

4. Зелені насадження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turkaramamotoru.com/uk/Зелені-насадження-8886.html>

ОГЛЯД ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНИХ МЕРЕЖ УКРАЇНИ

Данкеєва О. М., асистент

*Донецький національний університет економіки та торгівлі
Імені Михайла Туган-Барановського*

Початок ХХІ століття в Україні ознаменувався появою нової форми роздрібної торгівлі – роздрібними мережами, що привело до своєрідної революції в системі всієї торгівельної галузі. Якщо раніше торгівля розглядалася як ланка, що з'єднує виробництво з кінцевим споживанням і основною функцією якої, було підвищення ефективності в рамках цих питань. Утім сьогодні роздрібні мережі диктують свою політику не тільки окремим виробникам і сегментам ринку, але і цілим галузям промисловості, регіонам.

Питанню розвитку торгівельних мереж приділяється значна увага у сучасній науковій літературі. Вагомий внесок у дослідження теоретичних та практичних процесів, які відбуваються у торгівельному залі під час продажу товарів внесли Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Р. Патюрель, М. Портер, В.В. Апопій, Л.В. Балабанова, А.А. Мазаракі, Л.В. Фролова, А.А. Садеков, О.В. Тимофєєва, П.Г. Гончаров, О.В. Памбухчянц, О.В. Соболев, Л.П. Дашкова, П.Г. Гончаров, В.А. Гросул. Особливості управління торгівельними мережами, враховуючі запити конкретного регіону, висвітлювали у своїх працях Чумаченко, Т.В. Футайло, Р.В. Криган, Н.О. Власова, О.В. Клочкова, В.М. Селютіна, Н.М. Севериненко, О.О. Кавун. Проте через постійну зміну попиту, модифікацію товару, інноваційні форми і методи продажу, нові технології в торгівлі необхідно постійно досліджувати тенденції розвитку роздрібних мереж та галузі в цілому.

Останніми роками в Україні стрімко розвиваються роздрібні мережі, які складаються з десятків або навіть сотень роздрібних торговельних підприємств, що належать єдиному власнику, який може бути як вітчизняним так і закордонним суб'єктом господарювання. Їх становлення та ріст відбувається під впливом позитивних і негативних чинників. До позитивних відносяться:

- пізній перехід на сучасні форми торгівлі ніж закордонні мережі;

- можливість використання для розвитку досвід набутий закордонними дослідниками;
- поряд з традиційною торгівлею використання Інтернет - продажу товарів та оперативна їх доставка;
- використання різних форматів магазинів у мережі в залежності від місця, запитів цільової аудиторії, асортименту.

До негативних:

- політична не стабільність, яка не сприяє притоку інвестицій як вітчизняних та к і закордонних;
- зтяжна економічна криза, що поступово виводить з ринку багатьох її учасників;
- знецінення валюти;
- підвищення комунальних послуг, яка протегує погіршенню купівельної спроможності.

Згідно даним Державної служби статистики України [1], за сім місяців 2016 року оборот роздрібною торгівлі в Україні збільшився на 2,4 % (до 628,9 млрд грн) у порівнянні з аналогічним періодом року минулого. При цьому в цілому за 2015 рік він впав на 20,7 %. У той же час, тільки в I кварталі 2016 року дохід населення, який може бути витрачений на закупівлю товарів і послуг (наявний дохід), виріс на 11 % (до 297 млрд грн) у порівнянні з I кварталом 2015 р .

Отже, всі ці тенденції говорять про збільшення попиту на товари народного споживання і пожвавлення в ритейлі - роздрібною торгівлі.

На сьогоднішній день в Україні існують наступні формати роздрібних мереж:

- продуктовий, у п'ятірку найпоширеніших входять: «АТБ», «Fozzy Group», «Ритейл Групп», «VARUS», «ЕКО- МАРКЕТ». У структурі продажів торгових мереж, значно домінують окремі магазини, що становлять близько 68 % всіх продажів. Згідно прогнозам [2, 3], що в кризовий час торгові мережі будуть робити акцент на розвиток «дискаунтерів» і магазинів «біля дома», частка яких в структурі зараз становить 12 % і 9 % відповідно.

- drogerie (косметика, засоби гігієни, лікарські препарати), представлений національними роздрібними мережами: prostor, Космо, EVA та закордонними - Watsons, Брокард Україна з загальною кількістю магазинів 1273 та торгівельною площею близько 237 тис. м². Найпоширенішими мережами формату на 2015 рік - є Watsons і proStor , які охоплюють 23 області та знаходяться у 112 та 107 містах України відповідно, що дозволяє їм займати 24 % та 23 % ринку

(загальна кількість міст на території країни – 460, загальна кількість областей - 24);

- БТіЕ (побутова техніка та електроніка), представлений в основному мережами «Ельдорадо», «Comfy», «Фокстрот», «Технополіс», показали в першому кварталі 2016 загальне падіння на 5,9 % щодо першого кварталу 2015 року. Не завчаючи на падіння економічних показників перелічені мережі активно розвивають форми мультимедійного продажу саме: онлайн-або оффлайн-магазин, кол-центр або мобільний додаток, що на їх думку надасть можливість зростанню прибутків;

- гаджети, представлені мережами ГК «Fozzy Group» «ringoo», АЛЛО, «Розетка», «Цитрус», «MoYo». Основною тенденцією магазинів гаджетів і мобільної техніки – змінення їх формату, а саме, розширення торгового простіру, додаючи інтерактивності і комфорту для покупців, та впровадження додаткових послуг, таких, як: безкоштовна зарядка смартфонів у магазині, оснащення демонстративним та освітніми матеріалами;

fashion, beauty (модного, одягу) останнім часом поширюються мережі з Туреччини (такі як LC Waikiki, Laboca), Європи (Steiff, Falke), США (Calvin Klein, Arena, New Balance). Також активно розвиваються українські виробники одягу, відкриваючи все більше: магазини Goldi, Arber, U Dress та інші;

DIY (будівельних матеріалів), представлений мережами «ЕпіцентрК», «Нова лінія», «Леруа Мерлен Україна», «Олді». Абсолютним лідером в 2014 р. та 2015 р. по чистому доходу, а також за кількістю торговельних точок, показника чистого виторгу була компанія «Епіцентр К» [4]. Це означає, що ринок товарів для дому та ремонту практично монополізований найбільшої національної мережею «Епіцентр», і найближчим часом поява серйозних конкурентів в цьому сегменті української роздрібної торгівлі малоімовірно.

- аптечні мережі, представлені «Аптека 24» «Мед-сервіс», «Аптека низьких цін», «Економ аптека», «Космо», «Фармація», «Аптека 03» та ін.. Незважаючи на складну економічну ситуацію, український фармринок продовжує розвиватися. Основним фактором, що впливає на зростання ринку, як і раніше залишається підвищення цін, що призводить до зниження споживання лікарських засобів в упаковках. Структура споживання поступово зміщується в бік вітчизняної продукції і більш дешевих препаратів [5];

- мережі дитячого одягу, представлено СМІК, «Антошка», «Gloria-Jeans», «Wenice» та ін. Велику конкуренцію мережам складають Інтернет - магазини дитячого одягу;

- мережі АЗС (автомобільних заправок очних станцій) – представлено мережами «Авиас», «АНР», «Укрнафта», «Укртатнафта», «Sentoza», «WOG», «ОККО», «Паралель». Ринок автозаправних станцій монополізований помірно. Загалом цей ринок нараховує приблизно 6320 автозаправних станцій і комплексів.

Отже, аналіз форматів роздрібних мереж показав, що в кожному із сегментів ситуація відрізняється. Але при цьому відзначається і загальна тенденція: 2014-2015 роки привели до різкого падіння купівельної спроможності населення, і продавати товар з колишньої націнкою стало неможливо. За даними експертів, у 2016 році отримувати прибутки будуть ті мережі, які зможуть максимально адаптувати стратегію розвитку бізнесу до мінливих споживацьких запитів. Проте багато гравців вітчизняного ретейлу прогнозують збільшення продажів і розміру середнього чека.

Література.

1. Офіційний сайт Комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ukrstat.gov.ua

2. Асоціація ритейлерів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rau.com.ua/news/eva-v-2016-m-my-sushhestvenno-rasshirim-set/>

3. Моя торговая группа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://my-trade-group.com/>

4. Офіційний сайт газети «Бізнес-цензор» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://retail-community.com.ua/news/management/4869-reyting-krupneyshih-riteyl-kompaniy-2015-goda>

5. Офіційний сайт газети «Бізнес-цензор» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://retail-community.com.ua/news/spetsproektyi/3905-infografika-reyting-effektivnosti-aptechnyih-setey-ukrainyi-za-2015-god>