

*The practical value. The results contribute to further research of categorical apparatus of the concept of «tourism services market».*

**Keywords:** *tourism services market, supply and demand of the tourism services market, the object of the tourism services market, travel service, travel product, subjects of the tourism services market.*

УДК 339.37.

**Фролова Л. В., д-р. екон. наук, проф.<sup>1</sup>**

**Іванчук К. О., канд. екон. наук<sup>2</sup>**

Донецький національний університет економіки  
і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна, e-mail: larisa.frolova@mail.ru<sup>1</sup>  
ivanchuk@gmail.com<sup>2</sup>

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

**Folova L., Doct. Sc. (Econ.), Prof.<sup>1</sup>**

**Ivanchuk K., Cand. Sc. (Econ.)<sup>2</sup>**

Donetsk National University of Economics  
and Trade named after Mykhayilo Tugan Baranovsky,  
Kryvyi Rig, Ukraine, e-mail: larisa.frolova@mail.ru<sup>1</sup>  
ivanchuk@gmail.com<sup>2</sup>

## DEVELOPMENT TRENDS OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE

**Мета.** *Мета статті полягає в узагальненні її характеристики основних тенденцій, що мають місце на нинішньому ринку роздрібної торгівлі, та визначення ключових детермінант його динамічного розвитку.*

**Методи дослідження.** *Наукове дослідження проведене з використанням загальнонаукових і спеціальних методів. В основі статті лежить метод аналізу та синтезу, використання якого дозволило визначити базові детермінанти розвитку підприємств торгівельної галузі України й обґрунтувати тенденції їх динамічного розвитку. Використано метод економічного аналізу та графо-аналітичний метод, які в рамках системного підходу до проблем оцінки тенденцій розвитку торговельних підприємств сприяли формуванню цілісного науково обґрунтованого тенденційного прогнозу.*

**Результати.** *Розглянуто основні показники-індикатори розвитку торговельних підприємств України. Базуючись на результатах економічного аналізу, досліджено динаміку структурних зрушень формування роздрібного товарообігу торговельних підприємств, з метою визначення змін платоспроможного попиту населення порівняно динамічні зміни роздрібного товарообігу з динамікою номінальних і реальних доходів населення. Встановлено основні проблеми та тенденції розвитку торговельних підприємств на основі дослідження параметру споживчих очікувань та можливість нарощування інноваційного потенціалу підприємств сфери роздрібної торгівлі.*

*Наукова новизна дослідження* полягає у формуванні тенденційного прогнозу динамічного розвитку торговельних підприємств на основі визначення базових детермінант забезпечення їх розвитку.

*Практичне значення* полягає в тому, що визначені в рамках дослідження тенденції розвитку торговельних підприємств формують вихідні передумови для обґрунтування драйверів динамічного розвитку окремих торговельних підприємств.

**Ключові слова:** торговельне підприємство, роздрібна торгівля, тенденції розвитку, споживчі очікування, формат торгівлі.

**Постановка проблеми.** Ефективність глобальної економічної системи забезпечується ефективністю локальних елементів, що вбудовані в цю систему на рівні країн чи галузей. Особливе місце в економічній системі світу, й України зокрема, займає торговельна галузь, яка концентрує значну частину національного багатства, має важливе значення в забезпеченні зайнятості та грошових доходів населення. Крім усього іншого, покращення стану торговельної галузі має безпосередній вплив на промислове виробництво, яке не може ефективно розвиватися без розвинутої системи товарного обігу.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Враховуючи важливе значення розвитку торгівлі в системі забезпечення національного добробуту та сталого розвитку економіки й суспільства, дослідження тенденцій, детермінант, тактики та стратегії розвитку сфери торгівлі представлені в працях широкого кола як вітчизняних, так і закордонних учених, поміж яких В. Апопій, В. Гросул, Л. Дідківська, М. Забаріло, Г. Красевич, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, А. Предеїн, Ю. Шпильова, І. Царук та ін. Однак трансформаційні зміни, динамічний розвиток зовнішніх умов функціонування торговельних підприємств приводять до необхідності здійснення тенденційного аналізу та визначення сучасних детермінант подальшого розвитку сфери роздрібно торгівлі.

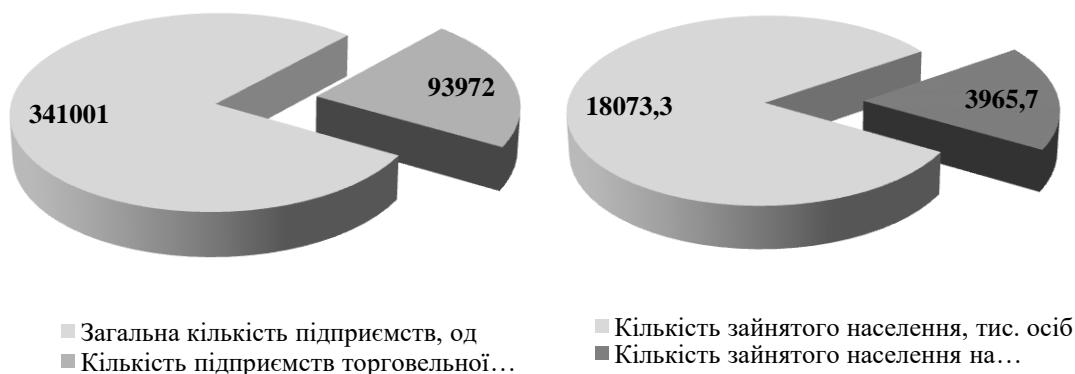
**Не вирішені раніше питання, що є частиною загальної проблеми.** Торговельний сектор не лише є частиною економічної системи України, але й несе в собі суттєве соціальне навантаження. Соціальне значення роздрібно торгівлі полягає не тільки в скороченні часу, зусиль і коштів, що витрачають споживачі на пошук і придбання товарів чи послуг, а й у формуванні усїєї системи соціальної сфери [1, с. 237], що відбувається шляхом підтримки балансу виробництва і споживання, формування значної частки валової доданої вартості, створення великої кількості робочих місць для економічно активного населення та генерації податкових надходжень до державного й місцевих бюджетів. Визначені фактори мають суттєве значення в забезпеченні стійкості усїєї економічної системи держави, підтримці високого рівня її економічної безпеки та якості життя населення. Моніторинг і з'ясування базових тенденцій, що склалися на тому чи іншому ринку, є вихідною передумовою ефективно розробки національних концепцій і стратегій розвитку, формування сучасних бізнес-моделей підприємств та обґрунтування їхніх стратегій.

**Мета статті** полягає в узагальненні та характеристиці основних тенденцій, що мають місце на нинішньому ринку роздрібно торгівлі, та визначенні ключових детермінант його динамічного розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Розглядаючи структурні характеристики економіки України, слід зазначити, що підприємства торговельної галузі посідають вагомe місце в економічній системі, оскільки частка торговельних підприємств у загальній кількості підприємств України становить майже 28 %. Торговельна галузь України є потужним генератором робочих місць, оскільки станом на кінець 2014 року в торгівлі були зайняті близько 22 % від усього зайнятого населення країни (рис. 1).

За роки незалежності галузь роздрібної торгівлі в Україні пройшла декілька еволюційних етапів і зазнала суттєвих динамічних змін, які перш за все проявляються в диверсифікації торговельних підприємств, підвищенні частки роздрібного товарообігу організованої торгівлі, активізації діяльності іноземних торговельних операторів на українському ринку, розвитку нових форматів та застосуванні сучасних технологій у торгівлі.

Основні тенденції розвитку роздрібної торгівлі країни формуються відповідно до загальної політики поведінки держави у світовому торговельному просторі та засад державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Відтак, історично сформувалися два напрямки торговельного устрою країн – політика лібералізації зовнішньої торгівлі (фрітрейдерства) та політика протекціонізму.



**Рисунок 1.1** – Питома вага торговельних підприємств в загальній кількості

**Рисунок 1.2** – Питома вага зайнятого населення на підприємства торгівлі

**Рисунок 1** – Роль торговельної галузі в економічній системі України станом на 2014 рік

Прийнято вважати, що спрямованість країни на підтримку національного виробника або лібералізацію ринків на діяльність роздрібних торговельних підприємств, переважну питому вагу в асортименті яких становлять товари повсякденного попиту, впливає опосередкованим чином. Однак стратегія, тактичні й оперативні дії роздрібних торговельних підприємств розробляються та коректуються відповідно до загальнонаціонального вектору здійснення зовнішньоторгівельної діяльності. Сьогодні Україна бере активну участь у світогосподарських процесах, є одним з лідерів за рівнем відкритості економіки, проте більшість національних конкурентних переваг використовуються зовнішніми торговельними партнерами [2, с. 124]. Сьогодні відбувається загальна еволюція торговельних відносин, і сучасне торговельне підприємство України функціонує у відкритій глобальній системі. На його діяльність впливають чинники, які взаємодіють один з одним і формують певні світові тенденції розвитку торговельної галузі [3, с. 158].

Відтак у процесі свого функціонування торговельні підприємства України мають вирішувати декілька проблем економічного й соціального значення:

- підтримки балансу вітчизняних та імпортованих товарів шляхом проведення виваженої асортиментної політики;
- подолання диспропорцій у цінній структурі асортименту для ефективного задоволення потреб споживачів усіх соціальних прошарків населення, але особливо тих, що є найменш соціально захищеними;

– забезпечення економічної ефективності на основі динамічного моніторингу платоспроможного попиту населення та кореляції його динаміки з динамікою фізичного обсягу товарообігу підприємства;

– розробки та впровадження в практику господарювання інструментів інтенсифікації розвитку торгівельних підприємств шляхом удосконалення процесу управління створенням споживчої цінності в торгівлі;

– формування внутрішньої системи вбудованих стабілізаторів діяльності та забезпечення стану рівноважного функціонування.

Для оцінки поточного стану торгівельної галузі розглянемо основні показники, що характеризують розвиток торгівлі в Україні, наведені в табл. 1.

Аналіз роздрібного товарообігу, що є основним індикатором розвитку торгівлі, показав не досить рівномірне, однак постійне зростання обсягу товарообігу, окрім показника 2009 року через наслідки світової фінансової кризи. Необхідно зауважити, що незважаючи на інфляційні процеси в економіці країни, спостерігається позитивна динаміка зростання товарообігу й у порівняних цінах, окрім показників 2009 та 2014 років, що є наслідком високих темпів інфляції та зниження купівельної спроможності населення в цей період.

**Таблиця 1** – Основні показники розвитку торгівлі в Україні

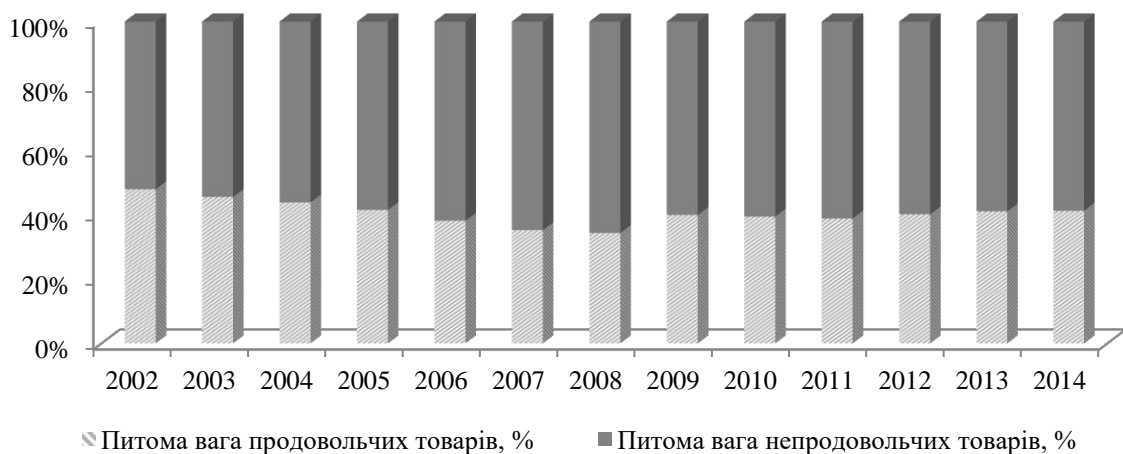
Рік	Роздрібний товарообіг підприємств, млн грн	Темпи зростання роздрібного товарообігу у % до попереднього року		Об'єкти роздрібно́ї торгівлі (магазини) на кінець року, тис. од.	Кількість ринків з продажу споживчих товарів на кінець року, од.
		у поточних цінах	у порівняних цінах		
2000	28757	108,1	108,1	77,9	2514
2001	34417	119,68	113,7	72,3	2715
2002	39691	115,32	115	66,8	2863
2003	49994	125,96	120,5	62,3	2891
2004	67556	135,13	121,9	58,3	2869
2005	94332	139,64	123,4	55,8	2886
2006	129952	137,76	126,4	54,6	2890
2007	178233	137,15	129,5	52,3	2834
2008	246903	138,53	117,3	50,5	2785
2009	230955	93,54	79,1	47,6	2761
2010	280059	121,26	110,1	48	2758
2011	350059	124,99	113,2	48,4	2698
2012	405114	115,73	112,3	47,2	2647
2013	433081	106,9	106,1	45,5	2609
2014	438343	101,22	90,0	38,7	2177

Середньорічний темп зростання товарообігу в порівняних цінах становить 14 % проти 21 % середньорічного темпу зростання роздрібного товарообігу в поточних цінах упродовж 2000–2014 рр., що позитивно характеризує розвиток торгівельної

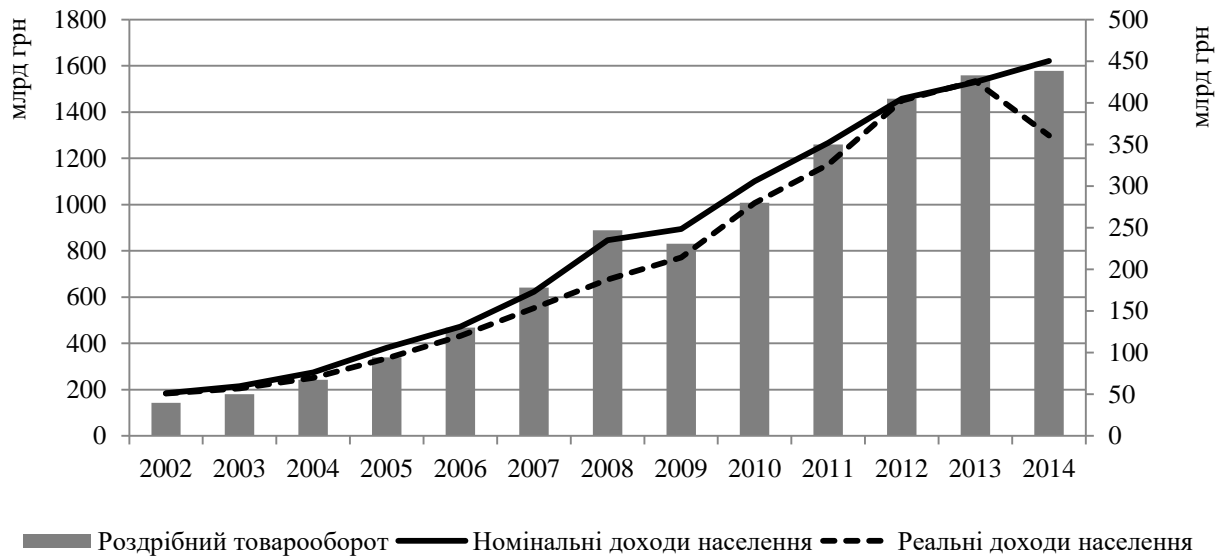
галузі України. Зниження темпів зростання роздрібногo товарообігу як у поточних, так і порівняних цінах протягом 2012–2014 рр. зумовлене погіршенням економічної ситуації в країні та формуванням такого фактору, як «споживчі очікування», коли населення стримує свій попит в очікуванні підвищення рівня визначеності та стабільності економічної системи. Варто звернути увагу: кожного року зменшується кількість об'єктів роздрібногo торгівлі, що є наслідком зміни форматів роздрібногo торгівлі, з одного боку, і зростаючих вимог до підприємств з боку ринковою середовища, що підвищує конкуренцію й робить його вкрай важким для ефективного функціонування, з іншого боку. Застарілі торговельні об'єкти або модифікують методи роботи, або закриваються як неефективні та поглинаються більш успішними конкурентами [4]. З 2006 року наявна тенденція до не досить значного, однак поступового скорочення кількості ринків з продажу споживчих товарів, що зумовлене розширенням об'єктів роздрібногo торгівлі сучасних форматів.

Для визначення напрямків і резервів розвитку торговельногo галузі України необхідним є дослідження структури роздрібногo товарообігу, що характеризує споживчий попит та рівень добробуту населення (рис. 2).

Структура роздрібногo товарообігу в Україні характеризується поступовим збільшенням частки непродовольчих товарів у період з 2002 по 2008 рр., а також 2010–2011 рр., що свідчить про підвищення добробуту населення. Негативне відхилення цієї тенденції 2009 року викликане фінансово-економічною кризою. Зростання частки продовольчих товарів у структурі роздрібногo товарообігу протягом 2012–2014 рр. відбулося на фоні погіршення загальної кон'юнктури ринку та підвищення рівня невизначеності економічної системи в цілому. Отже, за умови відновлення позитивної тенденції до зниження питомої ваги продовольчих товарів у структурі роздрібногo товарообігу, що свідчатиме про підвищення реальних доходів споживачів, підприємства отримають резерв кількісного й якісного зростання.



**Рисунок 2** – Структура роздрібногo товарообігу торговельних підприємств України  
Зіставлення обсягів роздрібногo товарообігу й реальних і номінальних доходів населення наведено на рис. 3.



**Рисунок 3** – Зіставлення обсягів роздрібногo товарообігу та реальних і номінальних доходів населення

Важливим фактором позитивного впливу на розвиток роздрібногo торгівлі є тенденція до постійного зростання номінальних і реальних доходів населення, яка спостерігалася до 2013 року; це свідчить не лише про можливість вартісного нарощування обсягу роздрібногo товарообігу (як наслідок інфляційних процесів), але й нарощування фізичного його обсягу як одного з основних факторів забезпечення стійкого розвитку підприємств торгівельного сектору економіки. Однак значне посилення інфляційних процесів 2014 року привело до різкого зниження реальних доходів населення і, як наслідок, зменшення наявного платоспроможного попиту.

Згідно з наявною тенденцією стійкий економічний розвиток торгівельних підприємств може бути забезпечений на основі виваженої цінової й асортиментної політики задля формування споживчого попиту та забезпечення лояльності споживачів, а також на основі ефективного управління ресурсною підсистемою господарювання підприємства в умовах зростаючих споживчих очікувань.

Важливим етапом при оцінці тенденцій і прогнозуванні подальшого розвитку підприємств торгівлі є аналіз ефективності функціонування торгівельних підприємств у динаміці (табл. 2).

Аналіз ефективності функціонування торгівельних підприємств України показав тенденцію до зростання всіх показників, що характеризують ефективність управління ресурсами підприємства. Зокрема показник продуктивності праці демонструє стабільне динамічне зростання впродовж 2010–2013 рр. 2013 року зміна становила 9,39 % відносно показника 2012 року, а за період з 2010 року цей показник збільшився на понад 64 %, що говорить про загальну тенденцію до підвищення ефективності управління інтелектуально-кадровими ресурсами у сфері торгівлі. Коefіцієнт оборотності товарних запасів також характеризується тенденцією до щорічного збільшення, що дає можливість зробити висновок про позитивні зрушення в управлінні однією з найбільш важливих підсистем діяльності торгівельних підприємств і формування передумов до забезпечення стійкого економічного розвитку підприємств торгівлі в довгостроковому періоді. Досить повільними є темпи зростання показників фондовіддачі (100,93 %) й товарообігу на 1 м<sup>2</sup> торгової площі (101,16 %) 2013 року, однак висхідна тенденція зміни цих індикаторів формує певний резерв до інтенсифікації подальшого розвитку підприємств з позицій стійкості.

Таблиця 2 – Показники ефективності функціонування торговельних підприємств України

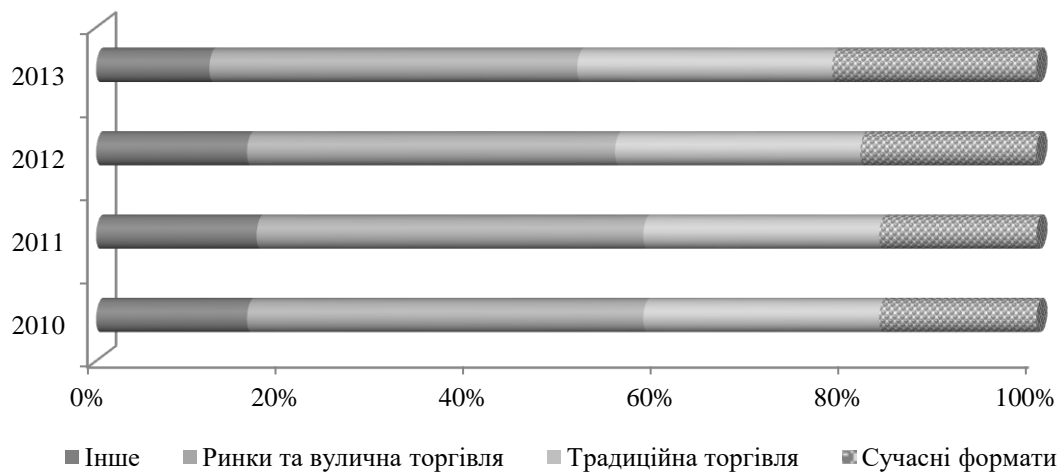
Показники	Роки				Темп зміни, %	
	2010	2011	2012	2013	2013 р. до 2012 р.	2013 р. до 2010 р.
Продуктивність праці, тис. грн	225,65	280,79	339,46	371,33	109,39	164,56
Середній коефіцієнт оборотності товарних запасів, коеф.	11,28	12,29	15,30	15,78	103,12	139,86
Фондовіддача, грн	2,64	2,84	2,93	2,96	100,93	112,30
Товарообіг на 1 м <sup>2</sup> торгівної площі, тис. грн	33,3	46,82	53,37	53,99	101,16	162,12
Рентабельність операційної діяльності, %	9,8	15	12,2	9,5	77,87	96,94
Коефіцієнт фінансової автономії (концентрації власного капіталу), коеф.	0,14	0,16	0,12	0,11	92,32	77,38
Коефіцієнт фінансової стійкості, коеф.	0,17	0,19	0,14	0,12	88,72	72,41

Рентабельність операційної діяльності впродовж 2012–2013 рр. характеризується спадною тенденцією, що є сигналом до необхідності ефективного управління фінансовими результатами підприємств. Сучасні торговельні підприємства здебільшого використовують агресивну політику формування капіталу підприємства та функціонують переважно за рахунок позикових коштів, що негативно впливає на рівень автономії й загальної фінансової стійкості підприємств на ринку. Тенденція до зниження рівня концентрації власного капіталу (77,38 % порівняно з 2010 роком) на підприємствах торгівлі та їхньої фінансової стійкості (72,41 % порівняно з 2010 роком) зумовлена зниженням рентабельності та неспроможністю підприємств нарощувати обсяги діяльності за рахунок власних фінансових ресурсів.

Ефективність функціонування торговельних підприємств у ринковому середовищі забезпечується не лише здатністю до залучення необхідних ресурсів і раціонального їх розподілу, але й вибором формату діяльності та ринкового сегменту.

Сьогодні зростає частка організованої торгівлі, що охоплює традиційну торгівлю (магазини «біля дому» і спеціалізовані магазини) й торгівлю в рамках сучасних форматів (супермаркети, гіпермаркети, дискаунтери, cash&carry). Така тенденція робить розвиток торговельного сектору більш керованим і прогнозованим, що дає змогу не тільки розробляти стратегії забезпечення стійкого економічного розвитку окремих торговельних підприємств, а й запроваджувати інституціональні механізми сприяння розвитку торговельних підприємств на засадах стійкості. Особливо важливого значення це набуває за умов, коли сучасні формати організації торгівлі мають значний потенціал для подальшого зростання, оскільки питома вага цього виду торговельних каналів відносно низька порівняно з іншими країнами Європи, де питома вага лише сучасних форматів організації торгівлі становить більше 50 %. Однак необхідно зауважити, що концентрація торгівлі в торгових мережах спричиняє укрупнення торговельних об'єктів, що може негативно відбитись на рівні конкуренції в галузі та формуванні відносної монополізації ринку, особливо в регіональному розрізі, що потребує уваги й контролю з боку державних інститутів.

Наочно динаміка структури торговельних каналів України в загальному обсязі товарів повсякденного попиту представлена на рис. 4.



**Рисунок 4** – Структура торговельних каналів України в загальному обсязі товарів повсякденного попиту [складено авторами за [5]]

На сучасному етапі розвитку ринку спостерігається перехід операторів на нові формати організації торгівлі, а також якісний ріст галузі (удосконалення та збільшення спектру послуг, сервісів, орієнтованих на попит споживачів). При цьому частка національних операторів на ринку цивілізованої мережевої торгівлі України залишається досить низькою – близько 25 % [6].

Значна частка функціонування на вітчизняному ринку іноземних операторів не є абсолютно негативним або позитивним явищем, однак це дає можливість національним операторам переймати певний досвід створення та реалізації споживчої цінності на всіх бізнес-процесах, особливо на засадах інноваційного розвитку.

Традиційно торгівля належить до галузей з низьким інноваційним потенціалом, однак трансформаційні зміни в економічній системі як України, так і всього світу, формування «економіки і знань» та посилення ролі споживача в ринковому середовищі створюють передумови для нарощування інноваційного потенціалу торговельного сектору. У торговельну галузь України активно вступають передові технології торгівлі та маркетингу, різноманітні інформаційні, технічні та технологічні інноваційні проекти розвитку, які докорінним чином змінюють традиційне уявлення про торговельний бізнес [7, с. 7]. Розвиток торгівлі на засадах інноваційності сприятиме підвищенню загального рівня конкурентоспроможності торговельних підприємств, підвищенню рівня обслуговування споживачів і формуванню сприятливих умов у галузі для стійкого розвитку торговельних підприємств.

Л. О. Лігоненко та Г. Л. Красневич виділяють такі інноваційні пріоритети для України: активний (наздоганяючий) розвиток електронної торгівлі; впровадження в практику роботи гнучкого електронного ціноутворення, електронних засобів супроводу і штрихового кодування товарів, засобів радіочастотної технології моніторингу рухів відвідувачів; використання інноваційних рішень, які уможливають перехід до персоналізованого обліку покупців за рахунок упровадження клубних, дисконтних і карток самообслуговування; комплексну та всеохопну автоматизацію всіх бізнес-процесів сучасної роздрібно торгівлі, у т. ч. управлінського, за рахунок упровадження сучасних ERP-систем, а також упровадження форматних і товарних новацій,



спрямованих на скорочення часу покупців і надання їм екологічних і раціональних для споживання товарів та послуг [7, с. 13].

Отже, на основі узагальнення аналітичних і статистичних матеріалів [5, 8] визначено такі прогностичні тенденції розвитку роздрібної торгівлі в Україні:

- зменшення фізичного обсягу товарообігу по більшості асортиментних груп продовольчих і непродовольчих товарів;
- уповільнення темпів скорочення обсягів замовлень на вітчизняні товари та зменшення обсягів замовлень на імпортовані товари;
- зростання цін реалізації товарів;
- зменшення кількості працівників на підприємствах роздрібної торгівлі;
- відсутність позитивних змін у фінансово-економічному стані торговельних підприємств;
- ключовими факторами інтенсифікації розвитку («здоров'я») торгівлі стануть боротьба за покупців, формування лояльності споживачів, підвищення в структурі споживачів категорії «сильний споживач», індекс витрат якої більший за індекс витрат середнього покупця по Україні;
- наявність негативних споживчих настроїв та очікувань;
- необхідність диференціації торговельних підприємств і споживачів.

**Висновки.** Таким чином, на основі проведеного аналізу стану роздрібної торгівлі можна зробити висновок про нестійкість розвитку й функціонування торговельної системи України, а також негативний вплив зовнішнього середовища, який має ознаки турбулентності та хаотичності, що вимагає пошуку адекватних сучасних методів управління ринковим середовищем і збалансованих різноспрямованих інструментів забезпечення стійкого економічного розвитку на рівні всієї системи торгівлі та рівні її окремих елементів.

Ю. Б. Шпильова та І. М. Царук [1, с. 243] наголошують на необхідності реалізації низки заходів для покращення якості функціонування роздрібної торгівлі, зокрема:

- удосконалити податковий контроль за діяльністю підприємств роздрібної торгівлі;
- посилити державне стимулювання малого бізнесу в цій сфері діяльності;
- посилити регулюючу функцію держави у сфері ціноутворення та забезпечення доступності послуг сфери роздрібної торгівлі;
- оновити Державні стандарти щодо якості товарів, їх зберігання, транспортування, пакування;
- забезпечити державну підтримку підприємствам роздрібної торгівлі для впровадження інновацій.

Однак окрім забезпечення державної підтримки галузі роздрібної торгівлі, важливе значення має інтенсифікація діяльності окремих підприємств, спрямована на реалізацію потенціалу їхнього розвитку й забезпечення ефективного функціонування в ринковому середовищі впродовж тривалого періоду, незважаючи на негативні впливи та стрімкий динамізм зовнішнього середовища. Поточні економічні умови функціонування торговельних підприємств залежать від великої кількості випадкових процесів, які значно відрізняються в напрямку, швидкості, структурі та рівні коливань, що має бути враховано й покладено в основу розробки стратегії динамічного розвитку торговельних підприємств.

#### Список літератури / References:

1. Шпильова Ю. Б. Роздрібна торгівля України: регіональний рівень розвитку / Ю. Б. Шпильова, І. М. Царук // Наука й економіка. – 2013. – Вип. 3. – С. 236–244.

Shpilyova, Yu. B. and Tsaruk, I. M. (2013) Retail trade of Ukraine: regional rate of development [Rozdribna torhivlya Ukrayiny: regionalniy riven rozvytku], Nauka i ekonomika, no. 3, p. 236–244.

2. Боднарчук Т. Л. Теоретико-методологічні засади аналізу політики протекціонізму / Т. Л. Боднарчук // Український соціум. – 2013. – № 1(44). – С. 117–128.

Bodnarchuk, T. L. (2013) Theoretical and methodological principles of protectionism analysis [Teoretyko-metodologichni zasady analizu polityky protektsionizmu], Ukrayinskiy sotsium, no. 1(44), p. 117–128.

3. Дідківська Л. Еволюція форматів торгівлі та модифікація конкурентних відносин / Л. Дідківська // Підприємництво, господарство і право. – 2007. – № 6. – С. 156–158.

Didkivska, L. (2007) The evolution of retail formats and modification of competitive relations [Rozdribna torhivlya Ukrayiny: regionalniy riven rozvytku], Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo, no. 6, p. 156–158.

4. Анализ украинского рынка розничной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ainvest.com.ua/upload/ukr\\_market\\_trade.pdf](http://ainvest.com.ua/upload/ukr_market_trade.pdf).

Analiz ukrainskogo ryinka roznichnoy torgovli [Analysis of Ukrainian retail trade market], available at: [http://ainvest.com.ua/upload/ukr\\_market\\_trade.pdf](http://ainvest.com.ua/upload/ukr_market_trade.pdf).

5. Забарило М. Ключові тенденції розвитку форматів роздрібної торгівлі в Україні та Європі [Електронний ресурс] / М. Забарило. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/gfkukraine/ss-34856213>.

Zabarylo, M. Key trends of retail formats in Ukraine and Europe [Klyuchovi tendentsiyi rozvytku formativ rozdribnoyi torhivli v Ukrayini ta Yevropi], available at: <http://www.slideshare.net/gfkukraine/ss-34856213>.

6. Ринок роздрібної торгівлі за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_img/AS/2013/29.04.2013/Roznica\\_2012.Pdf](http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2013/29.04.2013/Roznica_2012.Pdf).

Retail market for 2012, [Rynok rozdribnoyi torhivli za 2012 rik], available at: [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_img/AS/2013/29.04.2013/Roznica\\_2012.Pdf](http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2013/29.04.2013/Roznica_2012.Pdf).

7. Лігоненко Л. О. Інноваційний вектор розвитку торгівлі в Україні / Л. О. Лігоненко, Г. Л. Красневич // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 7–14. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary\\_2011\\_1\\_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2011_1_3.pdf).

Lihonenko, L. O. and Krasnevych, H. L. (2011) Innovative vector of trade in Ukraine, [Innovatsiyniy vector rozvytku torhivli v Ukrayini], *Tovary i Rynky*, no. 1, p. 7–14., available at: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary\\_2011\\_1\\_3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/tovary_2011_1_3.pdf).

8. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

State Statistics Service, [Derzhavna sluzhba statystyky], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Цель.** Цель статьи заключается в обобщении и характеристике основных тенденций, имеющих место на нынешнем рынке розничной торговли, и определение ключевых детерминант его динамического развития.

**Методы исследования.** Научное исследование проведено с использованием общенаучных и специальных методов. В основе статьи лежит метод анализа и синтеза, использование которого позволило определить базовые детерминанты развития предприятий торговой отрасли Украины и обосновать тенденции их динамического развития. Использованы метод экономического анализа и графо-аналитический метод, которые в рамках системного подхода к проблемам оценки тенденций развития торговых предприятий позволили сформировать целостный научно обоснованный тенденциозный прогноз.

**Результаты.** Рассмотрены основные показатели-индикаторы развития торговых предприятий Украины. Основываясь на результатах экономического анализа, исследована динамика структурных сдвигов формирования розничного товарооборота торговых предприятий, с целью определения изменений платежеспособного спроса населения сопоставлены динамические изменения розничного товарооборота с динамикой номинальных и реальных доходов населения. Установлены основные проблемы и тенденции развития торговых предприятий на основе исследования параметра потребительских ожиданий и возможности наращивания инновационного потенциала предприятий сферы розничной торговли.

**Научная новизна** исследования заключается в формировании тенденциозного прогноза динамического развития торговых предприятий на основе определения базовых детерминант обеспечения их развития.

**Практическое значение** состоит в том, что определенные в рамках исследования тенденции развития торговых предприятий формируют исходные предпосылки для обоснования драйверов динамического развития отдельных торговых предприятий.

**Ключевые слова:** торговое предприятие, розничная торговля, тенденции развития, потребительские ожидания, формат торговли.

**Objective.** The purpose of the article is the synthesis and characterization of major trends, which are taking place at the current retail market, and identify key determinants of its dynamic development.

**Methods.** Scientific research was conducted with the use of general and special methods. At the core of the article is the method of analysis and synthesis, the use of which allowed to define the basic determinants of trade enterprises industry of Ukraine and justify their trends of dynamic development. The method of economic analysis and graph-analytic method were used that under the system approach to assess trends of commercial enterprises development gave the possibility to form a coherent science-based biased forecast.

**Results.** The main indicators of Ukrainian trade enterprises development were reviewed. Based on the results of economic analysis, the dynamics of structural shifts concerning formation of retail trade enterprises turnover was studied. It was studied the comparison of the retail turnover dynamic changes with the dynamics of nominal and real incomes to determine changes in population effective demand. The basic problems and trends of commercial enterprises are established based on the research of consumer expectations parameter and the possibility of increasing the innovative capacity of retail enterprises.

**The scientific novelty** of the research is that it was created some biased prediction of commercial enterprises dynamic development based on the definition of basic determinants of their development.

**The practical significance** lies in the fact that the identified development trends of commercial enterprises form the initial assumptions to justify dynamic drivers of certain commercial enterprises.

**Key words:** commercial enterprise, retail, trends of development, consumer expectations, retail format.