

Апопій В. В.

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри комерційної діяльності і підприємництва
Львівського торговельно-економічного університету*

Шалева О. І.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри комерційної діяльності і підприємництва
Львівського торговельно-економічного університету*

Гуштан Т. В.

*асистент кафедри товарознавства і комерційної діяльності
Ужгородського торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету*

Apopiy V. V.

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of Commercial Activity and Enterprising Department
Lviv University of Trade and Economics*

Shaleva O. I.

*Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent,
Associate Professor at Commercial Activity and Enterprising Department
Lviv University of Trade and Economics*

Gushtan T. V.

*Assistant Professor at Commodity and Commercial Activity Department
Uzhgorod Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics*

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

TRENDS OF SPECIALIZATION IN UKRAINIAN RETAIL

Анотація. У статті визначено сутність спеціалізації у роздрібній торгівлі та сучасні методи аналізу її рівня. Досліджено кількісні та якісні показники стану спеціалізації як за товарно-секторальною ознакою, так і в розрізі окремих регіонів. Виявлено ряд диспропорцій, характерних для процесів спеціалізації роздрібних торговельних підприємств протягом останніх років, та причини їх виникнення в сучасних умовах розвитку вітчизняного товарного ринку.

Ключові слова: роздрібна торгівля, роздрібне торговельне підприємство, спеціалізація, рівень спеціалізації, продовольчі товари, непродовольчі товари, торгова площа, товарооборот.

Постановка проблеми. Сучасна роздрібна торгівля підлягає активним структурним трансформаціям під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників функціонування ринку товарів і послуг. Метою таких перетворень є підвищення рівня конкурентоспроможності та покращення показників ефективності функціонування роздрібних торговельних підприємств. Особлива роль у таких трансформаціях відводиться процесу спеціалізації, який дає змогу максимально врахувати потреби різних сегментів споживачів і забезпечити ефективний поділ праці торговельних працівників.

Спеціалізація у вітчизняній роздрібній торгівлі розвивається еволюційно, незважаючи на трансформаційні процеси і прискорені реформи, оскільки в її основі лежать об'єктивні умови і чинники. У зв'язку з цим для аналізу сучасних масштабів спеціалізації та виявлення стійких тенденцій її розвитку необхідне комплексне дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у формування теоретико-методологічних основ спеціалізації у роздрібній торгівлі зробили відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема Б. Берман [1, с. 266], З.В. Герасимчук [2, с. 25], Н.О. Голошубова, Л.П. Дашков, Дж. Еванс, М. Леві, В.В. Лісіца [3, с. 83–88]. Однак в їхніх працях було відсутнє дослідження тенденцій розвитку спеціалізації, що не давало змогу об'єктивно виявити її проблеми та визначити перспективи.

Метою статті є аналіз стану розвитку процесів спеціалізації роздрібних торговельних підприємств України в сучасних умовах економічної нестабільності.

Виклад основного матеріалу. З урахуванням сучасних наукових поглядів і точок зору на спеціалізацію в роздрібній торгівлі її сутність можна визначити як форму поділу сфер діяльності підприємств торгівлі, що виражається у товарно-асортиментній, видовій та функціональній їх диференціації в цільових сегментах ринку з метою підвищення рівня конкурентності та ефективності функціонування.

Наявні сьогодні методи визначення рівня спеціалізації орієнтовані на товарно-галузеву спеціалізацію в торгівлі та дають змогу визначати відносні показники, які характеризують роботу спеціалізованих підприємств, зокрема частку спеціалізованих підприємств у загальній їх кількості, частку товарообороту спеціалізованих підприємств у загальному товарообороті роздрібно торгівлі, співвідношення торгових площ спеціалізованих підприємств до загальних торгових площ [4, с. 281].

Загалом у роздрібній торгівлі спостерігається тенденція стійкого скорочення кількості торговельних підприємств. Водночас масштаби торгівлі зростають, оскільки таке скорочення відбувається шляхом укрупнення, об'єднання та інтеграції підприємств. Так, за 2005–2015 рр. кількість роздрібних підприємств скоротилася

удвічі, проте їх торговельні площі зросли на 25%. Товарооборот за цей же період збільшився у понад 8 разів.

Оскільки концентрація в торгівлі органічно взаємопов'язана з спеціалізацією, можна стверджувати, що процеси спеціалізації демонструють ті ж закономірності, про що свідчать дані таблиці 1 [5, с. 57].

Із таблиці 1 видно, що паралельно зі скороченням у 2 рази кількості підприємств торгівлі зменшилася кількість спеціалізованих роздрібних підприємств, проте темпи скорочення останніх були нижчі – приблизно у 1,5 рази.

При цьому слід зауважити, що головним індикатором взаємозв'язку концентрації в торгівлі та спеціалізації є не паралельне кількісне скорочення, а структурні зміни: за останні десять років частка спеціалізованих підприємств в секторі продовольчої торгівлі зростає з 5,6% у 2005 р. до 7,1% в 2015 р., а в торгівлі непродтоварами – відповідно з 33,4% до 48,4%.

Таким чином, можна стверджувати, що концентрація і спеціалізація є не лише взаємопов'язаними, але й взаємозалежними процесами. За ступенем посилення концентрації прискорюються процеси спеціалізації в роздрібній торгівлі, причому випереджаючими темпами, що підтверджується прискореним зростанням роздрібною товарообороту підприємств торгівлі (табл. 2) [6, с. 19].

Дані таблиці 2 вказують на випереджаюче зростання товарообороту спеціалізованих підприємств. Так, за 2005–2015 рр. його обсяги зросли більш ніж у 10 разів під час збільшення загального обороту роздрібною торгівлі в 7,8 разів.

Щорічний приріст товарообороту спеціалізованих роздрібних торговельних підприємств при скороченні їх чисельності є наслідком укрупнення спеціалізованих підприємств торгівлі, активізації їх діяльності в умовах нарощування конкуренції, модернізації та інноваційного розвитку спеціалізованих підприємств.

Можна припускати також вплив цінової компоненти на процес зростання товарообороту, оскільки товарооборот спеціалізованою торгівлі формується переважно в секторі непродтоварів, який суттєво залежить від імпорту. Як відомо, протягом досліджуваного періоду спостерігалися значні валютні коливання і, відповідно, інфляційні процеси, що привело до подорожчання непродтоварів. Названі наслідки знайшли відображення в структурних змінах товарообороту (рис. 1) [6, с. 20].

З рисунка 1 видно, що у 2005 р. частка товарообороту спеціалізованою торгівлі не перевищувала 31,5% загального товарообороту, однак у 2015 р. цей показник досяг

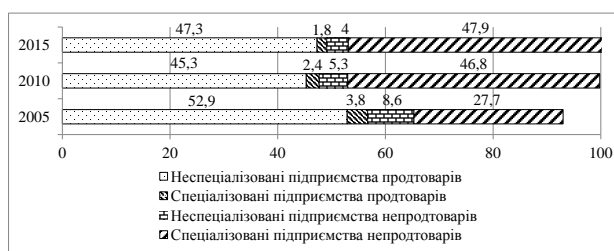


Рис. 1. Частка спеціалізованих і неспеціалізованих підприємств торгівлі в роздрібному товарообороті

майже 50%. Таке значне зростання зумовлено перш за все розширенням спеціалізації в секторі непродтоварів, що привело до переходу торгівлі в якісно новий стан за показником спеціалізації.

Таким чином, в роздрібній торгівлі виявляється стійка тенденція розширення масштабів товарної спеціалізації. Зауважимо, що така тенденція має як позитивні, так і негативні наслідки.

У позитивному плані слід відзначити поглиблення асортименту, його постійне оновлення, підвищення продуктивності праці, вдосконалення методів конкурентної боротьби, впровадження прогресивних методів і форм обслуговування. До негативних відносимо деконцентрацію торгівлі, «розпорощення» асортименту, зростання логістичних витрат, підвищення ризикованості торговельної діяльності в умовах нестабільної економіки і кон'юнктури товарного ринку.

Крім різносторонньої спрямованості, процес спеціалізації характеризується нерівномірністю, йому притаманні суттєві реформації в межах секторів торгівлі (табл. 3) [6, с. 110].

Як видно з таблиці 3, спеціалізація в секторі торгівлі продтоварами зберегла переважно класичні категорії (наприклад, хліб і хлібобулочні вироби, м'ясо та м'ясопродукти). Щоправда, у категорію «Інші продукти харчування» потрапили підприємства з продажу молока і молочних продуктів, сільгосппродуктів через їх нечисленність. Водночас з'являються нові види спеціалізації, наприклад, «Екологічні продукти», «Продукти з Польщі (Італії, Білорусі тощо)».

Особливо слід звернути увагу на стрімкий розвиток підприємств, які спеціалізуються на продажу тютюнових виробів та алкогольних напоїв. Підприємства з продажу

Таблиця 1

Динаміка процесу спеціалізації роздрібних торговельних підприємств

| Показники | Од. виміру | Роки | | |
|---|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2005 | 2010 | 2015 |
| Кількість роздрібних підприємств | тис. од. | 14,9 | 11,7 | 7,8 |
| Кількість підприємств торгівлі продтоварами, зокрема спеціалізовані | тис. од. | 8,5; 0,8 | 6,7; 0,9 | 4,1; 0,6 |
| Підприємства торгівлі непродтоварами, зокрема спеціалізовані | тис. од. | 5,2; 4,9 | 4,8; 4,1 | 3,6; 3,3 |
| Частка спеціалізованих підприємств | % | 39,0 | 43,8 | 49,1 |

Таблиця 2

Порівняльний аналіз товарообороту спеціалізованих і неспеціалізованих підприємств роздрібною торгівлі

| Показники | Роки | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 2005 | 2010 | 2015 |
| Роздрібний товарооборот, млрд. грн., зокрема спеціалізованих підприємств | 86,5; 15,3 | 186,7; 80,5 | 487,6; 182,2 |
| Темпи зростання товарообороту (до попереднього року, %), зокрема спеціалізованих підприємств | 122,6; 107,6 | 120,2; 117,1 | 111,5; 113,6 |

тютюнових виробів є другими за чисельністю у секторі продтоварів, а кількість підприємств з продажу алкогольних напоїв суттєво зросла, що свідчить про неприпустиму деформацію спеціалізації у цьому секторі. Таким чином, можна зробити висновки, що спеціалізація в секторі продовольчої торгівлі є не лише слаборозвинутою, але й суттєво деформованою. Дещо інша ситуація спостерігається в торгівлі непродтоварами.

Серед підприємств, які спеціалізуються на реалізації непродтоварів, основна частка дотримується принципів класичної спеціалізації. Так, підприємства в категоріях «Одяг», «Взуття», «Електропобутові товари», «Парфумерія і косметика» тощо становлять близько 50% загальної кількості. Прогресують нові види спеціалізації, серед яких можна виділити такі категорії, як «Інформаційне і комунікаційне устаткування», «Уживані товари» (second-hand).

Таблиця 3

Структура секторної спеціалізації у роздрібній торгівлі у 2015 р.

| Категорія товарної спеціалізації | Кількість підприємств, од. | Частка, % | Категорія товарної спеціалізації | Кількість підприємств, од. | Частка, % |
|---|----------------------------|-----------|---|----------------------------|-----------|
| Торгівля продтоварами | | | Торгівля непродтоварами | | |
| Фрукти і овочі | 18 | 3,2 | Годинники, ювелірні вироби | 53 | 3,7 |
| М'ясо та м'ясопродукти | 11 | 1,9 | Товари культурно-побутового призначення | 194 | 13,6 |
| Риба і рибопродукти | 10 | 1,9 | Текстильні товари | 20 | 1,4 |
| Хліб, хлібобулочні та кондитерські вироби | 31 | 5,5 | Електропобутові товари | 32 | 2,2 |
| Напої | 423 | 76,3 | Будівельні товари і сантехнічні вироби | 140 | 9,8 |
| Тютюнові вироби | 41 | 7,3 | Меблі, освітлювальне приладдя | 74 | 5,2 |
| Інші продукти харчування | 22 | 3,8 | Інформаційне і комунікаційне устаткування | 58 | 4,0 |
| Разом | 556 | 100 | Пальне | 605 | 42,5 |
| Торгівля непродтоварами | | | Уживані товари | 14 | 1,0 |
| Одяг | 55 | 3,9 | Інші товари | 137 | 9,6 |
| Взуття | 16 | 1,3 | Разом | 1423 | 100 |
| Парфумерія і косметика | 25 | 1,8 | | | |

Таблиця 4

Розподіл регіонів України за рівнем спеціалізації продовольчих магазинів у 2015 р.

| Рівень спеціалізації за критерієм, % | | | | | |
|--------------------------------------|--|----------------------------|---|----------------------------|--|
| Кількість підприємств | | Торгова площа | | Товарооборот | |
| більше 20 | Дніпровська, Запорізька, Одеська, Харківська, Чернівецька, | Більше середнього значення | Вінницька, Дніпровська, Житомирська, Запорізька, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Тернопільська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька | Більше середнього значення | Донецька, Київська, Луганська, Львівська, Одеська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька |
| 15,3–19,0 | Закарпатська, Київська, Луганська, Полтавська, Львівська, Черкаська | | Середнє значення | | Середнє значення |
| 15,3 | Середнє значення | 5,2 | Середнє значення | 3,3 | Середнє значення |
| 10–15,2 | Вінницька, Донецька, Житомирська, Івано-Франківська, Кіровоградська | Менше середнього значення | Волинська, Донецька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Сумська, Чернігівська | Менше середнього значення | Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Миколаївська, Полтавська, Сумська, Харківська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська |
| менше 10 | Волинська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Чернігівська | | Середнє значення | | Середнє значення |
| Квінтильний коефіцієнт | | | | | |
| 2,5 | | 2,1 | | 4,0 | |

Особливий інтерес представляють підприємства з продажу палива, кількість яких досягла 42,5% загальної кількості. Стимулятором прискореного розвитку спеціалізації тут є прибутковість, тобто високий рівень операційної рентабельності.

Секторна спеціалізація магазинів у регіональному розрізі виражена досить чітко (табл. 4) [5, с. 57; 6, с. 20]. Так, у секторі торгівлі продовольчими товарами частка спеціалізованих магазинів у 15 регіонах не перевищує 15%. Водночас в Дніпровській, Закарпатській, Одеській, Чернівецькій областях значення цього показника коливається у межах 18–22%, а в Харківській області досягло 42%.

За критеріями торговельної площі і роздрібного товарообороту ситуація є аналогічною. Зауважимо, що середнє значення цих показників значно нижче критерію «кількість магазинів», тобто відповідні рівні склали 5,2% і 3,3%, що свідчить про абсолютно універсальний характер торгівлі продовольчими товарами.

Групування регіонів за критерієм «Кількість підприємств», яке полягає у визначенні частки спеціалізованих магазинів продтоварів до загальної кількості магазинів в цьому секторі роздрібної торгівлі, показало, що відхилення середнього значення (15,3%) як у більший бік, так і в менший бік приблизно однакове. При цьому диференціація за квінтільним коефіцієнтом складає 2,5 рази, тобто є поміркованою. Якщо ж порівняти співвідношення крайніх значень для Харківської та Сумської областей (42,2% та 4,9% відповідно), то цей розрив можна вважати неприпустимим.

Критерій «Торговельна площа» вказує на частку торгових площ спеціалізованих магазинів продтоварів.

У розрізі регіонів такий показник коливається від 10,2% (Запорізька область) до 0,6% (Сумська область), а квінтільний коефіцієнт (2,1) вказує на незначну диференціацію рівня спеціалізації.

Аналіз диференціації за критерієм товарообороту показав, що середнє значення такого показника надзвичайно низьке – 3,3%. Це означає, що лише 3,3% товарообороту продтоварів формується спеціалізованими магазинами, що, безперечно, є негативним явищем. Причин такої диспропорції декілька, зокрема:

1) мережа спеціалізованих магазинів продтоварів сьогодні лише формується (причому надзвичайно повільно), оскільки економічна нестабільність підвищує ризики спеціалізації;

2) за своїми розмірами спеціалізовані магазини переважно дрібні (73 м²), тоді як середній розмір магазину продтоварів перевищує 197 м²;

3) продовольчі товари характеризуються фондоємністю (потребують наявності значних площ для зберігання, реалізації тощо), водночас їх товарооборот на 1 м² торговельної площі значно поступається іншим групам товарів.

Таким чином, рівень спеціалізації в секторі торгівлі продтоварами низький, а тенденції до його підвищення дуже повільні.

За останнє десятиріччя процеси спеціалізації непродовольчих магазинів непродтоварів були достатньо інтенсивними і досягли значних масштабів (табл. 5) [6, с. 114–116].

Як свідчать дані таблиці 5, частка спеціалізованих магазинів непродтоварів коливається в межах 90,4–98,4%, що свідчить про широкі масштаби спеціалізації в цьому секторі. Проте за критерієм «Торговельна площа» рівень

Таблиця 5

Рівень спеціалізації магазинів непродтоварів за регіонами у 2015 р.

| Область | Непродовольчі магазини, од. | | Рівень спеціалізації за критерієм, % | | | Середній розмір спеціалізованого магазину, м ² |
|-------------------|-----------------------------|----------------|--------------------------------------|---------------|--------------|---|
| | усього | спеціалізовані | Кількість магазинів | Торгова площа | Товарооборот | |
| Україна | 20 545 | 19 730 | 96,1 | 68,9 | 42,8 | 125 |
| Вінницька | 594 | 544 | 91,5 | 69,6 | 53,1 | 127 |
| Волинська | 533 | 521 | 97,7 | 84,3 | 27,9 | 92 |
| Дніпропетровська | 2 006 | 1 938 | 96,6 | 67,1 | 45,3 | 134 |
| Донецька | 771 | 733 | 95,0 | 78,1 | 34,1 | 123 |
| Житомирська | 597 | 582 | 97,4 | 95,7 | 53,9 | 105 |
| Закарпатська | 457 | 406 | 88,8 | 68,2 | 55,3 | 119 |
| Запорізька | 1 039 | 1 002 | 96,4 | 84,4 | 30,7 | 125 |
| Івано-Франківська | 523 | 499 | 95,4 | 61,7 | 47,9 | 102 |
| Київська | 929 | 840 | 90,4 | 68,4 | 36,5 | 120 |
| Кіровоградська | 634 | 624 | 98,4 | 72,7 | 45,2 | 78 |
| Луганська | 290 | 275 | 94,8 | 73,0 | 27,5 | 71 |
| Львівська | 1 206 | 1 168 | 96,8 | 63,7 | 44,6 | 122 |
| Миколаївська | 485 | 465 | 95,8 | 70,7 | 34,7 | 123 |
| Одеська | 1 485 | 1 441 | 97,0 | 71,7 | 45,7 | 138 |
| Полтавська | 884 | 837 | 94,6 | 70,1 | 45,8 | 107 |
| Рівненська | 558 | 536 | 96,0 | 67,4 | 49,1 | 98 |
| Сумська | 488 | 470 | 96,3 | 68,8 | 53,7 | 107 |
| Тернопільська | 330 | 321 | 97,2 | 60,7 | 51,0 | 104 |
| Харківська | 1 461 | 1 427 | 97,6 | 71,6 | 40,3 | 125 |
| Херсонська | 571 | 531 | 92,9 | 75,9 | 38,4 | 140 |
| Хмельницька | 647 | 619 | 94,5 | 62,5 | 44,8 | 110 |
| Черкаська | 601 | 585 | 97,3 | 72,5 | 40,7 | 94 |
| Чернівецька | 324 | 309 | 95,3 | 49,1 | 54,0 | 93 |
| Чернігівська | 466 | 448 | 96,1 | 67,1 | 43,3 | 94 |

спеціалізації дещо нижчий (68,9%), а за критерієм «Товарооборот» – неприпустимо низький.

Більш детальний аналіз показує, що надто високий рівень спеціалізації за першим критерієм зумовлений чисельністю невеликих магазинів площею 100–120 м². Крім того, торговельна площа і товарооборот у взаємозв'язку досить об'єктивно виражають істинний стан спеціалізації.

Основна причина міжрегіональної диференціації полягає в особливостях регіональної економіки і ринку споживчих товарів. Так, за умови середніх по Україні співвідношень за показником обсягу роздрібного товарообороту на одну особу під час продажу продовольчих і непродовольчих товарів (відповідно 41:59) у Запорізькій області це співвідношення складає 48:52, а в Закарпатській – 29:71. Зауважимо, що в зазначених регіонах рівні спеціалізації магазинів відповідні.

Друга важлива причина зазначених диспропорцій спеціалізації полягає у забезпеченості населення торговельними площами. В регіонах, де цей показник відповідає нормативам, рівень спеціалізації також високий, однак таких регіонів небагато: Одеська, Київська, Дніпровська та Харківська області.

Ще одна причина, котра зумовлює суттєву диференціацію міжрегіонального рівня спеціалізації магазинів, – це асортиментна політика, яка залежить від рівня платоспроможного попиту населення, демографічного і соціально-культурного стану регіону. Так, обмежена асортиментна політика характерна для регіонів, де переважає сільське населення і де деформована поселенська структура в сільській місцевості. В регіонах з високою концентрацією міського населення (70–85%) асортиментна політика є більш динамічною, що сприяє розвитку спеціалізації підприємств роздрібної торгівлі.

Висновки. Таким чином, спеціалізація в роздрібній торгівлі характеризується позитивною динамікою розвитку і протилежними тенденціями в регіонах країни. В торгівлі продтоварами спеціалізований сегмент тільки формується, а в сегменті непродтоварів він охоплює 96% магазинів. Суперечливість еволюційного розвитку процесів спеціалізації об'єктивно вимагає дослідження їх соціально-економічних наслідків і результативності, а також спрямування їх у кероване русло.

Список використаних джерел:

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
2. Організація та технологія торгівлі : [навч. посібник] / [З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська, І.М. Вахович]. – Луцьк : Надстир'я, 2005. – 324 с.
3. Лісіца В.В. Спеціалізація роздрібної торговельної мережі: стан та шляхи подальшого розвитку в умовах формування ринкового середовища / В.В. Лісіца // Науковий вісник ПУСКУ. Серія: Економічні науки. – 2010. – № 1 (5). – С. 83–88.
4. Комерційна діяльність на ринку товарів і послуг : [підручник] / [В.В. Алопій, С.Г. Бабенко, Я.А. Гончарук та ін.] ; за ред. проф. В.В. Алопія. – 2-ге вид. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
5. Мережа роздрібної торгівлі підприємств на 1 січня 2016 р. : стат. бюлетень. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 92 с.
6. Роздрібна торгівля України у 2015 році : стат. Збірник / відпов. за випуск А.О. Фризоренко. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 135 с.

Аннотация. В статье определена сущность специализации в розничной торговле и современные методы анализа ее уровня. Исследованы количественные и качественные показатели состояния специализации как по товарно-секторальному признаку, так и в разрезе отдельных регионов. Определен ряд диспропорций, характерных для процессов специализации розничных торговых предприятий в течение последних лет, и причины их возникновения.

Ключевые слова: розничная торговля, розничное торговое предприятие, специализация, уровень специализации, продовольственные товары, непродовольственные товары, торговая площадь, товарооборот.

Summary. The nature of retail's specialization and modern methods of analysis of its level were identified in the article. The quantitative and qualitative indicators of specialization by commodity and sectoral basis and by regions were studied. A number of imbalances of the processes of retail enterprises' specialization in recent years, and their causes revealed in the present conditions of the domestic commodity market.

Key words: retail trade, retail trade enterprise, specialization, level of specialization, food, non-food products, trade area, trade turnover.