання у бік скорочення кількості та зниження якості покупок, або взагалі відмови від деяких з них. Перелічені фактори погіршують динаміку роздрібно́ї торгівлі, стримують повернення обігових коштів, сприяють формуванню небажаних запасів продукції тощо.

Зарубіжний досвід показує, що саме торгівля може надати поштовх для виходу країни з кризового стану, створити підґрунтя для ефективного розвитку у майбутньому. Тому сьогодні слід сконцентрувати увагу на одній із головних проблем торговельного бізнесу, а саме створенні умов для досягнення балансу інтересів з боку продавців, покупців та виробників продукції. Значення роздрібно́ї торгівлі для економіки України стає більш вагомим, це підтверджує зростання одного з ключових показників ефективності розвитку торгівлі – роздрібно́го товарообігу, який у порівнянні зі зростанням ВВП країни демонстрував більш високі темпи зростання у період з 2000 до 2014 р. Посилення кризових явищ послаблює купівельну спроможність споживачів, та негативно впливає на стан роздрібно́ї торгівлі. Так у 2014 р. порівняно з 2013 р. темп зростання обороту роздрібно́ї торгівлі складав 101%, у 2015 р. порівняно з 2014 р. – 114%. ВВП у фактичних цінах в аналогічні періоди показував темп зростання 109 та 125% відповідно. У 2016 р. обсяг роздрібно́го товарообороту в Україні становив 555,98 млрд грн (або 23,3% від ВВП), що більше у 6,2 раза порівняно з 2005 р. Підприємства торгівлі забезпечують зайнятість близько 3 млн українців. Поліпшилися і фінансові результати діяльності підприємств торгівлі: рівень збитковості операційної діяльності оптової та роздрібно́ї торгівлі. Щоправда, 24,3% підприємств торгівлі завершили 2016 р. зі збитками [4].

Поряд із змінами обороту роздрібно́ї торгівлі, відбувається перебудова структури придбання продовольчих та непродовольчих товарів. Тенденції останніх років достатньо стабільні, спостерігається співвідношення продовольчих та непродовольчих товарів у межах 40 та 60% відповідно. Позитивну динаміку демонструє показник роздрібно́го товарообігу підприємств. Його значення зростає майже у сімнадцять разів у 2015 р. порівняно з 2000 р. Низьким залишається рівень роздрібно́го товарообігу підприємств у сільській місцевості, у 2015 р. його значення становило 3133 млн грн, що у 4,8 раза менше за аналогічний показник по містах України. До того ж темпи зростання роздрібно́го товарообігу у містах достатньо високі. Пріоритетність розміщення підприємств роздрібно́ї торгівлі у містах пояснюється цілою низкою факторів:

по-перше, значна концентрація населення;

по-друге, наявність платоспроможних покупців;

по-третє, тенденція нарощування будівництва житлових будинків у містах потребує створення додаткових об'єктів соціальної інфраструктури – магазинів, кіосків, ринків тощо.

Суттєвий внесок у розвиток роздрібно́ї торгівлі по містах створює скорочення кількості вільного часу працюючого населення. Для таких людей актуальними стають різні види магазинів, розташованих переважно біля їх місця проживання, з продовженням

графіком роботи, або взагалі, магазини цілодобової торгівлі.

Роль роздрібно́ї торгівлі у забезпеченні сталого розвитку країни спрямована, перш за все, на життєзабезпечення населення, підвищення якості його

життя. Зокрема, такий показник, як обіг роздрібно́ї торгівлі, відображає один із аспектів рівня життя населення – його купівельну спроможність, а водночас і соціальну безпеку [7]. На рис. 1 зображено основні показники роздрібно́ї торгівлі за 2000–2016 рр.

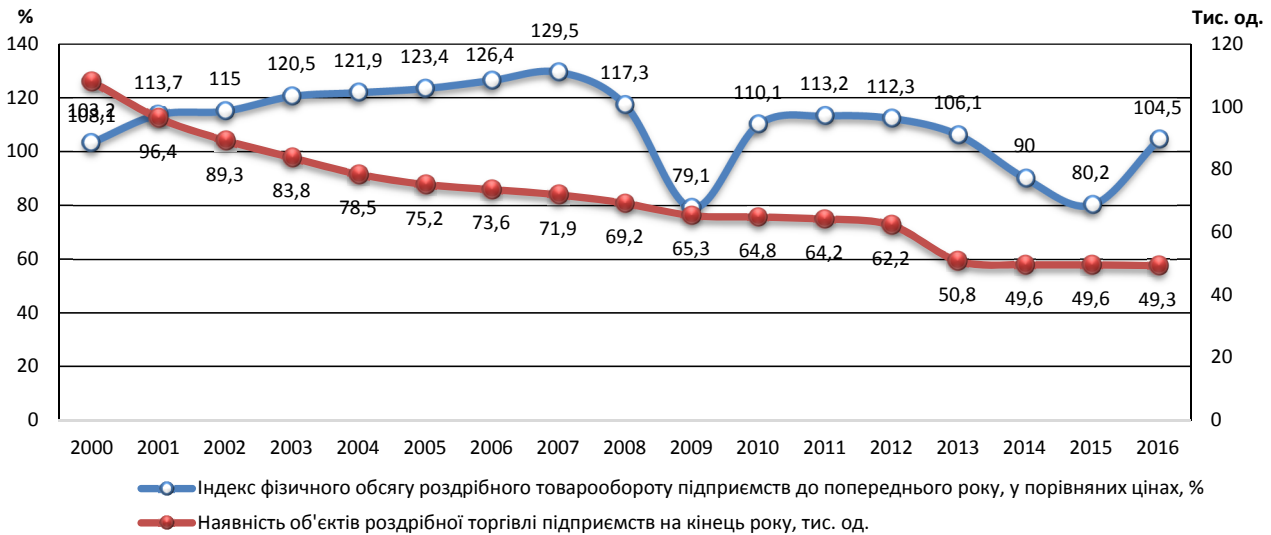


Рис. 1. Основні показники розвитку роздрібно́ї торгівлі за 2000-2016 рр. [8]
(у 2014-2016 рр. – без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення АТО)

За період 2000–2016 рр. роздрібно́й товарооборот підприємств (юридичних осіб) збільшився від 28757 до 555975 млн грн. За 2017 р. порівняно з 2016 р. зростання становило 8,8%. Стосовно струк-

тури роздрібно́го товарообороту простежується чітка тенденція до збільшення питомої ваги непродовольчих товарів – майже до 60% (рис. 2).

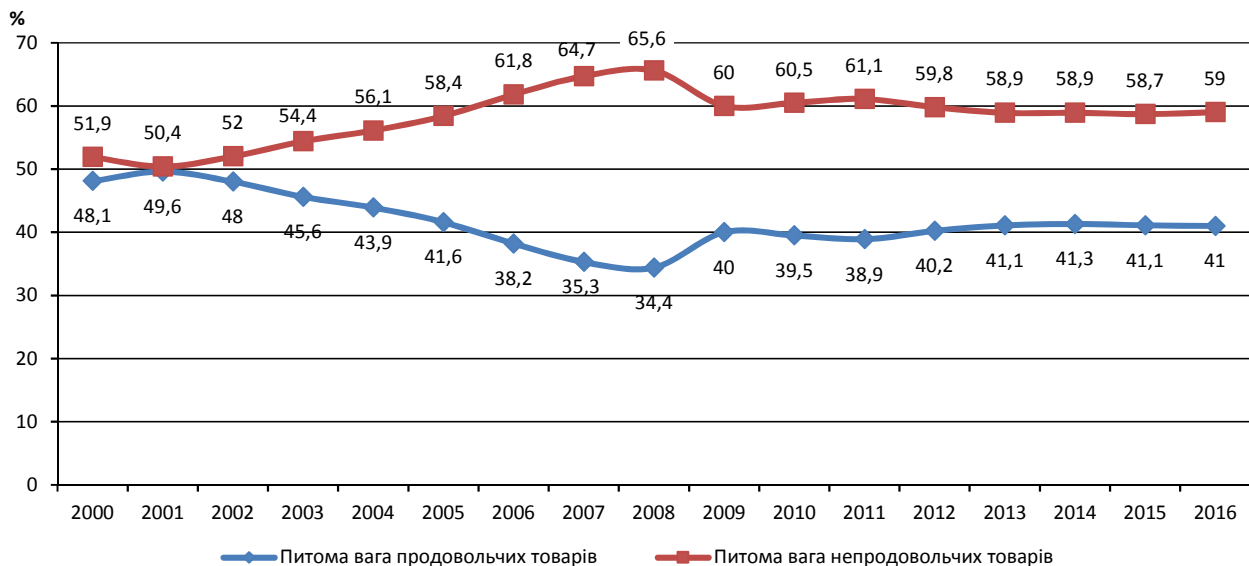


Рис. 2. Питома вага продовольчих та непродовольчих товарів в роздрібно́му товарообороті підприємств (юридичних осіб), % [8]
(у 2014-2016 рр. – без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення АТО)

В останні часи даний фактор сприяє також активному розвитку торгівлі через інтернет мережу. Бажання заощадити час на відвідуванні магазинів

стає рушійною силою для багатьох українських покупців. Станом на 2015 р. обсяг електронної торгівлі в Україні становив приблизно 25 млрд грн, що скла-

дає 2,5% від загального обсягу роздрібної торгівлі [4]. Це незначний показник порівняно з іншими країнами, наприклад, Великою Британією, де інтернет-торгівля складає понад 12% загального обороту роздрібної торгівлі, Німеччиною (9%), Францією (8,7%) (на ці країни припадає 71% усіх інтернет-продажів у Європі) та США (6,5%). Середньосвітовий показник частки електронної торгівлі у 2015 р. склав 6,5% [5]. У структурі українських продажів через мережу інтернет найбільшу питому вагу займають товари непродовольчої групи. Популярністю користуються побутова техніка, одяг, взуття та ін. В останні часи зростає обсяг покупок продуктів харчування. Користуються попитом інтернет-замовлення з відомих супермаркетів, ресторанів, кафе тощо.

Трансформаційні процеси в роздрібній торгівлі торкаються не тільки змін каналів збуту продукції, а й самих торгових об'єктів. Дані свідчать про скорочення кількості торгових точок при одночасному зростанні їх площі. Це явище засвідчує процес глобалізації у внутрішній торгівлі України. З одного боку зростає кількість торгових об'єктів, що мають значні торгові площі (супермаркети, гіпермаркети тощо), а з іншого – відбувається скорочення кількості дрібних магазинів, які не мають достатньо конкурентних переваг для змагання з крупним бізнесом. Показник середньої площі одного магазину од-

ночасно зростає по містах та селах, однак пріоритетною локацією дрібних торгових об'єктів залишається сільська місцевість. Забезпеченість торговою площею на 10000 осіб у міських поселеннях зросла на 733 м² в 2015 р. порівняно з 2005 р., у той час як в сільській місцевості скоротилася на 220 м² за аналогічний період. Останнє пояснюється зменшенням чисельності сільського населення; низьким рівнем платоспроможного попиту; відсутністю необхідності придбання певних товарів та інше.

Максимальна збалансованість у задоволенні потреб споживачів та відповідність вимогам продавців – одна з головних задач роздрібної торгівлі. Значний вплив на вирішення цієї проблеми має територіальна організація торгівлі (табл. 1). Географія розташування магазинів по областях України показує, що найбільш привабливим місцем для створення торговельного бізнесу залишається місто Київ. Сумарні обсяги торгових площ магазинів у столиці станом на 1 січня 2017 р. склали 1 430 116 м², у той час, як середня площа магазинів по областях України становила приблизно 260 000 м². Однак темпи нарощування площ для торгівлі у Києві в останні роки уповільнилися (табл. 1). Так, станом на 1 січня 2017 р. по відношенню до аналогічного періоду попереднього року відбулося навіть незначне скорочення торговельних площ.

Таблиця 1

Темпи зростання (скорочення) торговельних площ магазинів (у відсотках до попереднього року) та ранжирування областей України за показником торговельної площі магазинів

	Темпи зростання (скорочення) торговельних площ магазинів (у відсотках до попереднього року), %			Ранжирування областей України за показником торговельної площі магазинів			
	2015 / 2014	2016 / 2015	2017 / 2016	2014	2015	2016	2017
Вінницька	87	103	100	12	13	13	11
Волинська	99	102	98	22	21	20	20
Дніпропетровська	92	101	97	3	2	2	2
Донецька	50	57	92	2	5	8	9
Житомирська	87	99	102	17	20	21	18
Закарпатська	100	102	101	20	16	14	14
Запорізька	76	108	95	7	8	7	7
Івано-Франківська	94	99	101	19	18	18	16
Київська	103	107	106	8	7	6	5
Кіровоградська	90	99	103	23	22	22	22
Луганська	21	72	100	9	25	25	25
Львівська	101	105	102	6	6	5	6
Миколаївська	89	104	96	11	11	10	13
Одеська	92	107	102	4	3	3	3
Полтавська	91	98	100	10	9	9	8
Рівненська	102	89	100	16	14	15	15
Сумська	99	98	96	21	17	17	19
Тернопільська	93	103	104	24	23	23	24
Харківська	98	101	101	5	4	4	4
Херсонська	99	101	99	14	12	12	12
Хмельницька	94	99	102	13	10	11	10
Черкаська	87	93	96	15	15	19	21
Чернівецька	93	103	107	25	24	24	23
Чернігівська	88	107	96	18	19	16	17
м. Київ	96	104	99	1	1	1	1
Україна	87	100	100	-	-	-	-

Складено автором на основі даних [8, 9].

Слід відмітити, що у 2015 р. порівняно з 2014 р. позитивна динаміка по розширенню площ торгівлі спостерігалася лише в чотирьох областях України (Закарпатська, Київська, Львівська та Рівненська). В 2016 р. порівняно з 2015 р. та в 2017 р. порівняно з 2016 р. таких областей стало вже п'ятнадцять. Позитивну динаміку щодо розширення об'єктів торгівлі за весь аналізований період демонструють Закарпатська, Київська та Львівська області. Ранжування областей України за показником торговельної площі магазинів, показало, що перше місце посідають столичні магазини, друге та третє займають торгові об'єкти Дніпропетровської та Одеської областей відповідно. Серед регіонів з найменшими обсягами торгових площ магазинів можна виділити Луганську, Тернопільську, Чернівецьку та Кіровоградську області.

Підводячи підсумки слід відзначити, що серед основних тенденцій розвитку роздрібно торгівлі в Україні можна виділити: зростання показника роздрібно товарообігу та посилення значущості роздрібно торгівлі для економіки країни; зміни в структурі реалізації продовольчих та непродовольчих товарів у бік нарощування продажів продовольства; підвищення рівня роздрібно товарообігу на одну особу по містах та селах України; розширення різновидів каналів збуту продукції; зростання торгових площ по Україні, укрупнення бізнесу та скорочення кількості малих торгових об'єктів; географічні відмінності у динаміці торговельних площ.

Висновки. Отже, роздрібна торгівля має важливе значення у розвитку національної економіки, оскільки забезпечує раціональну організацію завершального етапу кожного окремого циклу суспільного виробництва, швидке і стабільне доведення товарів до споживачів, мобільний кругообігу грошових коштів. Функціонування підприємств торгівлі на сучасному етапі супроводжується постійними трансформаціями, характеризується наявністю високої нестабільності та значної конкуренції, що актуалізує питання визначення сукупності факторів впливу, які б поліпшили фінансову стійкість суб'єктів ринку роздрібно торгівлі.

Література

1. **Обсяг** роздрібно товарообороту в Україні у 2016 році // Державний комітет статистики України/ URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 2. **Шимко А.В.** Управління маркетинговими технологіями в роздрібно торгівлі: дис. на здобуття наукового ступеня к.е.н., спец.: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Київ: КНТЕУ, 2017. 275 с. 3. **Трансформаційні** процеси в торгівлі України: монографія / [Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославец, Г.Л. Піратовський та ін.]; за ред. Л.О. Лігоненко. Київ: Київ. Нац.торг-екон.ун-т, 2009. С. 129-148. 4. **Обсяги** інтернет-торгівлі в Україні виросли на 32%. URL: <http://sd.org.ua/news.php?id=20489> – Заголовок з екрану. 5. **Рынок** e-commerce Украины в 2016

году показал положительную тенденцию. URL: <https://blog.ukrnames.com/internet-biznes/ryinok-e-commerce-ukrain-yi-v-2016-godu-pokazal-polozhitel-nuyu-tendentsiyu>. – Заголовок з екрану. 6. **Статистичний** збірник «Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках». Державна служба статистики України. Київ, 2011. 191 с. 7. **Статистичний** збірник «Роздрібна торгівля України 2015 році». Державна служба статистики України. Київ, 2016. 135 с. 8. **Статистичний** бюлетень «Мережа роздрібно торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2014 року». Державна служба статистики України. Київ, 2014. 125 с. 9. **Статистичний** бюлетень «Мережа роздрібно торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2015 року». Державна служба статистики України. Київ, 2015. 91 с. 10. **Статистичний** бюлетень «Мережа роздрібно торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2016 року». Державна служба статистики України. Київ, 2016. 99 с. 11. **Статистичний** бюлетень «Мережа роздрібно торгівлі та ресторанного господарства підприємств станом на 1 січня 2017 року». Державна служба статистики України. Київ, 2017. 69 с. 12. **Осадча Н. В., Петрова Г.Є.** Роль країн Азії у зовнішній торгівлі України. *Вісник економічної науки України*. 2016. № 2 (31). С. 135-139.

References

1. Obsiah rozdrubnoho tovaroorobrotu v Ukrainy u 2016 rotsi [The volume of retail turnover in Ukraine in 2016]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy – State Statistics Service of Ukraine. (n.d.). [ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua/). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

2. Shymko A.V. (2017). Upravlinnia marketynhovymy tekhnolohiiamy v rozdrubnii torhivli [Management of marketing technologies in retail trade]. *Candidate's thesis*. Kyiv, KNTEU [in Ukrainian].

3. Lihonenko L.O., Bohoslavets H.M., Piratovskyi H.L. et al. (2009). Transformatsiini protsesy v torhivli Ukrainy [Transformation Processes in Trade of Ukraine]. Kyiv, KNTEU [in Ukrainian].

4. Obsiah internet-torhivli v Ukraini vyrosly na 32% [Internet trade volumes in Ukraine increased by 32%]. (n.d.). [sd.org.ua](http://sd.org.ua/news.php?id=20489). Retrieved from <http://sd.org.ua/news.php?id=20489> [in Ukrainian].

5. Rynok e-commerce Ukrainy v 2016 godu pokazal polozhitel'nyuyu tendentsiyu [The e-commerce market of Ukraine in 2016 showed a positive trend]. *blog.ukrnames.com/ internet-biznes/ryinok-e-commerce-ukrain-yi-v-2016-godu-pokazal-polozhitel-nuyu-tendentsiyu* [in Russian].

6. Statystychnyi zbirnyk «Rozdrubna torhivlia Ukrainy u 2000–2010 rokakh» [Statistical collection «Retail trade of Ukraine in 2000-2010»]. (2011). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

7. Statystychnyi zbirnyk «Rozdrubna torhivlia Ukrainy 2015 rotsi» [Statistical Collection «Retail Trade of Ukraine 2015»]. (2016). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

8. Statystychnyi biuletен «Merezha rozdrіbnoi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpriemstv stanom na 1 sichnia 2014 roku» [Statistical Bulletin “Retail and Restaurant Business Network as of January 1, 2014”]. (2014). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

9. Statystychnyi biuletен «Merezha rozdrіbnoi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpriemstv stanom na 1 sichnia 2015 roku» [Statistical Bulletin “Retail and Restaurant Business Network as of January 1, 2015”]. (2015). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

10. Statystychnyi biuletен «Merezha rozdrіbnoi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpriemstv stanom na 1 sichnia 2016 roku» [Statistical Bulletin “Retail and Restaurant Business Network as of January 1, 2016”]. (2016). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

11. Statystychnyi biuletен «Merezha rozdrіbnoi torhivli ta restorannoho hospodarstva pidpriemstv stanom na 1 sichnia 2017 roku» [Statistical Bulletin “Retail and Restaurant Business Network as of January 1, 2017”]. (2017). Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

12. Osadcha N. V., Petrova H.Ye. (2016). Rol krain Azii u zovnishnii torhivli Ukrainy [The Role of Asian State in Foreign Ukrainian Trade]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy – Bulletin of Economic Science of Ukraine*, 2 (31), pp. 135-139 [in Ukrainian].

Ровенська В. В., Буркацький Ю. Ю. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України

Досліджено сучасний стан торговельної галузі України. Вивчено основні тенденції її розвитку. Розглянуто соціально-економічне значення роздрібної торгівлі. Проаналізовано динаміку й структуру основних показників діяльності підприємств роздрібної торгівлі в Україні за 2000-2016 рр. Визначено перелік факторів, які впливають на функціонування підпри-

ємств роздрібної торгівлі сьогодні. Запропоновано перспективи розвитку роздрібної торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, оборот роздрібної торгівлі, роздрібний товарообіг підприємств, торговельна площа магазинів, територіальна організація торгівлі.

Ровенская В. В., Буркацкий Ю. Ю. Анализ современного состояния развития торговой отрасли Украины

Исследовано современное состояние торговой отрасли Украины. Изучены основные тенденции ее развития. Рассмотрено социально-экономическое значение розничной торговли. Проанализирована динамика и структура основных показателей деятельности предприятий розничной торговли в Украине за 2000-2016 гг. Определен перечень факторов, которые влияют на функционирование предприятий розничной торговли сегодня. Предложены перспективы развития розничной торговли.

Ключевые слова: розничная торговля, оборот розничной торговли, розничный товарооборот предприятий, торговая площадь магазинов, территориальная организация торговли.

Rovenska V. Burkatsky Yu. Analysis of modern development of trade industry of Ukraine status

The modern state of trade industry of Ukraine is investigational. Basic her progress trends are studied. The socio-economic value of retail business is considered. A dynamics and structure of basic performance of enterprises of retail business indicators are analysed in Ukraine for 2000-2016. The list of factors that influence on functioning of enterprises of retail business today is certain. The prospects of development of retail business offer.

Keywords: retail business, turn of retail business, retail commodity turnover of enterprises, trade area of shops, territorial organization of trade.

Стаття надійшла до редакції 30.04.2019

Прийнято до друку 19.06.2019