

**Бабіров Е.Х.**

*аспірант*

*Одеського державного екологічного університету*

**Олійник А.М.**

*аспірант*

*Національного університету «Львівська політехніка»*

**Павленко О.П.**

*кандидат економічних наук,*

*доцент кафедри менеджменту природоохоронної діяльності*

*Одеського державного екологічного університету*

**Babirov E.H.**

*Postgraduate*

*Odessa State Ecological University*

**Oliinyk A.M.**

*Postgraduate*

*National University "Lviv Politechnik"*

**Pavlenko O.P.**

*PhD in Economics*

*Assistant professor of department of management of nature safety activities*

*Odessa State Ecological University*

## АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ-РІТЕЙЛЕРІВ УКРАЇНИ

### ANALYSIS OF RETAIL ENTERPRISES COMPETITIVENESS IN UKRAINE

**Анотація.** У статті проаналізовано наукові літературні джерела щодо аналізу конкурентоспроможності торговельних підприємств-рітейлерів України. Проведено аналізування сфери гуртової торгівлі в Україні. Визначено, що динаміка обсягів торгівлі є високо корельованою з динамікою ВВП, що свідчить про вагомість сфери торгівлі для розвитку вітчизняної економіки. Виявлено, що протягом останніх років у сфері торгівлі в Україні посилюються процеси монополізації.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, товар, конкурентоспроможність товарів, торгівля, рітейлер, монополізація.

**Вступ та постановка проблеми.** Актуальні умови функціонування суб'єктів господарювання в Україні ускладнені значною кількістю політичних та макроекономічних чинників. До факторів, які негативно впливають на діяльність вітчизняних підприємств, слід віднести військові дії на сході країни, девальвацію національної грошової одиниці, важко прогнозовану інфляцію, відсутність швидких реформ в економічному і політичному середовищі тощо. Це зумовлює проблеми конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, які функціонують у сфері торгівлі, оскільки значну частку товарів, які реалізуються через національну систему гуртових і роздрібних торговельних підприємств, становить продукція закордонного виробництва.

Варто сказати, що, окрім названих проблем, в умовах економічної рецесії, яка значно поглибилась з 2012 р., набувають особливого значення процеси монополізації, які полягають у витісненні великими гравцями представників середнього і малого бізнесу, що несприятливо впливає на рівень здорової ринкової конкуренції у сфері торгівлі і, відповідно, на інфляційні процеси в країні. Тому аналізування стану рівня конкуренції у сфері гуртової торгівлі, а також дослідження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-рітейлерів постають актуальною необхідністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі аналізуванню конкурентоспроможності торго-

вельних підприємств України приділяється чимала увага. Вітчизняні науковці акцентують увагу на проблемах розвитку роздрібно торгівлі та окремих сфер гуртової торгівлі, тим самим обґрунтовуючи наявність несприятливих тенденцій у вказаній галузі економіки. До таких вчених можна віднести М. Чорну [1] і О. Чернегу [11], які досліджували конкурентоспроможність вітчизняної торговельної галузі на рівні міжнародних ринків, а також відзначили наявність несприятливих тенденцій, які мають місце у структурі сфери торгівлі. До закордонних вчених, які у своїх дослідженнях торкнулися проблем розвитку торгівлі у міжнародному аспекті, розглядаючи можливість розвитку торговельних відносин у площині ефективності використовуваної підприємствами методології, можна віднести Б. Бермана і Р. Джоела [4], М. Ісалову і Ф. Мамедова [2], М. Язикова [3], І. Ансоффа [5], В. Беспятого [6], Є. Попова [7], Р. Фатхудинова [10] та багатьох інших.

Проте слід зазначити, що детальне дослідження конкурентоспроможності торговельної галузі в межах окремої країни, особливо в Україні, недостатньою мірою висвітлено у науковій літературі.

**Метою роботи** є аналіз сфери гуртової торгівлі в Україні, дослідження рівня її конкурентоспроможності, визначення рівня монополізації.

**Результати дослідження.** Конкурентоспроможність як наукова категорія має розглядатись не тільки у площині структурованої теоретичної концепції, оскільки є власти-

вістю суб'єктів ринкових відносин. Це зумовлює доцільність використання окресленого вище апарату ідентифікування стану конкурентоспроможності на прикладі вітчизняних підприємств шляхом їх аналізу. Тому у цьому розділі значну увагу приділено саме аналізуванню торговельних підприємств в Україні з використанням трьох представлених вище складових: ціна продукції, якість та післяпродажне обслуговування. Показники, необхідні для вирішення зазначеного завдання, представлені у розділі 2.1.

Обсяги торгівлі протягом 1992–2015 рр. в Україні абсолютно корельовані з динамікою ВВП (коефіцієнт кореляції рівний 0,975), тому протягом 2013–2015 рр. обсяги торгівлі в Україні значно скоротилися (на 44,13%, що у грошовому еквіваленті дорівнює 76,97 млрд. дол. США). Скорочення обсягів торгівлі спричиняє посилення тенденцій до монополізації сфери торгівлі, оскільки загострюється конкуренція, що призводить до «загибелі» дрібних торговців та посилення впливу великих гравців. Позиція великих торговельних мереж завжди орієнтована на довгостроковий період, тому збитки протягом двох років не є такими, якими є збитки для середнього і малого бізнесу. Найбільш успішний період для вітчизняної сфери торгівлі тривав з 2002 по 2008 рр. (включно). Середній темп росту обсягів торгівлі в Україні протягом вказаного періоду становив 26,62% за рік. У 2008 р., тобто в час, коли відбулась глобальна фінансова криза, об'єми торгівлі скоротилися на 39,6%. Проте вже з 2009 по 2011 рр. динаміка обсягів торгівлі демонструє корекцію і повернення до показників 2008 р. З 2011 по 2013 рр. графік динаміки обсягів торгівлі утворює фігуру, яка у технічному аналізі називається «подвійна вершина» і свідчить про слабкість зростаючої тенденції. Тому з 2013 р. спостерігається зменшення обсягів торгівлі в Україні із середнім темпом 25,22% в рік. Таким чином, можна підсумувати, що з 2008 р. по 2015 р. обсяг торгівлі в Україні скоротився на 46,83%. Скоригуємо цей показник з урахуванням тенденцій на ринку золота протягом досліджуваного періоду. Так, згідно з даними «Yahoo. Finance», вартість однієї трійської унції ( $\approx 31,1$  грам) золота протягом періоду з грудня 2008 р. по грудень 2015 р. зросла з 998,47 дол. США до 1 090,64 дол. США (на 9,23%).

З урахуванням інфляції долара США протягом цього періоду можна підсумувати, що реальний об'єм торгівлі скоротився на 51,33% (у трійських унціях – 94,233 млн.). Детальне представлення динаміки обсягів торгівлі в Україні за період з 1992 по 2015 рр., згідно з даними Світового банку, наведено на рис. 1.

Таким чином, доцільним є припущення, що протягом 2008–2015 рр. рівень конкурентоспроможності вітчизняної економіки знизився більше ніж удвічі. Враховуючи зниження конкурентоспроможності дрібних учасників ринку та посилення тенденцій на монополізацію сфери торгівлі в Україні, вважаємо вагомим необхідність аналізування динаміки рівня конкурентоспроможності великих ріелторів в Україні. Так, у 2013 р. групу крупних представників вітчизняної сфери торгівлі звинувачено у картельній змові [15]. Підозра оголошена Антимонопольним комітетом України, в результаті чого штрафні санкції загрожували 18 компаніям України.

Тому з урахуванням специфіки досліджуваної у роботі проблематики доцільним об'єктом аналізу обрано найбільші вітчизняні компанії, які функціонують у сфері торгівлі і мають під своїм управлінням декілька торговельних мереж, представлених на ринку різними торговельними марками. На жаль, варто зазначити, що дані по об'ємах торгівлі часто публікуються несистематично та неперіодично, що унеможливує можливість побудувати обґрунтовану динаміку для аналізування та прогнозування короточасних та довгострокових тенденцій.

Для визначення переліку найбільших торговельних ріелторів в Україні за підсумками 2015 р. (інформація за 2016 р. на даний момент не опублікована) використано рейтинги, які опубліковані виданнями «Ліга. Бізнес» [12] та «Forbes Україна» [13; 14; 16]. Так, згідно з даними рейтингами, в Україні є група компаній-ріелтерів, які конкурують між собою і спільно контролюють близько 3% сфери торгівлі товарами та послугами в Україні (у 2014 р. цей показник становив 2,28%). З 2012 р. ці компанії володіють найбільшою кількістю торговельних точок в Україні. На рис. 2 представлено відомості щодо кількості торговельних точок у порядку зростання для тих вітчизняних

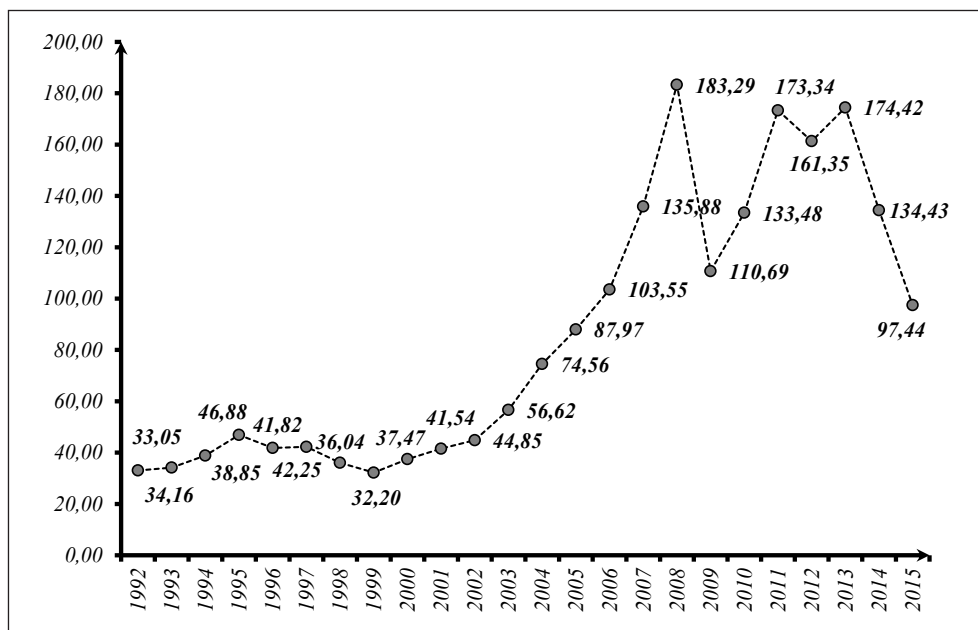


Рис. 1. Динаміка обсягів торгівлі в Україні протягом 1992–2015 рр., млрд. дол. США

Джерело: побудовано на основі даних Світового банку [6]

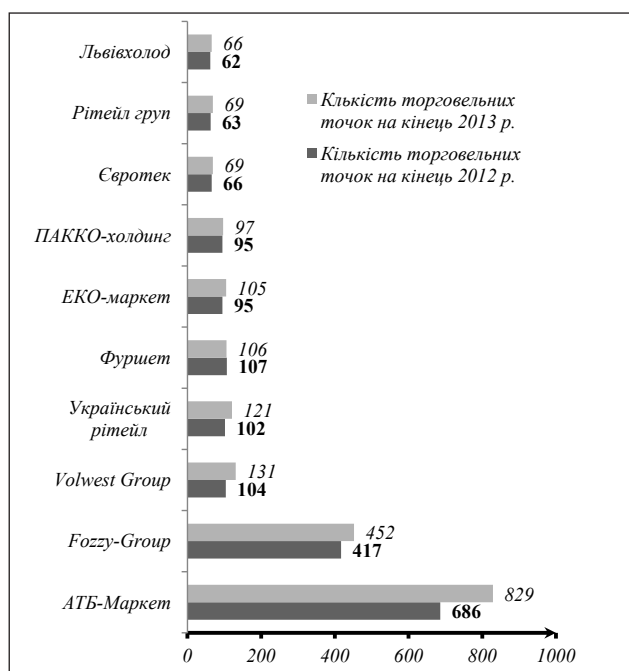


Рис. 2. Кількість торговельних точок для вітчизняних компаній, які лідирують за даним показником у 2012–2013 рр.

Джерело: побудовано на основі [13; 14; 16]

компаній, які лідирують за даним показником протягом 2012–2013 рр.

Як бачимо з рис. 2, протягом 2012–2013 рр. найбільшою кількістю торговельних точок володіла компанія «АТБ-Маркет» (829 торговельних точок), друге місце за даним показником посідає «Fozzy Group» (452 торговельні точки, компанія володіє мережею супермаркетів «Сільпо», магазинів «Біля дому» та «Фора», магазинів електроніки «Ringoo», фармацевтичних супермаркетів «Біла ромашка» та гуртових гіпермаркетів «Fozzy»). Також у трійку лідерів входить компанія «Volwest Group» (131 торговельна точка, на ринку продуктової торгівлі підприємство представлено торговою маркою «Наш край»). Варто зазначити, що кількість торговельних точок не завжди об'єктивно позначається на фінансових результатах досліджуваних підприємств. Так, якщо проаналізувати дані «Forbes Україна» у 2014 р., можна визначити, що «Volwest Group» не входить до переліку із 26-ти підприємств з найбільшим обсягом реалізації продукції (рис. 3).

Як бачимо з рис. 3, за умови аналізування обсягів реалізації трійка компаній-лідерів буде іншою, а саме до цієї групи підприємств на заміну «Volwest Group» увійде компанія «Епіцентр К». На ці три компанії припадає 50,74% усієї виручки досліджуваних торговельних підприємств, що в абсолютному вираженні становить 40,456 млрд. грн. Проте для більш повного відображення тенденцій у сфері продуктової торгівлі необхідним є аналізування показників зміни у 2014 р. Цей рік

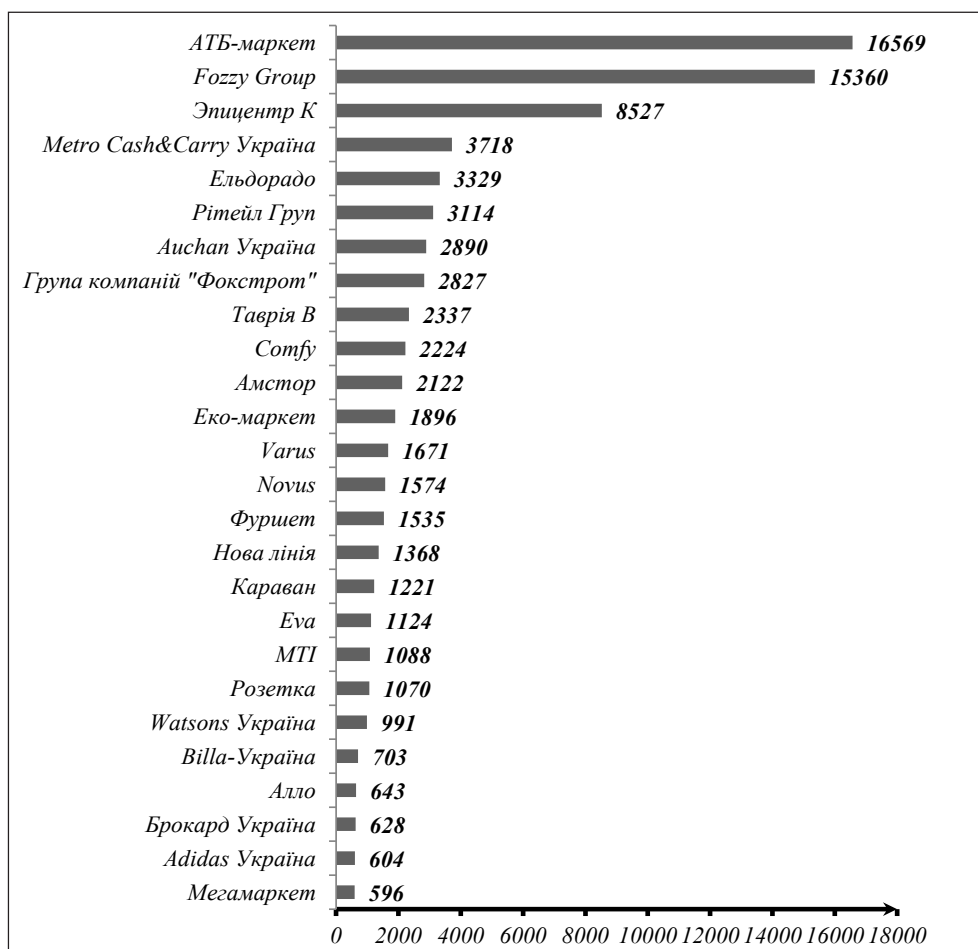


Рис. 3. Обсяг реалізації для 26-ти вітчизняних торговельних підприємств-лідерів за даним показником у 2014 р., млн. грн.

Джерело: побудовано на основі [16]

є особливо вагомим, оскільки протягом даного періоду спостерігалось значне падіння обсягів торгівлі в Україні, а отже, мали місце тенденції монополізації сфери торгівлі, що є дотичним до досліджуваної проблематики конкурентоспроможності. На рис. 4. зображено значення відносної зміни обсягів реалізації продукції протягом 2013–2014 рр. для десяти компаній-рітейлерів з найбільшими обсягами реалізації у 2014 р.

З урахуванням даних, представлених вище, для подальшого аналізування вирішено враховувати дані за десятима представленими на рис. 4, оскільки для цих компаній спостерігається найбільший обсяг реалізації. Проте слід зазначити, що процеси монополізації, які є особливо актуальними в умовах економічної стагнації, мають бути розглянуті у ширшому контексті. З цією метою далі у роботі розглянуто динаміку частки 27-ми, згідно з даними "Forbes Україна", компаній-рітейлерів у загальному об'ємі операцій у сфері торгівлі.

Так, на основі аналізування звітності 27-ми найбільших за обсягами реалізації компаній-рітейлерів в Україні побудовано динаміку сумарного обсягу реалізованої даними підприємствами продукції та послуг із сервісного обслуговування (рис. 5).

Як бачимо з рис. 5, незважаючи на зниження обсягу торгівлі в Україні протягом 2009 р. та протягом 2013–2015 рр., обсяги реалізації для досліджуваних підприємств продовжують зростати, що в умовах економічної рецесії може відбуватись тільки за рахунок поглинання «дрібних гравців» у сфері торгівлі. Для більш повного відображення виявлених тенденцій доцільним є наведення динаміки частки обсягів реалізації 27-ми найбільших торговельних підприємств України у загальному обсязі торгових операцій (рис. 6).

Якщо проаналізувати тенденцію, зображену на рис. 6, можна підсумувати, що у сфері продуктової торгівлі спостерігаються тенденції монополізації, зумовлені рецесією

економіки протягом 2013–2015 рр., а також ймовірним продовженням цих процесів у майбутньому з урахуванням нестабільного політичного та військового становища України.

Таким чином, на основі аналізування загальних тенденцій у сфері продуктової торгівлі можна відзначити, що об'єми торгівлі сильно корельовані з величиною ВВП, а також в умовах економічної рецесії має місце монополізація, яка передбачає витіснення з ринку дрібних та середніх торговців, а також їх поглинання великими торговельними підприємствами.

**Висновки.** В результаті проведеного дослідження здійснено аналізування наукової літератури за проблематикою конкурентоспроможності вітчизняних торговельних підприємств-рітейлерів. Виявлено, що більшість науковців приділяє увагу дослідженню проблем роздрібною сфери. При цьому чимало вчених вказують на наявність потенційної тенденції на зростання рівня монополізованості національної сфери гуртової торгівлі. В результаті написання статті доведено, що рівень монополізації протягом останніх років зростає, що в кінцевому випадку може несприятливо вплинути на конкурентоспроможності національних торговельних підприємств. Витіснення малого і середнього бізнесу з ринку може призвести до зростання інфляції та зниження рівня життя, це також може негативно вплинути на розвиток виробничих галузей в Україні.

Одним з результатів дослідження було також те, що динаміка обсягів торгівлі є корельованою з динамікою ВВП, ця тенденція свідчить про доцільність створення умов для розвитку торговельної справи в Україні з акцентом на розширення роздрібною торгівлі, представниками якої можуть бути малі та середні підприємства. До перспектив подальших досліджень слід віднести моделювання рівня конкурентоспроможності товарів з метою її аналізування та прогнозування.

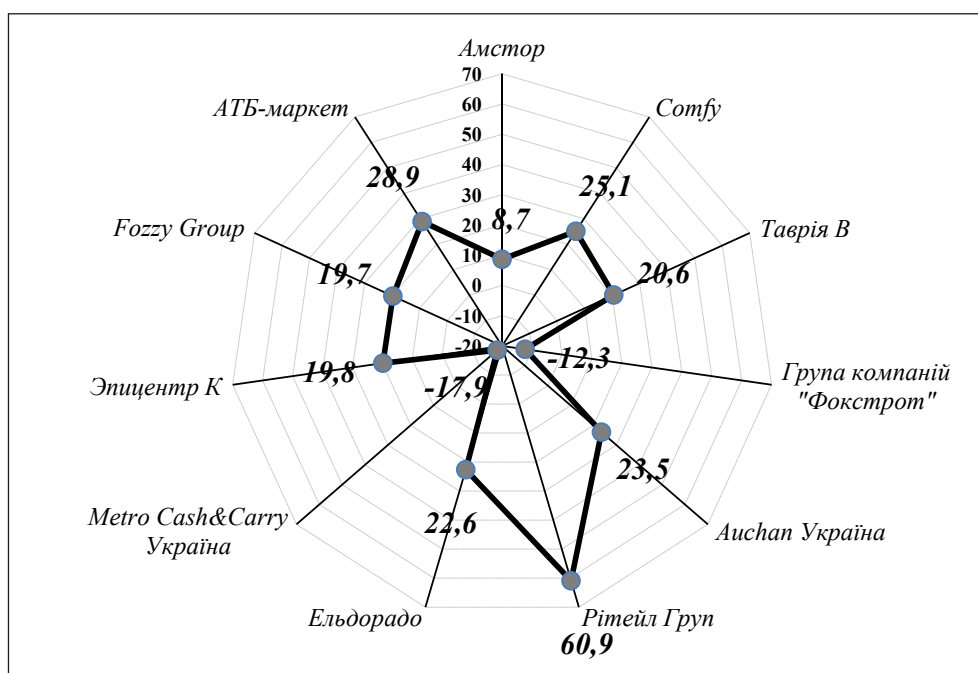
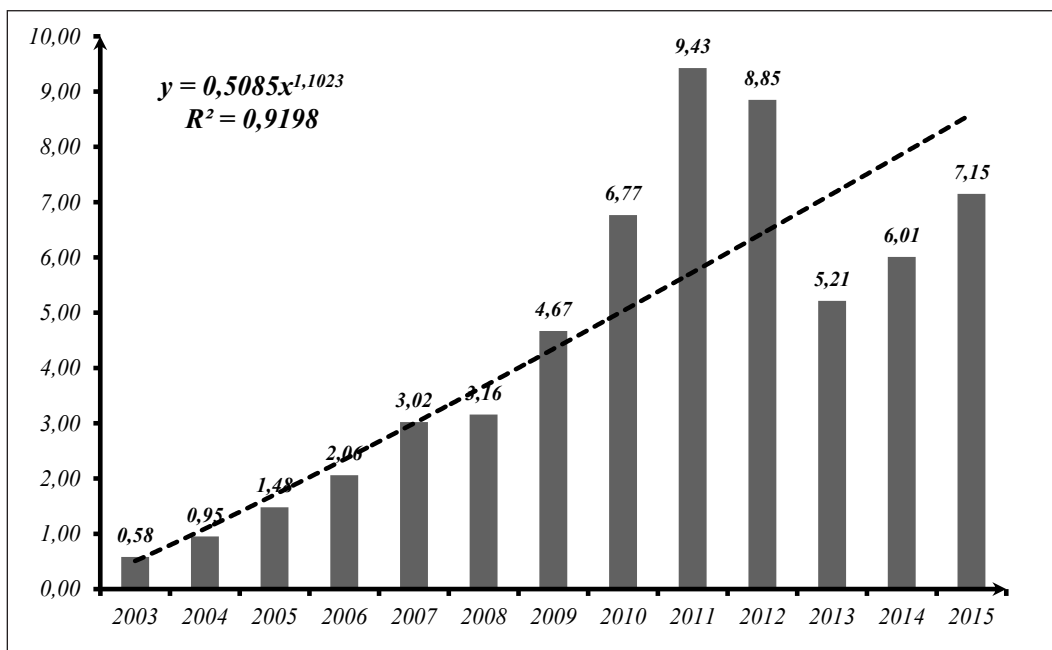


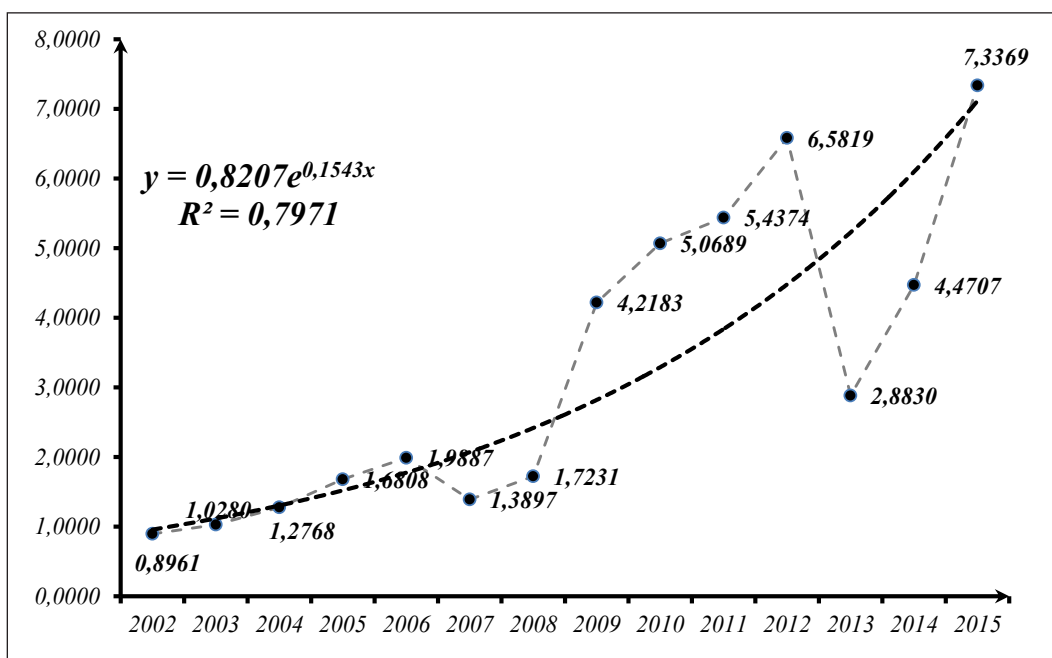
Рис. 4. Значення відносної зміни обсягу реалізації протягом 2013–2014 рр. для компаній-рітейлерів продуктового ринку з найбільшими значеннями виручки у 2014 р., %

Джерело: побудовано на основі [14]



**Рис. 5.** Динаміка сумарного обсягу реалізації продукції для 27-ми досліджуваних торговельних підприємств-лідерів за даним показником протягом 2002–2015 рр., млрд. дол. США

Джерело: побудовано на основі фінансової звітності таких досліджуваних підприємств, як корпорація «АТБ», ПрАТ «Fozzy Group», мережа магазинів «Епіцентр», ПрАТ «Метро кеш енд Кері Україна», ПАТ «Рітейл Груп», ТЗОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», група компаній «Фокстрот», ТЗОВ «Таврія-В», ТЗОВ «Комфі Хаус», група компаній «Амстор», ТЗОВ «Еко-маркет», ТЗОВ «VARUS», група компаній «NOVUS», ТЗОВ «Фуришет», ПрАТ «Нова лінія», ТЗОВ «Караван», ТЗОВ «Ева», група компаній «МТІ», ТЗОВ «Розетка», ТЗОВ «Watson Group», іноземне підприємство «Billa-Україна», група компаній «Алло», ТЗОВ «Броккард Україна», ДП «Адідас Україна», ТЗОВ «Мегамаркет»



**Рис. 6.** Динаміка частки обсягу реалізації 27-ми компаній-рітейлерів, що є лідерами за даним показником протягом 2002–2015 рр., %

Джерело: побудовано на основі аналізування даних Світового банку та фінансової звітності таких підприємств, як корпорація «АТБ», ПрАТ «Fozzy Group», мережа магазинів «Епіцентр», ПрАТ «Метро кеш енд Кері Україна», ПАТ «Рітейл Груп», ТЗОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», група компаній «Фокстрот», ТЗОВ «Таврія-В», ТЗОВ «Комфі Хаус», група компаній «Амстор», ТЗОВ «Еко-маркет», ТЗОВ «VARUS», група компаній «NOVUS», ТЗОВ «Фуришет», ПрАТ «Нова лінія», ТЗОВ «Караван», ТЗОВ «Ева», група компаній «МТІ», ТЗОВ «Розетка», ТЗОВ «Watson Group», іноземне підприємство «Billa-Україна», група компаній «Алло», ТЗОВ «Броккард Україна», ДП «Адідас Україна», ТЗОВ «Мегамаркет»

Список використаних джерел:

1. Чорна М. Сучасні особливості розвитку роздрібної торгівлі України / М. Чорна // Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. – Первомайськ, 2010. – С. 191–192.
2. Исалова М. Формирование эффективной организационной формы функционирования сетевой торговой фирмы / Ф. Мамедова // Транспортное дело России. – 2008. – № 4. – С. 27–35.
3. Языков М. Формализация взаимоотношений субъектов экономической деятельности в сфере розничной торговли / М. Языкова // Вестник непрерывного образования. – 2009. – № 2. – С. 52–64.
4. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж.Р. Эванс. – М. : Вильямс, 2003. – 1184 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; науч. ред. и авт. пред. Л. Евенко. – М. : Экономика, 2004. – 489 с.
6. Беспятых В. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в АПК : дисс. ... докт. экон. наук : спец. 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством» / В. Беспятых. – Киров, 2000. – 394 с.
7. Попов Е. Услуги образования и рынок / Е. Попов // Российский экономический журнал. – 1992. – № 6. – С. 43–49.
8. Портер М.Е. Конкуренция / М.Е. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
9. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон. – М. : Прогресс, 1986. – 472 с.
10. Фатхутдинов Р. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 312 с.
11. Чернега О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / О. Чернега. – Донецьк, 2004. – 53 с.
12. Топ 10 крупнейших украинских продуктовых ритейлеров / Ліга. Бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/all/fmcg/stati/2740497-top-10-krupneyshikh-ukrainskikh-produktovykh-riteylerov-htm>
13. Майбутній антирекорд: рейтинг ефективності ритейлерів-2015 / Інтернет-портал видання “Forbes Україна” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1408358-majbutnij-antirekord-rejting-efektivnosti-ritejleriv-2015>
14. Топ-10 FMCG-ритейлерів України / Інтернет-портал видання “Forbes Україна” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/magazine/forbes/1408358-majbutnij-antirekord-rejting-efektivnosti-ritejleriv-2015>.
15. Найбільші українські торговельні мережі звинуватили у змові підвищити ціни / Gazeta.ua [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://gazeta.ua/articles/economics/\\_najbilshi-ukrayinski-torgovelni-merezhi-zvinuvatili-u-zmovi-pidvischiti-cini/516367](http://gazeta.ua/articles/economics/_najbilshi-ukrayinski-torgovelni-merezhi-zvinuvatili-u-zmovi-pidvischiti-cini/516367)
16. Крупнейшие ритейлеры Украины по версии Forbes / Retail Community [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://retail-community.com.ua/news/menedjment/289-krupneyshie-riteyleryi-ukrainyi-po-versii-forbes>
17. Банк даних для України / Світовий Банк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://api.worldbank.org/v2/en/country/UKR?downloadformat=excel>

**Аннотация.** В статье проанализированы научные литературные источники на предмет анализа конкурентоспособности торговых предприятий-ритейлеров Украины. Проведен анализ сферы оптовой торговли в Украине. Определено, что динамика объемов торговли является высоко коррелированной с динамикой ВВП, что свидетельствует о весомости сферы торговли для развития отечественной экономики. Выявлено что в течение последних лет в сфере торговли в Украине усиливаются процессы монополизации.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, товар, конкурентоспособность товаров, торговля, ритейлер, монополизация.

**Summary.** Has been analyzed science literature in the field of competitiveness analysis for retail enterprises in Ukraine in the article. The analysis of retail enterprises in Ukraine has been conducted. High correlation between development dynamics and dynamics of GDP was revealed. It is a foundation for assumptions about big importance of retail industry for economic development in Ukraine. Increasing of monopoly processes in retail industry in Ukraine was revealed.

**Key words:** competitiveness, product competitiveness of goods, trade, retailer, monopolization.