



## **ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

УДК 339.3:338.5

JEL Classification D49, M 31

**Коваль Н.В.<sup>1</sup>**

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності*

*E-mail: nonnakoval69@gmail.com*

**Корженівська Н.Л.<sup>1</sup>**

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності*

*E-mail: nkorzhenivska@gmail.com*

**Добровольська Е.В.<sup>1</sup>**

*канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, підприємництва,  
торгівлі та біржової діяльності*

*E-mail: dobrovolskaella@gmail.com*

<sup>1</sup>*Подільський державний аграрно-технічний університет  
Кам'янець-Подільський, Україна*

### **РОЗВИТОК ТА РІВЕНЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

#### **Анотація**

*Розвиток торговельної діяльності відбувається у відповідності до діючої Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України. Швидкими темпами змінюються споживчі уподобання, асортиментна кон'юнктура, розширення впливу географічних та видових можливостей представлених товарів. Здійснений аналіз внутрішніх змін в обсягах товарообороту підприємств в розрізі товарних груп, господарюючих суб'єктів на рівні країни та окремих її регіонів дозволив аргументувати та обґрунтував важливість дотримання сукупності принципів організації торгівлі, рівноваги попиту і пропозиції, купівельної спроможності, економічної обґрунтованості та окупності. Використані методи авторських узагальнень, аналітично-статистичних розрахунків, порівнянь дозволили систематизувати цифровий матеріал дослідження та обґрунтувати висновки щодо стану та динаміки розвитку торговельної діяльності України, а також Хмельницької області, як одного з її регіонів.*

Проведене дослідження акцентує увагу на мережевому маркетингу, як однієї з форм розвитку і удосконалення торгівлі та визначення необхідної номенклатури і вузьких місць в діяльності суб'єктів торгівлі, в тому числі ринків. Аргументовано перспективність використання електронної комерції (купівлі-продажу), що значно розширює можливості здійснення торговельної діяльності як для покупців, так і підприємств торгівлі. Пропонується враховувати вплив демографічної безпеки, як одного з чинників, що формує товарну політику країни та її експортний потенціал. Визначено, що вплив на збільшення показників товарообороту має екстенсивний фактор зростання цін на спожиті товари, що певним чином вносить викривлення у сприйняття цифрової інформації. Використання інноваційних технологій, сучасних методів прийняття управлінських рішень у сфері маркетингу, логістики дозволяє удосконалювати процес торгівлі, задовольняти попит споживачів і забезпечувати ефективність підприємств торговельної сфери діяльності.

**Ключові слова:** роздрібна торгівля, товарооборот, торговельні підприємства, продовольчі і непродовольчі товари, задоволення потреб.

**Вступ.** Сьогодні торгівля є однією з ключових галузей держави, яка займає лідируючі позиції серед галузей економіки по надходженнях до бюджету. Вона виконує соціально-економічну роль не тільки в її впливі на сектор виробництва, а й на сектор споживання – шляхом задоволення потреби і сприяючи підвищенню рівня життя населення.

Торгівля є однією з найбільш швидко розвиваючих форм господарювання, особливо це стосується роздрібно-товарообороту. Досліджуючи роздрібну торгівлю як комерційну діяльність або діяльність у сфері обміну, слід відмітити, що вона також є важливим елементом системи товару і займаючи проміжне положення між соціальною і виробничою сферою, здійснює збут товарів і продуктів кінцевим споживачам. Згідно даних Державної служби статистики України за січень-травень 2019 р. до відповідного періоду 2018 року оборот роздрібно-торгівлі досяг 110,5 % [12]. Отже, можемо сказати, що роздрібна торгівля постійно набирає обертів, за рахунок того, що шлях від вкладання грошей в діяльність до отримання прибутку дуже короткий.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми дослідження функціонування торговельних підприємств в Україні перебувають у сфері наукових інтересів В. Апопія, С. Бабенка, П. Балана, І. Бланка, П. Вахріна, І. Височин, Я. Гончарука, О. Дериведмідь, В. Клапчук, А. Кулік, А. Мазаракі, В. Марцина, М. Овчарука, Н. Ушакової та ін. Такі українські науковці як Н. Власова, О. Ковінько, А. Гуменюк, М. Соколик, К. Пугачевська займалися питаннями, які стосуються саме виявлення тенденцій розвитку роздрібно-товарообороту в Україні та їх регіональними особливостями. Такі науковці як О. Данніков, С. Камінський, С. Ніколенко, О. Петрова визначили роль та значення роздрібно-торгівлі в економіці України та оцінили ефективне управління роздрібними торговельними підприємствами. Проте, незважаючи на велику кількість робіт присвячених роздрібній торгівлі, товарообороту, управлінню торговельними підприємствами та оцінці сучасного стану торгівлі дана тема є актуальною та потребує додаткових досліджень.

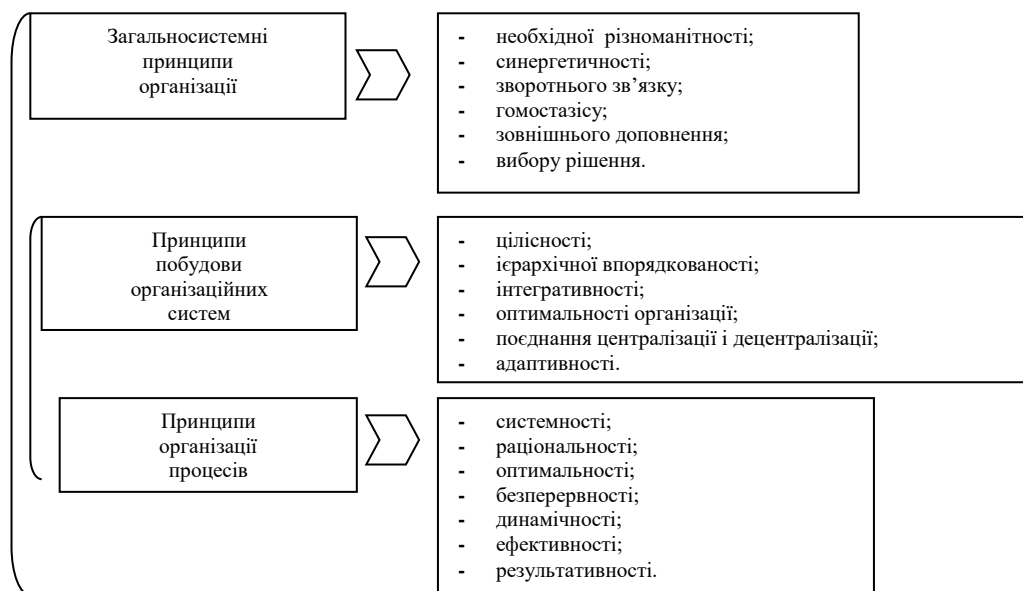
**Метою** статті є аналіз сучасного стану і перспективи розвитку роздрібно-товарообороту в Україні, в тому числі і у Хмельницькій області.

**Методологія дослідження.** Інформаційною базою дослідження стали дані Державної служби статистики України та Хмельницької області, використані абстрактно-логічний, аналітичний методи порівнянь та аналізу, узагальнень інформації та обґрунтування висновків.

**Результати.** Торгівля як галузь господарської діяльності має розгорнуту мережу оптових і роздрібних підприємств, забезпечує зберігання, транспортування і реалізацію товарної продукції, предметів споживання. Рівень розвитку торгівлі характеризує обсяг і структуру споживання в країні. Таким чином, розвиток торгівлі, будучи обумовлений

рівнем і темпами розвитку виробництва товарів, в свою чергу, здійснює вплив на промисловість, сільське господарство з одного боку, і на споживання людей – з іншого. Важливе значення торгівлі в тому, що вона сприяє особистій матеріальній зацікавленості людей у підвищенні продуктивності праці, в більш повному задоволенні потреб.

Складність і багатогранність організації торгівлі зумовлює сукупність принципів, які доцільно поділити на загальні, принципи організації, принципи побудови організаційних систем у торгівлі, а також принципи організації процесів (рис. 1).



**Рис. 1. Сукупність принципів організації торгівлі**

Наведені у рис. 1 принципи є основними. Деякі з них суперечливі, однак у цілому вони формують знання як про правила організаційної побудови, організаційного забезпечення, організаційної діяльності, так і про наслідки їх недодержання. Зараз існують такі рівні організаційних форм торгівлі, як державна, кооперативна (колективна), приватна торгівля.

Державна торгівля здійснюється різними торговими системами, які відрізняються своєю організаційною структурою, характером торгової діяльності, обслуговуючими контингентами покупців. Державна роздрібна торгівля здійснюється: 1) системою об'єднань промислових підприємств і транспорту; 2) системою торгових організацій непромислових міністерств і відомств АПК; 3) фірмовою торговельною мережею промислових підприємств.

Вчені-економісти у своїх працях, виділяють функцію з реалізації вартості, потім функцію з продовження процесу виробництва в сфері товарного обертання. Деякі економісти ділять функції на притаманні їй і не притаманні. Проміжне місце займає функція збереження і транспортування товарів. Найбільш складні форми прояву мають притаманні функції торгівлі й товарного обертання [3]. Оскільки сам товар поєднує вартість і суспільну споживчу вартість, з допомогою якої задовольняється потреба в товарі, виділяється конкретна і абстрактна праця. У зв'язку з цим функції товарного обертання і торгівлі роздвоюються. Коли товар є єдністю споживчої вартості й вартості,

ці функції товарного обертання здійснюються в загальній єдності. Однак з появою грошей відбувається виокремлення цих функцій як самостійних.

З виокремленням торгівлі як галузі її основною функцією є найбільш повне задоволення наявних потреб (як індивідуальних, так і колективних). Потреби при наявності товарно-грошових відносин виступають у вигляді попиту, а виробництво – у вигляді пропозиції. Таким чином, утворюється зв'язок між попитом і пропозицією, в якому попит виступає як мета, а пропозиція – як засіб досягнення цієї мети.

Слід відзначити, що у функціях торгівлі реалізуються розподільчі відносини. Суспільство завжди здійснює дві форми розподілу – платну і безоплатну. Саме платна форма розподілу притаманна торгівлі. Якщо розглядати фонд споживання, то близько 90 % його розподільчої частини припадає на торгівлю. У функціях товарного обігу торгівлі знаходять своє відображення економічні інтереси як виробника, так і споживача.

Товарний обіг повинен відшкодовувати затрати виробництва на випуск товарів. Це можливо, якщо виготовлена продукція відповідає конкретним потребам, і затрати на її виготовлення не перевищують суспільно необхідних.

Суспільству необхідно задовольнити потреби людей відповідно до їх грошових доходів і відшкодування затрат для забезпечення безперервності суспільного відтворення. Складність цих процесів полягає в тому, що інтереси виробників і споживачів не завжди збігаються. Матеріальна зацікавленість породжує прагнення при менших затратах отримувати більші прибутки, і виробники іноді надають перевагу вартості у шкоду споживчій вартості. Споживачі зацікавлені в найбільш повному задоволенні своїх потреб при найменших затратах. Таким чином, економічні інтереси виробників і споживачів часто не співпадають.

Функціонування торгівлі ускладнюється ще тим, що як самостійна галузь господарювання вона повинна здійснювати діяльність рентабельно. Між величиною затрат на організацію товарного обігу і рівнем виконання функцій торгівлі існує пряма залежність. Це породжує протиріччя між господарськими інтересами торгівлі й інтересами суспільства. Таким чином, торгівля, виконуючи свої функції, виступає важливою ланкою ринкових відносин, є не тільки товаропровідним механізмом, але водночас і споживачем відповідної частини сукупного суспільного продукту, і посідає провідне місце в державі.

Структура торгівлі як соціально-економічна система багатогранна і включає господарську, функціональну, управлінську, технологічну, соціальну, територіальну та інші види структур. При цьому модель системи формують три структури: господарська, функціональна та управлінська.

До організаційної структури відносять чисельні об'єкти торгівлі, різні підсистеми, структура управління і контролю, а також об'єкти інфраструктурного обслуговування, які належать торгівлі. Усі елементи організаційної структури взаємопов'язані і взаємодіють між собою.

Організаційна діяльність має чітку спрямованість і свої особливості, які полягають у специфіці цілей, організаційних механізмів, характері дій, їх масштабності, кінцевих результатах. Разом з тим на практиці вона перетинається і доповнюється з управлінською діяльністю, зберігаючи при цьому свій зміст і характер як самостійний від діяльності.

Існує багато визначень терміна «роздрібна торгівля», але найбільш поширене міститься в нормативно-правових документах: «Вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надавання йому торговельних послуг» [8]. Інше тлумачення визначає роздрібну торгівлю як сукупність стаціонарних, напівстаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібного продажу товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою [1, с. 300].

Схожої думки і інші вітчизняні вчені, які вважають, що роздрібна торгова мережа є сукупністю пунктів роздрібною продажу товарів [10, С. 35].

Як у світі, так і в Україні у роздрібній торгівлі магазинний продаж становить 90-95 %. Проте для поліпшення торгового обслуговування, пришвидшення руху товару від виробника до споживача використовуються нові методи, а саме методи поза-магазинного продажу товарів. Вибір поза-магазинної форми обслуговування залежить від місцевих умов: чисельності жителів у населеному пункті, наявності й асортиментного профілю підприємств торгівлі, сезонних і кліматичних умов та інших факторів.

Розвиток і удосконалення форм торгівлі дозволить усунути вузькі місця в діяльності ринків, створить умови для повного освоєння ресурсного потенціалу промислових товарів та сільськогосподарської продукції і сировини, зведе до мінімуму їх видатки на шляху просування до споживача.

Мережевий маркетинг не знайшов поки широкого поширення у вітчизняній торговій практиці. Особливість цієї поза-магазинної форми торгівлі в тім, що реалізації товарів здійснюється торговими агентами вдома, в установах і організаціях. Для організації такого виду продажу фірма наймає на роботу торгового агента, продавця який володіє повністю інформацією про всі властивості товару та переваги його перед іншими товарами.

Появі електронної торгівлі, як одного з її інноваційних форм, сприяв розвиток електронної техніки і сучасних засобів телекомунікаційного зв'язку. Згідно із Законом України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 75-VIII під електронною торгівлею слід розуміти «господарську діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом учинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем» [5].

Основними тенденціями розвитку електронної торгівлі є пошук варіантів оплати та доставки товарів і послуг. Попит на інноваційні методи оплати зростає кожен рік із розробленням та впровадженням нових мобільних додатків і пристроїв для безконтактного проведення платежів. Однак досі не вирішені питання безпеки і конфіденційності цих споживачів, що значно обмежує зростання ринку електронної торгівлі в Україні [10, с. 35].

Нові технології та Інтернет призводять до змін, які відбуваються в роздрібній галузі в усьому світі, і Україна не є винятком. Окремі українські ритейлери активно інвестують в розвиток нових технологій, наприклад, за допомогою співпраці з стартапами та за рахунок взаємодії з покупцями в соціальних мережах. Важливість нових технологій буде рости в міру того, як будуть знижуватися можливості органічного зростання – шляхом відкриття нових магазинів [6].

Основна мета роздрібною торгівлі зводиться до стабільного забезпечення високоякісними товарами, широкого асортименту різних категорій населення для задоволення їхнього попиту на дані товари. Саме роздрібна торгівля завершує процес товарного обігу, адже за її допомогою товари, які вироблені в інших галузях економіки доводяться до кінцевого споживача.

Організація товаропостачання роздрібною торговельною мережі включає: визначення потреб в конкретних товарах; пошук та вибір найбільш вигідних з економічної точки зору постачальників товарів; укладення договорів (угод) з вибраними постачальниками; вибір методів доставки товарів в магазин; контроль за ходом виконання договорів постачання; приймання і розміщення товарів у торговельному залі. На організацію товаропостачання впливають об'єктивні і суб'єктивні фактори [11].

Фактори, які впливають на організацію товаропостачання роздрібною торговельною мережі: рівень організації торгово-оперативних і технологічних процесів; чисельність,

склад, розташування роздрібною торговельної мережі; характер асортименту товарів; обсяги товарообігу торговельних підприємств; чисельність, стан і розташування об'єктів складського господарства; розвиток, розташування, спеціалізація, сезонність виробництва; наявність транспортних зв'язків між магазинами і джерелами постачання товарів; стан доріг, наявність і структура транспортних засобів; достовірність комерційної інформації, яка використовується для визначення потреби в товарах; рівень управління процесом товаропостачання; кваліфікація працівників торговельних підприємств, які визначають потребу в товарах [11, с. 21].

На жаль, кількість господарюючих суб'єктів, що займаються торговельною діяльністю в Україні з кожним роком зменшується, при чому як у розрізі кількості підприємств в цілому, так і фізичних осіб-підприємців (табл. 1).

**Таблиця 1. Кількість суб'єктів господарювання, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею, ремонтом автотранспортних засобів та мотоциклів**

Роки	Усього, одиниць	У тому числі			
		підприємства		фізичні особи-підприємці	
		одиниць	у % до загальної кількості підприємств по Україні	одиниць	у % до загальної кількості фізичних осіб-підприємців по Україні
2013	890658	110414	28,1	780244	58,7
2014	988694	93972	27,6	894722	56,2
2015	989064	93643	27,3	895421	54,9
2016	910413	82192	26,8	828221	53,1
2017	837797	89538	26,5	748259	51,0

Джерело: [12].

В Україні у 2018 році в оптовій та роздрібній торгівлі було зайнято 3654,7 тис. осіб (22,3 % до усіх зайнятих в Україні), що на 138,5 тис. більше у порівнянні з 2016 роком. Сьогодні зростає роль роздрібною торгівлі у розвитку економіки країни. Для аналізу доцільно виокремити роздрібну торгівлю в розрізі продовольчих та непродовольчих товарів (табл. 2).

**Таблиця 2. Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі України за 2016-2018 рр.**

Показники	2016 р.		2017 р.		2018 р.		Відхилення 2018 р. від 2016 р., +/-	Відношення 2018 р. до 2016 р., %
	млн. грн.	у % до підсумку	млн. грн.	у % до підсумку	млн. грн.	у % до підсумку		
Усі товари	555975,1	100,0	586330,1	100,0	668369,6	100,0	112394,5	120,2
Продовольчі товари	227949,8	41,0	233204,1	39,8	289695,9	43,3	61746,1	127,1
Непродовольчі товари	328025,3	59,0	353126,0	60,2	378673,7	56,7	50648,4	115,4

Джерело: [12].

Проаналізувавши дані таблиці 2 встановлено, що загальний товарооборот у порівнянні 2018 р. до 2016 р. збільшився на 20,2 % або на 112394,5 млн. грн.; у зіставленні 2018 р. до 2017 р. зріс на 14,0 % або на 82039,5 млн. грн. Загальний товарооборот збільшився за рахунок збільшення оптової та роздрібною торгівлі. Визначено, що реалізація продовольчих товарів збільшилась 2018 р. в порівнянні з 2016 роком на 27,1 % або на 61746,1 млн. грн., а в порівнянні 2018 р. з 2017 р. зросла на 24,2 % або на 56491,8 млн. грн. Реалізація непродовольчих товарів збільшилась у порівнянні 2018 р. з 2016 р. на 15,4 % або на 50648,4 млн. грн., а у порівнянні з 2017 р. на 7,2 % або на 25547,7 млн. грн.

Сьогодні торгівля пройшла складний процес трансформації у ринкову економіку та зазнала значних витрат: кількісно зменшилася мережа торговельних підприємств, інфляція і гіперінфляція знецінила власні обігові кошти, а тривала збитковість підприємств галузі призвела до повної втрати власних обігових коштів у більшості торговельних підприємств України. У процесі вдосконалення маркетингу, менеджменту й управління фінансами з часом удалося змінити ситуацію на краще. Про це свідчить динаміка оптового та роздрібного товарообороту України за 2013-2017 рр. (табл. 3).

**Таблиця 3. Оптовий та роздрібний товарооборот у 2013-2017 рр.**

Показники	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Відношення 2017 р. до 2013 р., %
Обсяг оптового товарообороту, млн. грн.	1057768,0	987957,0	1178887,1	1486318,3	1908670,6	180,4
Оптовий товарооборот (у фактичних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	98,3	93,4	119,3	126,1	128,4	130,6
Фізичний обсяг оптового товарообороту (у порівняних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	97,4	82,1	87,8	104,7	102,8	105,5
Обсяг роздрібної торгівлі, млн. грн.	838230,1	901923,7	1018778,2	1175319,2	815344,3	97,2
Оборот роздрібної торгівлі (у фактичних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	109,3	107,6	113,0	115,4	69,4	63,4
Оборот роздрібної торгівлі (у порівняних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	108,6	91,1	79,3	104,3	106,5	98,0
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб), млн. грн.	409051,7	438342,7	477966,6	555975,4	586330,1	143,3
Роздрібний товарооборот (у фактичних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	106,7	107,2	109,0	116,3	105,5	98,8
Роздрібний товарооборот (у порівняних цінах) до відповідного періоду попереднього року, %	105,9	90,0	79,0	104,5	106,0	100,0

*Джерело: [12].*

Динаміка оптового товарообороту в Україні за 2013-2014 рр. мала тенденцію до скорочення. Після 2014 р. спостерігається позитивна динаміка товарообороту. Так, динаміка оптового товарообороту (у фактичних цінах) до відповідного періоду попереднього року становила у 2015 р. 119,3 %, у 2016 р. – 126,1, у 2017 р. – 128,4 %, відповідно у порівняних цінах динаміка становила у 2015 р. – 87,8 %, у 2016 р. – 104,7, у 2017 р. – 102,8 %.

Як видно з даних табл. 3, динаміка обороту роздрібної торгівлі та роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) у порівняних цінах до відповідного періоду попереднього року має майже ідентичні тенденції змін. У 2014-2015 рр. динаміка мала негативну тенденцію. Так, показник обороту роздрібної торгівлі скоротився відповідно на 8,9 % та 20,7 %, показник роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) – на 10 % та 11 %. У 2016 р. та 2017 рр. спостерігалася така тенденція: оборот роздрібної торгівлі зменшився на 359974,9 млн. грн., при цьому роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) збільшився на 30354,7 млн. грн.

Слід відмітити, що вагомий внесок у зростання фактичного роздрібного обігу в останні роки аналізованого періоду створено за рахунок екстенсивного чинника, а саме стрімкого зростання цін на спожиті товари (індекс споживчих цін у грудні 2015 р. становив 100,7 %, у грудні 2016 р. – 100,9 %, у грудні 2017 р. – 101,0 %. Загалом за 2013-2017 рр. оптовий товарооборот у діючих цінах зріс на 850902,6 млн. грн. Зростання роздрібного товарообороту становило за цей період 177278,4 млн. грн., або 43,3 %.

Серед регіонів країни помітними обсягами роздрібного товарообороту характеризуються підприємства Дніпропетровської, Харківської та Одеської областей. Така закономірність є природною, оскільки саме ці регіони є промисловими та економічними центрами України з розвинутою інфраструктурою та високою густотою населення. Крім того, там зосереджено найбільшу кількість підприємств роздрібно торгівлі та ресторанного господарства.

Проте негативна динаміка спостерігається у Волинській, Донецькій, Луганській, Тернопільській, Чернівецькій областях, де триває скорочення обсягів роздрібного товарообороту. Обсяг роздрібного товарообороту є показником, що відображає готовність населення купувати певні види товарів і послуг та формує внутрішній ринок споживчих товарів.

Протягом останніх років спостерігається чітка тенденція до зростання обсягів товарообороту загалом та продовольчих і непродовольчих товарів зокрема (табл. 4).

**Таблиця 4. Роздрібний товарооборот підприємств України на одну особу**

Показники	Роки				Темпи росту, у % до попереднього року		
	2014	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Усі товари, грн	7268,3	8058,7	9248,0	9760,2	110,9	114,8	100,5
Непродовольчі	4210,5	4697,2	5413,1	5828,6	111,6	115,2	107,7
Продовольчі	3057,8	3361,5	3834,9	3931,6	109,9	114,1	102,5

Джерело: [12].

Із даних табл. 4 видно, що товарооборот на одну особу роздрібного товарооборот переважає над продовольчими. Так, у 2015 р. роздрібний товарооборот продовольчих товарів на одну особу становив 3361,5 грн., а непродовольчих – 4697,2 грн. Відповідно у 2016 р. – 3843,9 та 5413,1 грн., у 2017 р. – 3931,6 і 5828,6 грн. У 2017 р. порівняно з 2016 р. загальний обсяг реалізації товарів збільшився на 5,5 %, при цьому обсяг непродовольчих товарів – лише на 2,5 %. Такі зміни значною мірою зумовлені зростанням цін. До 2017 р. з різними темпами відбулося зростання обсягів роздрібного товарообороту продовольчих і непродовольчих товарів на одну особу, при цьому темпи росту реалізації товарів непродовольчої групи перевищували ріст продовольчої групи. Такі відмінності у роздрібному товарообороті на одну особу пояснюються тим, що непродовольчі товари за своєю ціною на порядок вищі за продовольчі.

Для прикладу розглянемо основні показники діяльності суб'єктів господарювання Хмельниччини за досліджувані роки (табл. 5).

**Таблиця 5. Основні показники діяльності суб'єктів господарювання в Хмельницькій області за 2016-2018 роки**

Показник	Роки			Відхилення показника, +/-		Відношення показника, %	
	2016	2017	2018	2018 р. до 2017р.	2018р. від 2016р.	2018р. до 2017р.	2018р. до 2016р.
Кількість суб'єктів господарювання Усього, тис. од.	58973	58318	61252	+2934	+2279	105,0	103,9



## Продовження табл. 5

підприємства - усього, тис. од.	6228	6954	7431	+477	+1203	106,9	119,3
- у % до загальної кількості суб'єктів	10,6	11,9	12,1	+0,2	+1,5	x	x
- на 10 тис. осіб наявного населення, од.	48	54	59	+5	+11	109,3	122,9
фізичні особи-підприємці усього, тис. од.	52745	51364	53821	+2457	+1076	104,8	102,0
- у % до загальної кількості суб'єктів	89,4	88,1	87,9	-0,2	-1,5	x	x
- на 10 тис. осіб наявного населення, од.	409	401	424	+23	+15	105,7	103,7
Кількість зайнятих працівників Усього, тис. осіб	185,5	188,1	204,8	+16,7	+19,3	108,9	110,4
підприємства - усього, тис. осіб	105,6	107,6	113,0	+5,4	+7,4	105,0	107,0
- у % до загальної кількості зайнятих працівників	56,9	57,2	55,2	-2,0	-1,7	x	x
фізичні особи-підприємці - усього, тис. осіб	79,9	80,5	91,8	+11,3	+11,9	114,0	114,9
- у % до загальної кількості зайнятих працівників	43,1	42,8	44,8	+2,0	+1,7	x	x
Кількість найманих працівників Усього, тис. осіб	130,4	134,1	148,2	+14,1	+17,8	110,5	113,7
підприємства - усього, тис. осіб	103,2	104,9	110,2	+5,3	+7,0	105,1	106,8
- у % до загальної кількості найманих працівників	79,1	78,3	74,3	-4,0	-4,8	x	x
фізичні особи-підприємці - усього, тис. осіб	27,2	29,2	38,0	+8,8	+10,8	130,1	139,7
- у % до загальної кількості найманих працівників	20,9	21,7	25,7	+4,0	+4,8	x	x
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) усього, млн. грн.	80919,0	106986,6	126668,5	+19681,9	+45749,5	118,4	156,5
підприємства - усього, млн. грн.	66618,7	89514,5	105560,0	+16045,5	+38941,3	117,9	158,5
- у % до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг)	82,3	83,7	83,3	-0,4	+1,0	x	x
фізичні особи-підприємці - усього, млн. грн.	14300,3	17472,1	21108,5	+3636,4	+6808,2	120,8	147,6
- у % до загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг)	17,7	16,3	16,7	+0,4	-1,0	x	x

Джерело: [13].

Аналізуючи кількість суб'єктів господарювання можна зробити висновок, що у 2018 р. кількість підприємств становило 61252 одиниць, що на 2934 одиниць більше минулорічного показника. Якщо порівняти показник звітного року із 2016 р., то число підприємств збільшилася на 2279 одиниць. Кількість зайнятих працівників за досліджуваний період також збільшилась на 19,3 тис. осіб і складала 204,8 тис. чол. Обсяг реалізованої продукції товарів та послуг за звітний 2018 рік зріс у порівнянні із попереднім роком на 19681,9 млн. і становив 126668,5 млн. грн., що свідчить про збільшення обсягу реалізації продукції.

**Таблиця 6. Оптовий та роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібної торгівлі Хмельницької області**

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. (+,-) до 2016 р.	2018 р. (+,-) до 2017 р.
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі, млн. грн.	10395,3	15715,8	17776,8	+ 7381,5	+ 2061,0
Питома вага в оптовому товарообороті підприємств оптової торгівлі, %					
продовольчі товари	24,3	17,4	15,9	x	x
непродовольчі товари	75,7	82,6	84,1	x	x
Оборот роздрібної торгівлі, млн. грн.	29824,8	20174,0	20565,9	- 9258,9	+ 391,9
у тому числі роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі	11530,2	11289,3	11604,5	+ 74,3	+ 315,2
Питома вага в роздрібному товарообороті підприємств роздрібної торгівлі, %					
продовольчі товари	31,5	25,7	29,5	x	x
непродовольчі товари	58,5	74,3	70,5	x	x

Джерело: [13].

Згідно таблиці 6 різниця між продовольчими та непродовольчими товарами у 2017 році становить 5486,5 млн. грн., питома вага продовольчих товарів у обсязі товарообороту торгової мережі у 2017 р. становила 25,7%. Товарооборот у днях становить 40, це середній показник, який відповідає стану торгівлі.

В цілому загальний товарооборот за досліджуваний період збільшився на 12,18% (з 10063,3 млн. грн. у 2015 р. до 11289,3 млн. грн. у 2017 р.). Спостерігається скорочення реалізації продовольчих товарів (на 6,7% за досліджуваний період), що є негативною тенденцією і загрожує харчовій безпеці країни. Кількість об'єктів роздрібної торгівлі за досліджуваний період знизилася, причому достатньо вагомо – на 25,1% (з 1782 одиниць у 2015 р. до 1334 одиниць у 2017 р.).

**Таблиця 7. Основні показники роздрібної торгівлі Хмельницької області**

Найменування показника	2015р.	2016р.	2017 р.	Відхилення 2017р. від 2015р., +/-	Відношення 2017р. до 2015р., %
Товарооборот торгової мережі, млн. грн.	10063,3	11530,2	11289,3	1226	112,18
Продовольчі товари, тис. грн.	3109,6	3632,0	2901,4	-208,2	93,31
Непродовольчі товари, тис. грн.	6953,7	7898,2	8387,9	1434,2	120,62
Питома вага продовольчих товарів у обсязі товарообороту торгової мережі, %	30,9	31,5	25,7	-5,2	83,17
Індекси фізичного обсягу товарообороту торгової мережі, у % до відповідного періоду попереднього року	83,4	105,8	104,9	21,5	125,78
Наявність об'єктів роздрібної торгівлі підприємств на кінець року, од	1782	1819	1334	-448	74,86
у тому числі - магазини	1430	1477	1184	-246	82,80
- об'єкти торгівлі напів-стационарні	352	342	150	-202	42,61

Джерело: [13].

Отже, як уже відзначалось, швидкість обертання окремих товарів залежить від обсягу їх реалізації і величини середніх запасів. Перевиконання плану товарообороту позитивно впливає на оборотність товарів. Тоді як наявність наднормативних запасів призводить до сповільнення оборотності товарів, а зниження їх щодо нормативу сприяє прискоренню оборотності. Однак занижені товарні запаси можуть позитивно впливати на оборотність тільки тоді, якщо вони не впливають негативно на обсяг товарообороту. А це може бути за умови, якщо занижені запаси компенсувались покращенням постачання товарів за рахунок збільшення частоти їх завозу, забезпечення його ритмічності, виконання заявок магазинів не тільки за обсягом, але і за асортиментом.

Стратегічними пріоритетами формування нової сучасної структурної моделі роздрібною торгівлі можуть бути такі напрямки: розвиток великоформатних торговельних об'єктів і мереж; розвиток дискаунтерів та магазинів інших типів, акцентування уваги на їх спеціалізації; відновлення кооперативної торгівлі; розвиток соціальних магазинів; розширення електронної торгівлі [4, С. 69].

Значний вплив на розвиток торговельної діяльності мають стан та динаміка демографічної ситуації в країні, оскільки вона формує купівельну спроможність та асортиментну політику підприємств роздрібною торгівлі, а також впливає на формування цінкових коливань, зміни кон'юнктури ринку [14].

**Висновки і перспективи.** Сучасний стан роздрібною торгівлі відстає від вимог українського суспільства і не відповідає світовим тенденціям розвитку. Національна економіка потребує забезпечення стабільного розвитку внутрішньої торгівлі та підвищення соціально-економічної ефективності торговельних об'єктів. Для вітчизняних підприємств торгівлі пріоритетним є розширення діяльності шляхом створення та розвитку торговельних об'єктів нових типів і форматів з використанням сучасних, інноваційних технологій та методів.

Досвід провідних операторів роздрібною торгівлі показує, що найважливішим резервом та напрямом розвитку роздрібною торгівлі стає використання інноваційних технологій, впровадження сучасних маркетингових рішень, що забезпечують підвищення продуктивності праці торгового персоналу, повне задоволення потреб населення в сучасних торгових послугах. Стратегія розвитку надання супутніх послуг зумовлює особливості процесу складання комплексу послуг операторів роздрібною торгівлі і, крім цього, може бути використана як допоміжний параметр визначення торгового формату того чи іншого підприємства. Перспективами подальших досліджень є дослідження ролі трансформації функцій маркетингу для забезпечення інноваційного розвитку операторів роздрібною торгівлі.

#### Список використаних джерел

1. Алопій В. В., Міщук І. П., Рудницький С. І., Хомсяк Ю. М. Теорія та практика торговельного обслуговування. Київ : ЦНЛ. 2005. 496 с.
2. Алопій В. В., Міщук І. П., Ребрицький В. М. Організація торгівлі. Київ : ЦНЛ. 2005. 616 с.
3. Гончар Л. А. Організація торгівлі. Дніпропетровськ : ДУ ім. А. Нобеля. 2012. 120 с.
4. Дмитренко І. Структурна перебудова роздрібною торгівлі в умовах глобалізації. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 4. С. 64-74.
5. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 № 675-VII (Із змінами, внесеними із Законом № 1977-VIII від 23.03.2017, ВВР. 2017. № 20. ст. 240. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>).
6. Карнаушенко А. С. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку роздрібною товарообороту в Україні. «Ефективна економіка». 2019. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6847>.
7. Маркіна І. А., Вороніна В. Л. Розвиток торгівлі в Україні: діагностика стану, тенденції та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні*

*економічні відносини та світове господарство*. Вип. 21. Ч. 2. 2018. С. 27-33.

8. Національний стандарт України. Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять. ДСТУ 4303:2004. URL: <http://www.profiwins.com.ua/uk/directories/dstu4303.html>. (дата звернення: 14.09.2019)

9. Мазаракі А. А., Богославець Г. М., Трубей О. М., Носуліч А. М. Оптова торгівля в Україні: монографія. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 208 с.

10. Проскурніна Н. В. Розвиток роздрібною торгівлі в умовах динамічної природи змін. Науковий вісник Ужгородського університету. Вип. 22, Ч. 3. 2018. С. 34-38.

11. Роженко О. В. Лекції з дисципліни «Організація торгівлі»: для студентів ступеня «бакалавр». М-во освіти і науки України, Донец. Нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємництва і торгівлі. Кривий Ріг : ДонНУЕТ. 2017. 137 с.

12. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 05.09.2019).

13. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2018 рік. Хмельницький : Головне управління статистики у Хмельницькій області. 2019. С. 349-362.

14. Корженівська Н. Л., Коваль Н. В. Вплив трудового потенціалу аграрного сектору на демографічну безпеку. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка*. Том 24. Вип. 2 (75). 2019. С. 16-20.

*Дата надходження статті до редакції: 02.02.2020*

*Рецензування: 04.03.2020*

*Прийняття в друк: 30.06.2020*

**Koval N. V.<sup>1</sup>**

*Ph.D., Associate Professor*

*E-mail: nonnakoval69@gmail.com*

**Korzhenivska N. L.<sup>1</sup>**

*Ph.D., Associate Professor*

*E-mail: nkorzhenivska@gmail.com*

**Dobrovol'ska E. V.<sup>1</sup>**

*Ph.D., Associate Professor*

*E-mail: dobrovol'skaella@gmail.com*

<sup>1</sup>*State Agrarian and Engineering University in Podilya  
Kamianets-Podil'skyi, Ukraine*

## **DEVELOPMENT AND LEVEL OF EFFICIENCY OF TRADE ACTIVITIES BY RETAIL ENTERPRISES OF UKRAINE**

### **Abstract**

*Development of trading activities is carried out in accordance with the current Concept of development of internal trade of Ukraine. At a rapid pace, changes are occurring in consumer preferences, assortment conditions, and the expansion of the influence of the geographical and species capabilities of the presented goods. The analysis of internal changes in the volume of goods turnover of enterprises by product groups, business entities at the country level and its individual regions made it possible to argue and justify the importance of observing the totality of organization principles, the balance of supply and demand, purchasing power, economic feasibility and payback. The used methods of author generalizations, analytical and statistical calculations, comparisons made it possible to systematize the digital material of the study and substantiate conclusions regarding the state and dynamics of the development of trade activities in Ukraine, as well as the Khmel'nitsky region, as one of its regions. The study focuses on network marketing, as one of the forms of development and improvement of trade and the determination of the necessary nomenclature and bottlenecks in the activities of trade entities, including markets. The prospects of the use of electronic commerce (purchase and sales) are substantiated, which significantly expands the possibilities for carrying out trading activities for both buyers and trade enterprises. It is proposed to take into account the influence of demographic security, as one of*

*the factors that shape the country's product policy and its export potential. It is determined that the influence on the increase in turnover indicators has an extensive factor in the growth of prices for consumed goods, in a certain way introduces distortions in the perception of digital information. The use of innovative technologies, modern methods of managerial decision-making in the field of marketing, logistics allows us to improve the trading process, satisfy consumer demand and ensure the effectiveness of enterprises in the trading sphere.*

**Keywords:** retail, commodity circulation, trading enterprises, food and non-food products, satisfaction of needs.

### References

1. Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rudnytskyi S. I., & Khomsiak Yu. M. (2005). Teoriia ta praktyka torhovelnoho obsluhovuvannia. [*Theory and practice of commercial services*] Kyiv : TsNL. [In Ukrainian].
2. Apopii V. V., Mishchuk I. P., Rebrytskyi V. M. (2005). Orhanizatsiia torhivli. - 2-he vyd., pererob. ta dop. [*Organization of trade*] Kyiv : TsNL [In Ukrainian].
3. Honchar L. A. (2012). Orhanizatsiia torhivli: konspekt leksii. [*Organization of trade: lecture notes.*] Dnipropetrovsk : DU im. A. Nobelia. [In Ukrainian].
4. Dmytrenko I. (2016). Strukturna perebudova rozdribnoi torhivli v umovakh hlobalizatsii. [*Structural adjustment of retail trade in the context of globalization*]. Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. № 4. 64-74.
5. Zakon Ukrainy «Pro elektronnu komertsiiu» [*The Law of Ukraine "On Electronic Commerce"*] vid 03.09.2015 № 675-VII (Iz zminamy, vnesenymy iz Zakonom № 1977-VIII vid 23.03.2017, VVR. 2017, № 20, st. 240. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>).
6. Karnausenko A. S. (2019). Analiz suchasnoho stanu ta perspektyvy rozvytku rozdribnoho tovarooroboty v Ukraini. [*Analysis of the current state and prospects for the development of retail trade in Ukraine*]. «Efektyvna ekonomika». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6847>.
7. Markina I. A., Voronina V. L. (2018). Rozvytok torhivli v Ukraini: diahnostyka stanu, tendentsii ta perspektyvy. [*Development of trade in Ukraine: diagnostics of the state, trends and prospects*]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhdnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo. Uzhhorod. V. 21. 2. 27-33.
8. Natsionalnyi standart Ukrainy. Rozdribna ta optova torhivlia. Terminy ta vyznachennia poniat. [*Retail and wholesale. Terms and Definitions.*]. DSTU 4303. (2004). URL: <http://www.profiwins.com.ua/uk/directories/dstu4303.html>.
9. Mazaraki A. A., Bohoslavets H. M., Trubei O. M., Nosulich A. M. (2016). Optova torhivlia v Ukraini: monohrafiia. [*Wholesale in Ukraine*]. Kyiv : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t. 208.
10. Proskurnina N. V. (2018). Rozvytok rozdribnoi torhivli v umovakh dynamichnoi pryrody zmin. [*Development of retail trade in the dynamic nature of change*]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Vyp. 22, Ch. 3. Uzhhorod. 34-38.
11. Rozhenko O. V. (2017). Lektsii z dystsypliny «Orhanizatsiia torhivli»: dlia studentiv stupenia «bakalavr». [*Lectures on the discipline "Organization of trade": for students of the "bachelor" degree.*]. M-vo osvity i nauky Ukrainy, Donets. Nats. Un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho, kaf. pidpriemnytstva i torhivli. Kryvyi Rih: DonNUET. 137.
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Statystychnyi shchorichnyk Khmelnytskoi oblasti za 2018 rik. (2019). Khmelnytskyi : Holovne upravlinnia statystyky u Khmelnytskii oblasti. 349-362.
14. Korzhenvska N.L., Koval N.V. (2019). Vplyv trudovoho potentsialu aharnoho sektoru na demografichnu bezpeku. [*Influence of the labor potential of the agricultural sector in demographic security.*]. Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomika. Tom 24. Vyp. 2 (75). 16-20.

Received 02/02/2020

Revision 03/03/2020 Accepted 06/30/2020