

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Економічний факультет
Кафедра статистики, обліку та аудиту

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Статистичний аналіз роздрібної торгівлі в Україні»

Виконав: студент 2 курсу
спеціальності 051 «Економіка»
(освітньо-професійна програма
«Економічна аналітика та статистика»)



Валерій ПУГАЧОВ

Керівник: д. е. н., професор
кафедри статистики, обліку та аудиту



Олексій КОРЕПАНОВ

Роботу допущено до захисту перед АК рішенням кафедри статистики,
обліку та аудиту від «09» листопада 2023 р., протокол № 4.



Зав. кафедри статистики, обліку та аудиту Оксана НЕСТЕРЕНКО

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	7
1.1. Основні поняття, функції та форми роздрібної торгівлі.....	7
1.2. Умови світової торгівлі та основні організації торговельного спрямування.....	13
1.3. Інформаційна база та система показників вивчення роздрібної торгівлі.....	17
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ РЕГІОНАХ	23
2.1. Аналіз обсягів і структури роздрібного товарообороту в Україні.....	23
2.2. Регіональний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні.....	34
Висновки до розділу 2	46
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ	48
3.1. Аналіз динаміки розвитку підприємств роздрібної торгівлі в Україні	48
3.2. Моделювання та прогнозування тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні	53
3.3. Аналіз розвитку роздрібної торгівлі у світі та вплив на неї війни в Україні	66
Висновки до розділу 3	76
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
ДОДАТКИ.....	90

ВСТУП

Актуальність роботи. Роздрібна торгівля відіграє ключову роль у національній економіці багатьох країн, включаючи Україну. Вона становить значну частку ВВП, забезпечує зайнятість тисячам людей і має прямий вплив на споживчу поведінку населення.

Роздрібний ринок постійно змінюється через зростання конкуренції, зміну попиту споживачів, розвиток технологій тощо. Саме тому актуальні дані і аналіз цих змін допомагають розуміти ситуацію на ринку, виявляти тренди та прогнозувати подальший розвиток галузі. Підприємства роздрібної торгівлі постійно шукають способи оптимізувати свою діяльність, підвищити ефективність управління запасами, знизити витрати, підвищити рівень обслуговування клієнтів. Дослідження у цій сфері може надати цінну інформацію для вдосконалення стратегій бізнесу.

Аналіз статистичних даних роздрібної торгівлі допомагає урядовим органам та бізнес-лідерам приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку економіки, регулювання ринку, планування інфраструктури тощо.

Однак, слід зазначити, що існуючі дослідження в сфері роздрібної торгівлі можуть бути обмеженими або застарілими. Нові дані та актуальний своєчасний аналіз можуть доповнити цю інформаційну прогалину і надати свіжий погляд на проблеми та перспективи галузі.

Глобальні події (кризи) останніх років, такі як пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні, дуже сильно вплинули на роздрібний ринок України. Сучасний аналіз впливу таких подій на галузь є особливо актуальним і корисним для розуміння реакції відповідних підприємств та споживачів на кризові ситуації.

Статистичний аналіз роздрібної торгівлі має значення з практичної, теоретичної та соціальної точок зору, і дослідження в цій області може внести

вагомий внесок у розвиток бізнесу, економіки країни та наукового знання. Усе зазначене вище доводить актуальність дослідження з обраної теми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження стану та перспектив розвитку роздрібної торгівлі країни внесли такі вітчизняні учені, як Н.С. Краснокутська, А.В. Білошкурська, М.В. Білошкурський, Ю.О. Бровкіна, Н.О. Голошубова, Р.О. Кравченко, П.О. Куцик, К.Й. Пугачевська, О.М. Трубей та інші [2, 3, 7, 10, 23, 41, 47]. Питання щодо умов формування торгового асортименту для споживачів значну увагу приділяють такі вітчизняні науковці, як І.А. Абрамович, І.В. Блажкун, В.А. Стеценко, Л.Д. Титаренко, А.О. Якименко та інші [1, 42, 45].

Значний внесок у вивчення тенденцій розвитку роздрібної торгівлі зробили такі зарубіжні учені, як Б. Камешварі (B. Kameshvari), Р. Стрім (R. Stream), Е. Динлерсоз (E. Dinlersoz), Дж. Бредіканк (J. Bredicanc), П. Аміт (P. Amit), Х. Лі (H. Li), М. Вендель (M. Vendel) та інші [50, 58, 69].

Об'єктом дослідження є явища та процеси у сфері роздрібної торгівлі.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та інструментарій статистичного аналізу роздрібної торгівлі в Україні.

Метою роботи є статистичне вивчення стану та моделювання тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні та її регіонах.

Задля досягнення поставленої мети були визначені та вирішені такі **завдання**:

- розкрити сутність основних понять, функцій та форм роздрібної торгівлі;
- дослідити умови світової торгівлі та основні організації торговельного спрямування;
- сформулювати інформаційну базу та систему показників вивчення роздрібної торгівлі;
- проаналізувати стан та структуру роздрібної торгівлі в Україні;
- провести регіональний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні;

- проаналізувати динаміку розвитку підприємств роздрібно́ї торгівлі в Україні;
- здійснити моделювання та прогнозування тенденцій розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні;
- провести аналіз розвитку роздрібно́ї торгівлі у світі та вплив на неї війни в Україні.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі були використані різноманітні загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження. До загальнонаукових методів відносяться теоретичне узагальнення і системний підхід, які допомогли визначити теоретичні основи та напрямки дослідження. Для виявлення економічної суті та уточнення понятійного апарату використовувалися індукція, дедукція, аналіз, синтез, формальна логіка та абстрагування. Для візуалізації досліджуваних явищ, процесів і закономірностей використовувався таблично-графічний метод. Опрацювання первинних і вторинних статистичних даних здійснювалося з використанням економіко-статистичних методів, зокрема: узагальнення, зведення, групування, порівняння, методу абсолютних і відносних величин. Для групування регіонів України за рівнем розвитку роздрібно́ї торгівлі використовувалися методи множинної регресії та кластерного аналізу, зокрема метод Уорда та метод k-середніх.

Інформаційною базою роботи є Закони України, Постанови Кабінету Міністрів, дані статистичних збірників, матеріали нормативно-правових актів, періодичних видань, наук.-практ. конференцій, офіційних Web-сайтів. Також були використані наукові публікації та монографії.

В ході дослідження використовувалися такі пакети прикладних комп'ютерних програм як MS Exel та Statistica.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження надають цінну інформацію для підприємств роздрібно́ї торгівлі щодо вибору оптимальних стратегій розвитку. Вони можуть врахувати тенденції ринку, споживчу поведінку та фактори, що впливають на галузь, для покращення ефективності своєї діяльності та збільшення конкурентоспроможності.

Урядові органи можуть використовувати дані дослідження для здійснення регулюючих заходів у роздрібній торгівлі. Це допоможе підтримувати стабільність ринку, заохочувати розвиток малого та середнього бізнесу, а також забезпечити захист інтересів споживачів.

Результати дослідження можуть бути корисними для інвесторів, які розглядають можливості інвестування в роздрібний сектор. Інформація про рівень розвитку галузі та перспективи може допомогти зробити обґрунтовані інвестиційні рішення. Дослідження також допомагає збільшити кількість кваліфікованих аналітиків, які можуть працювати з економічною статистикою та застосовувати різноманітні методи аналізу. Це може покращити якість прийняття рішень в різних сферах життя країни.

Отже, одержані результати дослідження мають велике практичне значення для розвитку роздрібної торгівлі в Україні, підвищення ефективності бізнесу, планування розвитку регіонів та прийняття управлінських рішень на різних рівнях.

Апробація результатів дослідження. Результати кваліфікаційної роботи магістра пройшли апробацію на IV Міжнародній науково-практичній конференції «Modern research in science and education» (7-9.12.2023 року, Чикаго, США).

Публікації. Основні результати проведених досліджень опубліковані в науковій праці: публікація за матеріалами конференції (тези доповіді).

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи складає 96 сторінок, з яких 87 сторінок основного тексту. Робота містить 7 таблиць і 21 рисунок. Список використаних джерел нараховує 77 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАТИСТИЧНОГО ВИВЧЕННЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

1.1. Основні поняття, функції та форми роздрібної торгівлі

Роздрібна торгівля є важливим сегментом економіки багатьох країн, включаючи Україну. Вона відіграє ключову роль у задоволенні потреб споживачів, забезпеченні доступу до товарів та послуг, а також у створенні робочих місць та збільшенні ВВП країни. В добу швидкої глобалізації, зростання конкуренції та широкого застосування технологій, роздрібна торгівля постійно зазнає змін, що вимагає ретельного аналізу та вивчення.

Роздрібний ринок постійно змінюється та адаптується під впливом різноманітних факторів. Нові технології, зміни у споживчій поведінці, демографічні та соціокультурні зміни, а також зовнішні події, зокрема пандемія COVID-19, можуть суттєво впливати на функціонування роздрібної торгівлі. Тому необхідно провести докладне дослідження основних понять, функцій та типів роздрібної торгівлі з метою зрозуміти сутність та особливості цієї галузі.

Наразі існує потреба в удосконаленні національних стратегій управління роздрібною торгівлею. Організації, що займаються роздрібною торгівлею, стикаються зі складними викликами, такими як змінний попит, зростання конкуренції, ризики застосування нових технологій тощо [9, 29, 30, 31, 52, 55, 57, 60, 61, 64, 76]. Вивчення теоретичних основ роздрібної торгівлі може надати організаціям цінні знання для розробки ефективних стратегій, що допоможуть досягти конкурентних переваг та успішно функціонувати на ринку. Дослідження теоретичних аспектів роздрібної торгівлі може стати основою для подальших практичних досліджень та розвитку нових інструментів аналізу цієї

галузі, що зробить його особливо цінним для студентів, науковців та фахівців, які займаються проблемами економіки, бізнесу та соціології.

Роздрібна торгівля є одним з основних етапів товарного обігу і передбачає продаж товарів та послуг безпосередньо споживачам, кінцевим покупцям або господарським суб'єктам, які не виконують функції постачальника для інших господарських суб'єктів. Вона охоплює широкий спектр діяльності, включаючи роздрібну торгівлю продуктами харчування, товарів побутового призначення, послугами готелів, ресторанів, туризму, а також іншими видами діяльності, що спрямовані на задоволення потреб споживачів.

Роздрібна торгівля є частиною внутрішньої торгівлі, яка включає оптову та роздрібну торгівлю. У Класифікаторі видів економічної діяльності (ДК 009:2010) ця діяльність класифікується в секції «G», зокрема роздрібна торгівля входить до розділів 45 та 47 цієї секції (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 – Види діяльності, що визначають сектор роздрібної торгівлі відповідно до КВЕД-2010, NACE Rev.2 та ISIC Rev.4

КВЕД-2010 (NACE Rev.2)		Назва	ISIC (Rev.4)
Секція	Розділ		
G		ОПТОВА ТА РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ; РЕМОНТ АВТОТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ І МОТОЦИКЛІВ	G
+	45	Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	45
–	46	Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	46
+	47	Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	47

Джерело: сформовано автором на основі [18, 59].

«Відповідно до Методологічних основ та пояснень до позицій Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД-2010), затверджених наказом Держкомстату від 23.12.2011 № 396, критерієм віднесення торгівлі до оптової або роздрібною виступає переважаючий тип покупця (споживача) і характер використання товару» [9]:

– в оптовій торгівлі – це перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів іншим суб'єктам господарювання для використання у виробничій діяльності або для подальшого перепродажу;

– у роздрібній торгівлі – це перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів для особистого споживання або домашнього користування переважно населенням.

Оптовий товарооборот – це обсяг проданих підприємствами (юридичними особами), основною діяльністю яких є оптова торгівля, нових або уживаних товарів (продукції) як на території України, так і за її межами, який фіксується в документах, що використовуються для розрахунків з покупцями, за винятком податку на додану вартість (у вартісному вираженні). Щомісячно для оцінки показника оптового товарообороту використовується система статистичних ваг відповідно до Методики формування вибіркової сукупності для проведення обстеження підприємств оптової торгівлі та розповсюдження його результатів на загальну сукупність. Ця Методика була затверджена наказом Держстату від 30.12.2019 № 443.

Оборот роздрібною торгівлі представляє собою загальний показник, який включає інформацію про обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців), головним напрямом діяльності яких є роздрібна торгівля. Цей показник обчислюється відповідно до Методики розрахунку обороту роздрібною торгівлі, яка враховує діяльність фізичних осіб-підприємців, та була затверджена наказом Держстату від 04.04.2016 № 53. Вивчення обороту роздрібною торгівлі розпочалося з січня 2017 року [9, 27].

Роздрібний товарооборот представляє собою частину загального обороту підприємств, що здійснюють роздрібну торгівлю. Він включає дохід,

отриманий від перепродажу нових або вживаних товарів (за готівку, банківські платіжні картки тощо) як у магазинах, так і поза ними, з урахуванням податку на додану вартість.

Товарна група – це набір товарів, що об'єднані за спільними ознаками, такими як сировина і матеріал, призначення, спосіб виробництва та інше. Для збору, обробки та публікації статистичної інформації про роздрібну та оптову торгівлю юридичних осіб була створена товарна структура, використовуючи Номенклатуру товарів внутрішньої торгівлі (НТВТ), яка збігається зі Статистичною класифікацією продукції за видами економічної діяльності ЄС (CPA, ver. 2.1) та була розроблена з урахуванням Опису торгівлі за каналами розподілу продукції (Trade Described by Products Traded (by CPA 2.1 Products)).

До основних функцій роздрібною торгівлі можна віднести наступні:

1. Постачання товарів і послуг споживачам. Одна з основних функцій роздрібною торгівлі – забезпечення доступу споживачів до різних товарів та послуг. Вона допомагає задовольняти потреби населення, забезпечує багатоманітний вибір, сприяє зручності та доступності придбання товарів.

2. Посередницька функція. Роздрібні торговці виступають як посередники між виробниками та споживачами, допомагаючи просувати товари від виробника до кінцевого покупця. Вони допомагають зменшити транзакційні витрати, підвищуючи ефективність обігу товарів.

3. Інформаційна функція. Роздрібна торгівля надає споживачам інформацію про характеристики товарів, їх ціни, якість, альтернативні варіанти тощо. Це допомагає споживачам приймати обґрунтовані рішення при покупці товарів та послуг.

4. Функція фінансування. Роздрібна торгівля виконує роль фінансового посередника, яка забезпечує фінансування ланцюга постачання та товарних оборотів. Торгові підприємства кредитують виробників та споживачів, допомагаючи зберігати ліквідність в ринку.

Основними типами роздрібно́ї торгівлі є: традиційна роздрі́бна торгівля, модернізована роздрі́бна торгівля, онлайн-торгівля, спеціалізована роздрі́бна торгівля.

Традиційна роздрі́бна торгівля – це тип торгівлі, який базується на традиційних методах продажу товарів, таких як малий роздрі́б, торгівля на ринках, магазини з невеликою площею тощо. Вона зазвичай забезпечує взаємодію з покупцями на основі особистого контакту.

Модернізована роздрі́бна торгівля – цей тип торгівлі включає супермаркети, торгові центри, дискаунтери тощо. Вона характеризується використанням новітніх технологій, широким асортиментом товарів та більш професійною організацією.

Онлайн-торгівля – цей тип торгівлі здійснюється через Інтернет, де товари та послуги продаються на електронних платформах. Вона набуває все більшої популярності з розвитком технологій та зручності для споживачів.

Спеціалізована роздрі́бна торгівля – цей тип торгівлі спрямований на задоволення конкретних потреб або сегментів ринку. Він включає магазини, які спеціалізуються на певних товарах або послугах, наприклад, електроніці, спортивних товарах, книгах тощо.

Знання про основні поняття роздрібно́ї торгівлі, її функції та типи є важливим для розуміння суті та значення цієї галузі в економіці та для вивчення основних принципів та закономірностей функціонування роздрібно́го ринку.

Основні форми роздрібно́ї торгівлі можна класифікувати на основі різних критеріїв, таких як формат магазинів, спеціалізація, місцезнаходження та тип збутових точок. В рамках даного дослідження узагальнено інформацію щодо декількох основних сучасних форм роздрібно́ї торгівлі, таких як супермаркети, гіпермаркети, магазини спеціалізованого асортименту, дискаунтери, інтернет-магазини та торгові центри.

Супермаркети: супермаркети є найпоширенішою формою роздрібно́ї торгівлі, характеризуються широким асортиментом товарів та послуг. Вони

пропонують різноманітні вироби, від продуктів харчування до товарів побутового призначення. Супермаркети зазвичай мають середню площу торгового залу і сприяють зручності та швидкості покупки за рахунок самообслуговування.

Гіпермаркети: гіпермаркети є формою роздрібної торгівлі, що збільшують площу торгового приміщення та асортимент товарів порівняно зі супермаркетами. Вони пропонують широкий спектр товарів, включаючи продукти харчування, товари для дому, електроніку та інші. Гіпермаркети часто мають великі парковки та роздрібні магазини в одному будівлі.

Магазини спеціалізованого асортименту: це магазини, які спеціалізуються на продажі певного виду товарів або послуг. Прикладами можуть бути електроніка, будинок та побутова техніка, одяг та взуття, книжкові магазини, спортивні товари тощо. Такі магазини зазвичай мають глибокий асортимент товарів у своїй сфері спеціалізації.

Дискаунтери: дискаунтери – це форма роздрібної торгівлі, яка пропонує товари за зниженими цінами. Вони фокусуються на мінімізації витрат та оптимізації процесів для надання найнижчих цін споживачам. Дискаунтери часто пропонують обмежений асортимент товарів та надають послуги самообслуговування.

Інтернет-магазини: інтернет-магазини – це форма роздрібної торгівлі, де покупці можуть здійснювати покупки через Інтернет. Вони дозволяють замовляти товари та послуги зручно з будь-якого місця та отримувати їх з доставкою до дверей. Інтернет-магазини забезпечують широкий вибір товарів та зручний спосіб покупки.

Торгові центри: торгові центри – це комплекси, які об'єднують різноманітні роздрібні магазини, ресторани, кінотеатри та інші послуги під одним дахом. Торгові центри забезпечують різноманіття вибору та зручне зіставлення покупок, що приваблює велику кількість відвідувачів.

Ці форми роздрібної торгівлі відрізняються за своїми особливостями, але спільною метою є задоволення потреб споживачів та забезпечення широкого вибору та зручності придбання товарів та послуг.

1.2. Умови світової торгівлі та основні організації торговельного спрямування

Єдиною глобальною міжнародною організацією, яка займається правилами торгівлі між державами, є Світова організація торгівлі (COT) – World Trade Organization (WTO) [76]. Його серцевиною є угоди COT, узгоджені та підписані більшістю торговельних країн світу та ратифіковані їхніми парламентами. Мета полягає в тому, щоб торгівля проходила максимально гладко, передбачувано та вільно.

COT відіграє багато ролей: вона керує глобальною системою правил торгівлі, діє як форум для переговорів щодо торговельних угод, врегульовує торговельні суперечки між своїми членами та підтримує потреби країн, що розвиваються.

Усі основні рішення приймаються урядами країн-членів COT: або міністрами (які зазвичай збираються щонайменше кожні два роки), або їхніми послами чи делегатами (які регулярно зустрічаються в Женеві). Кілька простих фундаментальних принципів формують основу багатосторонньої торгової системи.

Основною метою COT є відкриття торгівлі на благо всіх країн. COT є форумом для переговорів щодо угод, спрямованих на зменшення перешкод для міжнародної торгівлі та забезпечення рівних умов для всіх, таким чином сприяючи економічному зростанню та розвитку. COT також забезпечує правову та інституційну основу для імплементації та моніторингу цих угод, а також для врегулювання суперечок, що виникають у зв'язку з їх тлумаченням та

застосуванням. Нинішня сукупність торговельних угод, які складають СОТ, складається з 16 різних багатосторонніх угод (учасниками яких є всі члени СОТ) і двох різних багатосторонніх угод (учасниками яких є лише деякі члени СОТ).

За останні 60 років СОТ, яка була заснована в 1995 році, і її попередник ГАТТ допомогли створити сильну та процвітаючу міжнародну торговельну систему, сприяючи тим самим безпрецедентному світовому економічному зростанню. Зараз СОТ налічує 164 члени, з яких 117 є країнами, що розвиваються, або окремими митними територіями. Діяльність СОТ підтримується Секретаріатом із близько 700 співробітників під керівництвом Генерального директора СОТ. Секретаріат розташований у Женеві, Швейцарія, і має річний бюджет приблизно 200 мільйонів швейцарських франків. Три офіційні мови СОТ – англійська, французька та іспанська.

Рішення в СОТ, як правило, приймаються консенсусом усіх членів. Вищим інституційним органом є Конференція міністрів, яка збирається приблизно кожні два роки. Генеральна рада керує справами організації в проміжках між міністерськими конференціями. Обидва ці органи складаються з усіх членів. Спеціалізовані допоміжні органи (ради, комітети, підкомітети), до складу яких також входять усі члени, керують і контролюють виконання членами різних угод СОТ.

Основними напрямками діяльності СОТ є:

- ведення переговорів щодо зменшення або усунення перешкод для торгівлі (імпортні тарифи, інші бар'єри для торгівлі) та узгодження правил, що регулюють ведення міжнародної торгівлі (наприклад, антидемпінгові, субсидії, стандарти продукції тощо);

- адміністрування та моніторинг застосування узгоджених правил СОТ щодо торгівлі товарами, торгівлі послугами та пов'язаних з торгівлею прав інтелектуальної власності;

- моніторинг та перегляд торгової політики наших членів, а також забезпечення прозорості регіональних і двосторонніх торгових угод;

- вирішення суперечок між нашими членами щодо тлумачення та застосування угод;
- підвищення кваліфікації державних службовців країн, що розвиваються, у питаннях міжнародної торгівлі;
- сприяння процесу вступу близько 30 країн, які ще не є членами організації;
- проведення економічних досліджень і збір і розповсюдження даних про торгівлю на підтримку інших основних напрямків діяльності СОТ;
- роз'яснення та навчання громадськості щодо СОТ, її місії та діяльності.

Засновницькими та керівними принципами СОТ залишаються прагнення до відкритих кордонів, гарантія принципу найбільшого сприяння та недискримінаційного ставлення з боку членів та між ними, а також відданість прозорості у проведенні своєї діяльності. Відкриття національних ринків для міжнародної торгівлі, за виправданими винятками або з достатньою гнучкістю, заохочуватиме і сприятиме сталому розвитку, підвищуватиме добробут людей, зменшуватиме бідність і сприятиме миру та стабільності. Водночас таке відкриття ринку має супроводжуватися розумною внутрішньою та міжнародною політикою, яка сприяє економічному зростанню та розвитку відповідно до потреб та прагнень кожного члена.

СОТ налічує понад 160 членів, які представляють 98 відсотків світової торгівлі. Понад 20 країн прагнуть вступити до СОТ. Щоб приєднатися до СОТ, уряд має привести свою економічну та торговельну політику у відповідність до правил СОТ та узгодити умови вступу з членством у СОТ.

Україна є членом СОТ з 16 травня 2008 року [74]. Умови членства, які включають Звіт Робочої групи щодо вступу України, Протокол про приєднання та Перелік зобов'язань України щодо доступу на ринок товарів і послуг, були прийняті СОТ на Генеральній раді в лютому 2008 року. Україна ратифікувала свій вступний пакет 16 квітня 2008 року, що стало останнім кроком у процесі вступу до СОТ.

Україна, друга за величиною країна Європи за площею, є країною сільського господарства та важкої промисловості. Основними статтями експорту України є чорні та кольорові метали, паливо та нафтопродукти, хімікати, машини та транспортне обладнання, харчові продукти. На сільськогосподарську продукцію припадає 13,4% українського експорту, на продукцію промислового виробництва – майже 72%, на паливо та добувну промисловість – 13,6% (дані за 2006 рік). Основними статтями імпорту в Україну є енергія, машини, обладнання та хімікати. Сільськогосподарська продукція становить майже 8% імпорту України, промислова продукція – 59,6%, паливо та гірничо-промисловість – 31,5% (дані за 2006 рік). До початку 2023 року (у довоєнний період) основними торговими партнерами України були ЄС, Росія, Туреччина, Білорусь і США [74].

В міжнародній торгівлі також розрізняють глобально-універсальні організації, міжурядові та регіональні організації торговельного спрямування, які характеризуються відмінностями у вимогах до умов торгівлі.

До категорії глобально-універсальних організацій відносяться ті, що, як за географічною, так і за характером діяльності в галузі торгівлі, прагнуть до глобальності (міжнародності) та універсальної компетенції. В цю категорію входять такі органи ООН, як Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД), Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) та Міжнародний торговельний центр (МТЦ).

Міжурядові організації представлені Всесвітньою митною організацією (ВМО) та Бюро міжнародних виставок (БМВ), які активно сприяють розвитку міжнародної торгівлі.

Неурядові організації, до яких відносяться Міжнародна торговельна палата (МТП) та Спілка міжнародних ярмарків (СМЯ), також відіграють значну роль у розвитку міжнародної торгівлі.

У групу регіональних організацій торговельного спрямування входять різні регіональні економічні об'єднання, які об'єднують країни для спільного розвитку інтеграції. Під час еволюції таких об'єднань від зони преференційної

торгівлі до митних союзів виникають різні виклики та можливості для подальшого розвитку економічної інтеграції.

Серед регіональних організацій, що мають значний вплив на роздрібну торгівлю, можна виділити Північноамериканську зону вільної торгівлі (НАФТА), Центральнамериканський спільний ринок (ЦАСР), Латиноамериканську асоціацію інтеграції (ЛАІ), Південний спільний ринок (МЕРКОСУР), Митний та економічний союз Центральної Африки (МЕСЦА), Спільний ринок Східної і Південної Африки (СРСПА) та інші.

1.3. Інформаційна база та система показників вивчення роздрібно́ї торгівлі

В Україні вивченням та аналізом процесів роздрібно́ї торгівлі займаються декілька організацій і установ, такі як: Державна служба статистики України, Міністерство економіки України, Міністерство фінансів України, Національний банк України, а також різні асоціації та об'єднання підприємств роздрібно́ї торгівлі [9, 29, 0, 31].

Державна служба статистики України (Держстат) – відповідно до своїх повноважень, Держстат збирає, обробляє та публікує статистичну інформацію про оборот роздрібно́ї торгівлі, структуру ринку, витрати споживачів та інші показники, що стосуються роздрібно́ї торгівлі.

Міністерство економіки України – відповідає за розробку та реалізацію державної політики у сфері торгівлі, включаючи роздрібну торгівлю.

Національний банк України (НБУ) – здійснює моніторинг та аналіз фінансових ризиків у роздрібно́ї торгівлі та впливу цих процесів на економіку країни.

Асоціації та об'єднання підприємств роздрібно́ї торгівлі – такі організації як «Українська асоціація мережевої торгівлі», «Асоціація роздрібно́ї торгівлі

України» та інші займаються захистом інтересів учасників роздрібного ринку, сприяють розвитку галузі та кооперації між компаніями.

Ці організації та установи виконують важливу роль у забезпеченні аналізу роздрібної торгівлі, розробці стратегій та прийнятті рішень у цій сфері.

Система показників вивчення роздрібної торгівлі в Україні включає різноманітні показники, які допомагають аналізувати та моніторити стан та динаміку розвитку ринку роздрібної торгівлі. Основна мета цієї системи – збирати, обробляти та аналізувати інформацію для прийняття ефективних рішень управління в галузі торгівлі. Деякі з ключових показників в системі вивчення роздрібної торгівлі в Україні включають:

- оборот роздрібної торгівлі – цей показник відображає загальний обсяг продажу товарів та послуг роздрібними торговими підприємствами. Вимірюється в грошових одиницях за певний період, наприклад, за місяць або квартал;

- обсяг продажів на одного жителя – цей показник показує середній обсяг продажів на одного жителя країни або регіону. Використовується для оцінки рівня попиту та споживчої активності населення;

- роздрібний товарооборот за категоріями товарів – цей показник розкриває структуру роздрібного ринку за різними категоріями товарів, такими як продукти харчування, одяг, електроніка тощо. Дозволяє визначити популярність певних товарів серед споживачів;

- динаміка обороту роздрібної торгівлі – вимірює зміни в обсягах продажу товарів та послуг на роздрібному ринку протягом певного періоду. Цей показник допомагає виявити тенденції розвитку галузі;

- роздрібні ціни – вивчення цінової ситуації на роздрібному ринку, зміни в цінах на певні товари та послуги, динаміку інфляції;

- розмір торгових мереж – дослідження структури торгових мереж, їх розміри, кількість магазинів та регіональний розподіл. Допомагає зрозуміти конкурентність роздрібного ринку;

– витрати споживачів – аналіз витрат населення на різні категорії товарів і послуг. Цей показник відображає попит споживачів на ринку.

Ці показники та інші, які використовуються в системі вивчення роздрібної торгівлі в Україні, спільно допомагають оцінити ринкові тенденції, спрогнозувати зміни, розробити стратегії розвитку торгових підприємств та ефективно впливати на економічні процеси в галузі роздрібної торгівлі.

Показники вивчення роздрібної торгівлі можна розділити на декілька груп в залежності від їх характеру і способу розрахунку. Основні групи показників вивчення роздрібної торгівлі включають:

1. Абсолютні показники:

- оборот роздрібної торгівлі: вимірюється в грошових одиницях і показує загальний обсяг продажу товарів та послуг роздрібними торговими підприємствами за певний період;
- загальна вартість проданих товарів: визначає об'єм грошових коштів, які отримано від реалізації товарів.

2. Відносні показники:

- обсяг продажу на одного жителя: вказує на середній обсяг продажу товарів на одного жителя країни або регіону, допомагає оцінити рівень попиту;
- роздрібний товарооборот за категоріями товарів: розкриває структуру роздрібного ринку за різними категоріями товарів, дозволяє виявити популярність певних товарів серед споживачів.

3. Показники динаміки:

- темпи зростання обороту роздрібної торгівлі: показують зміни в обсягах продажу товарів на роздрібному ринку протягом певного періоду;
- індекс споживчих цін: відображає зміни в цінах на товари та послуги, які впливають на обсяг роздрібного товарообороту.

4. Показники структури:

- розмір торгових мереж: дослідження структури торгових мереж, кількості магазинів та їх регіональний розподіл;

- структура роздрібного товарообороту за категоріями товарів: визначає частки різних категорій товарів у загальному обороті роздрібної торгівлі.

Інформаційна база для розрахунку показників вивчення роздрібної торгівлі формується з декількох джерел [9]:

- Державна служба статистики України: забезпечує збір та публікацію статистичних даних, зокрема щодо обороту роздрібної торгівлі, роздрібних цін, торгових мереж та інших показників;

- Асоціації та об'єднання підприємств роздрібної торгівлі: здійснюють власні дослідження та збір статистичної інформації в рамках своєї галузі;

- Аналітичні агентства та дослідницькі компанії: проводять маркетингові дослідження, опитування споживачів та інші дослідження, які доповнюють офіційні статистичні дані;

- Фінансові інститути та банки: аналізують фінансові показники підприємств роздрібної торгівлі, їхні кредитні показники та здатність до інвестицій.

Враховуючи різноманітність джерел інформації, система показників вивчення роздрібної торгівлі забезпечує комплексний погляд на стан та динаміку ринку, що допомагає розуміти його особливості та здійснювати ефективне управління в даній галузі.

Основними аналітичними показниками, що розраховуються та аналізуються Державною службою статистики України є індекс фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі або роздрібного товарообороту та індекс фізичного обсягу оптового товарообороту [9].

Індекс фізичного обсягу обороту роздрібної торгівлі або роздрібного товарообороту розраховується на підставі Методичних рекомендацій розрахунків індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту, затверджених наказом Держкомстату від 06.11.2000 № 353, як відношення обсягу обороту роздрібної торгівлі або роздрібного товарообороту за звітний період звітного року до обсягу відповідного періоду попереднього року,

перерахованого в порівнянних цінах з використанням індексу споживчих цін на товари.

Індекс фізичного обсягу оптового товарообороту розраховується на державному рівні на підставі Методичних рекомендацій щодо розрахунків індексів фізичного обсягу товарообороту підприємств оптової торгівлі, затвердженими наказом Держкомстату від 04.11.2011 № 285.

Висновки до розділу 1

В першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто теоретичні основи статистичного вивчення роздрібної торгівлі. Зокрема, в рамках даного розділу розкрито сутність основних понять, функцій та форм роздрібної торгівлі, розглянуті умови світової торгівлі та основні організації торговельного спрямування, а також сформована інформаційна база та система показників вивчення роздрібної торгівлі в Україні. За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки.

1. Виявлено, що роздрібна торгівля є ключовою галуззю економіки країни, яка відіграє важливу роль у формуванні ВВП та забезпеченні зайнятості. Її функції та значення в сучасних умовах стали важливішими, враховуючи зростання інтересу споживачів до різноманітних товарів та послуг.

2. Встановлено, що роздрібна торгівля сильно пов'язана з умовами світової торгівлі та розвитком глобальних ланцюгів постачання. Розвиток цифрових технологій і популярність онлайн-торгівлі змінюють підходи до організації роздрібного товарообороту.

3. Аналіз інформаційної бази статистичного вивчення роздрібної торгівлі підкреслив необхідність систематичного та точного збору даних для формування об'єктивних аналітичних висновків. Це важливий інструмент для прийняття управлінських рішень на різних рівнях.

4. Результати аналізу дозволили обґрунтувати важливість підтримки та розвитку неспеціалізованих магазинів, які мають найбільший обсяг роздрібного товарообороту. Залучення інноваційних підходів у спеціалізованій роздрібній торгівлі може забезпечити підвищену конкурентоспроможність.

Дані аналізу дозволили визначити потребу у подальших дослідженнях впливу глобальних подій, зокрема війни, на роздрібний товарооборот та адаптацію роздрібних підприємств до сучасних тенденцій.

5. Доведено важливість системного підходу до вивчення роздрібної торгівлі та визначають напрямки для подальших досліджень та розвитку цієї важливої сфери економіки.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ РЕГІОНАХ

2.1. Аналіз обсягів і структури роздрібного товарообороту в Україні

Сьогодні, в умовах зростаючої конкуренції на ринку, зміни споживчих уподобань і складних економічних викликів, роздрібна торгівля стає суттєвим фактором стабільності та зростання економіки України. Сучасна економічна ситуація в країні вимагає детального аналізу та вивчення роздрібного ринку, який є ключовою ланкою в економічному процесі країни. Роздрібна торгівля в Україні має великий вплив на споживчу активність населення, стан економіки та рівень життя громадян. Аналіз стану роздрібного товарообороту, його обсягів, структури та динаміки, надає можливість зрозуміти тенденції споживчого попиту, кон'юнктуру ринку та ефективність діяльності роздрібних торгових підприємств, а також має велике значення для формування ефективної торговельної політики, розробки стратегій розвитку галузі та сприяння сталому економічному зростанню.

З урахуванням технологічного прогресу та швидкого розвитку електронної комерції, аналіз роздрібного товарообороту набуває нових аспектів, таких як онлайн-торгівля, поведінка інтернет-споживачів та вплив соціальних мереж на ринкові процеси. Отже, проведення комплексного статистичного дослідження роздрібного товарообороту допоможе оцінити реальні тенденції розвитку ринку, виявити проблемні аспекти та запропонувати раціональні рекомендації для покращення ефективності діяльності роздрібних торгових підприємств в Україні.

Метою даного розділу роботи є проведення аналізу стану роздрібного товарообороту в Україні, виявлення основних тенденцій та динаміки розвитку

роздрібного ринку, а також висвітлення факторів, що впливають на ринкову динаміку. Для досягнення поставленої мети, будуть використані статистичні дані Державної служби статистики України, а також методи аналізу та інтерпретації зібраної інформації. Результати дослідження сприятимуть кращому розумінню ситуації на ринку роздрібної торгівлі та допоможуть виробити ефективні стратегії розвитку галузі для досягнення стійкого і сталого економічного росту в Україні.

У 2022 році оборот роздрібної торгівлі в Україні склав 1396,3 млрд грн, з них роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) склав 971,1 млрд грн або 70%. У 2021 році оборот роздрібної торгівлі в Україні склав 1443,8 млрд грн, з них роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб) склав 104,5 млрд грн або 72% [9].

Тому наразі важливим напрямом аналізу є вивчення обсягів і структури саме роздрібного товарообороту підприємств. Перш за все, в даному дослідженні було проаналізовано обсяги і структуру роздрібного товарообороту підприємств за видами економічної діяльності (КВЕД-2010). Останні дані, доступні на офіційному сайті Державної служби статистики України, представлені за 2021 рік.

У Класифікаторі видів економічної діяльності (ДК 009:2010) досліджувана діяльність класифікується в секції «G», зокрема роздрібна торгівля входить до розділів 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» (крім 45.2 та 45.31) та 47 «Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами» цієї секції.

У розділі 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» результати діяльності, що пов'язані з роздрібною торгівлею, представлені такими класами:

- 45.11 – Торгівля автомобілями та легковими втотранспортними засобами;
- 45.19 – Торгівля іншими автотранспортними засобами;

45.32 – Роздрібна торгівля деталями та приладдям для автотransпортних засобів;

45.40 – Торгівля мотоциклами, деталями та приладдям до них, технічне обслуговування і ремонт мотоциклів.

До розділу 47 «Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотransпортними засобами та мотоциклами» входять такі групи:

47.1 – Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах;

47.2 – Роздрібна торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах;

47.3 – Роздрібна торгівля паливом;

47.4 – Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах;

47.5 – Роздрібна торгівля іншими товарами господарського призначення в спеціалізованих магазинах;

47.6 – Роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах;

47.7 – Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах,

47.8 – Роздрібна торгівля з лотків і на ринках;

47.9 – Роздрібна торгівля поза магазинами.

Структура роздрібного товарообороту підприємств за видами економічної діяльності (КВЕД-2010) у 2021 році представлена на рисунку 2.1.

Як показав аналіз наведеної структури, найбільшим сегментом роздрібного ринку в Україні є роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, що становить майже половину (49,9%) від загального обсягу роздрібного товарообороту. Цей сегмент відображає активну споживчу активність та попит на різноманітні товари серед населення.

Наступним важливим сегментом є роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах (21,0%). Цей показник вказує на значний рівень спеціалізованої торгівлі товарами певної категорії, що може бути пов'язано зі зростанням споживчого інтересу до конкретних товарів.

Значна частина роздрібного товарообороту припадає на роздрібну торгівлю пальним (12,3%). Це свідчить про високий попит на пальне та його значний вплив на ринкові процеси.



Рисунок 2.1 – Структура роздрібного товарообороту підприємств за видами економічної діяльності (КВЕД-2010) в Україні у 2021 році (у %)

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Інші види роздрібно́ї торгівлі (автотранспортні засоби, інформаційне та комунікаційне устаткування, продукти харчування та тютюнові вироби тощо) складають менший відсоток від загального обсягу, але їхні показники все ж можуть бути важливими для специфічного ринку та певних категорій споживачів.

Найменші обсяги товарообороту мають роздрібна торгівля поза магазинами (0,5%), роздрібна торгівля товарами культурного призначення та товарами для відпочинку в спеціалізованих магазинах(0,4%) та роздрібна торгівля з лотків і на ринках (менше 0,1%).

Проведений аналіз показав, що особливу увагу слід звернути на підтримку та розвиток роздрібно́ї торгівлі в неспеціалізованих магазинах, оскільки цей сегмент має найбільший обсяг і може забезпечити стабільний розвиток ринку. Також необхідно розвивати інноваційні підходи у спеціалізованій роздрібній торгівлі, що допоможе збільшити конкурентоспроможність та розширити асортимент товарів. Доцільно посилити контроль над роздрібною торгівлею паливом, щоб уникнути негативного впливу на ринок через можливий дисбаланс в обсягах постачань, і звернути увагу на потенціал розвитку онлайн-торгівлі та роздрібно́ї торгівлі поза магазинами, що може стимулювати інноваційність та підтримати підприємництво в цій галузі.

Не менш важливим напрямом аналізу є дослідження товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах. У 2021 році найбільшу частку займали непродовольчі товари, перевищуючи частку продовольчих товарів у 1,3 рази (рис. 2.2).

Продовольчі товари становили 43,1% (449,8 млрд грн) від загального обсягу роздрібного товарообороту. Ця категорія включає продукти харчування, напої та тютюнові вироби, які є основними товарами першої необхідності для населення. Зауважимо, що цей сегмент товарів є особливо важливим, оскільки він безпосередньо пов'язаний із задоволенням основних потреб громадян та має соціальний аспект.

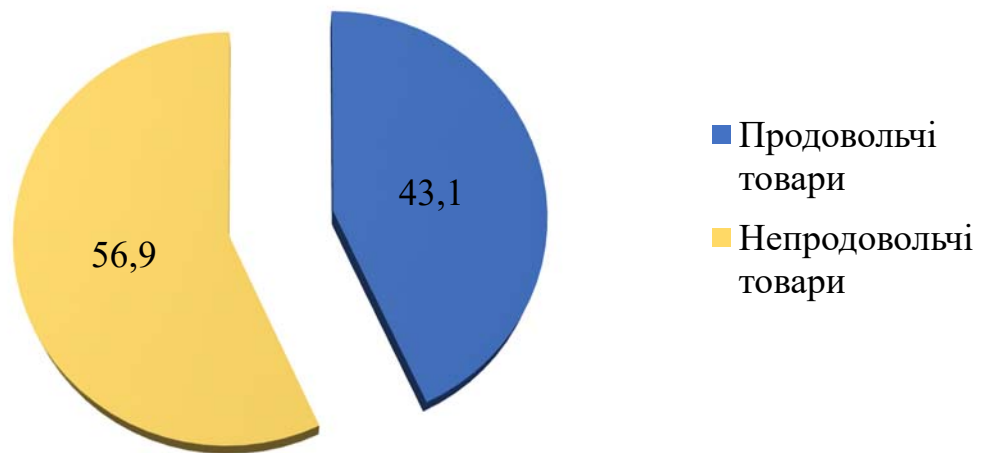


Рисунок 2.2 – Товарна структура роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах в Україні у 2021 році (у %)

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Непродовольчі товари складали 56,9% (594,7 млрд грн) від загального обсягу роздрібного товарообороту. Ця група включає інші товари, що не входять до категорії продовольчих, такі як товари побутового вжитку, одяг, електроніка, автотранспортні засоби тощо. Ці товари зазвичай є менш життєво важливими, але можуть мати велике значення для задоволення інших потреб споживачів, а також стимулюють розвиток економіки через різноманітні інвестиції та підтримку різних галузей промисловості.

Таким чином, продовольчі товари залишаються основною складовою роздрібного товарообороту, що вказує на постійний попит і стабільність споживчих звичок населення. Непродовольчі товари також є важливими для розвитку роздрібного сектору, оскільки сприяють розширенню асортименту, стимулюють підприємництво та привертають інвестиції. Зростання та розвиток обох сегментів товарної структури можуть бути забезпечені шляхом ефективної маркетингової стратегії, розумного асортиментного планування та вдосконаленням логістичних процесів.

У зв'язку зі зміною споживчих пріоритетів та зростанням свідомості споживачів стосовно здорового способу життя, необхідно сприяти розвитку та популяризації асортименту продовольчих товарів, що відповідають вимогам

якості та безпеки. Особливу увагу слід звертати на забезпечення доступності як продовольчих, так і непродовольчих товарів для різних соціальних груп населення, що допоможе забезпечити стабільний розвиток ринку та підтримку споживчого спрямування економіки.

Важливим аспектом є те, що із загального обсягу роздрібного товарообороту підприємств у 2021 році лише 53,1% було продано товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу. Причому товарна структура товарообороту цієї групи товарів по продовольчих та непродовольчих відрізняється від розглянутої раніше за загальним товарооборотом (рис. 2.3).

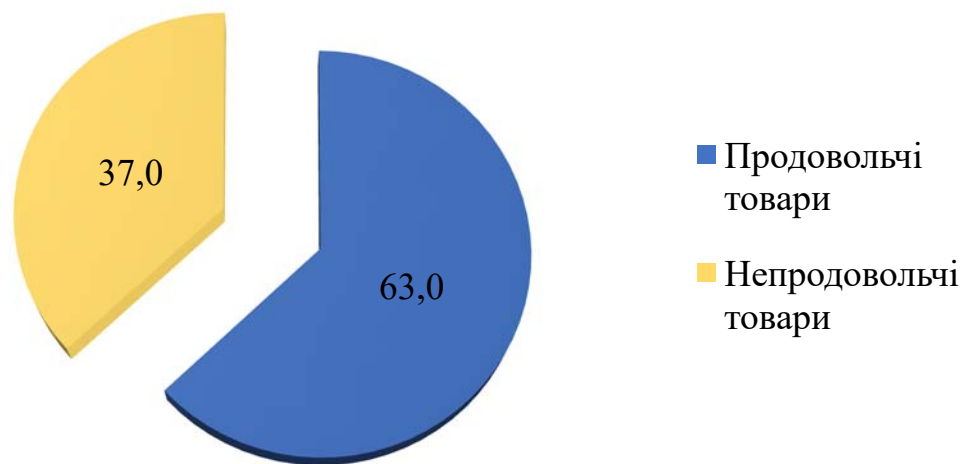


Рисунок 2.3 – Структура проданих товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу у 2021 році (у %)

Джерело: побудовано автором за даними [9].

У структурі проданих товарів, які вироблені на території України, через торгову мережу, на відміну від структури загального товарообігу, переважають продовольчі товари (349,2 млрд грн – 63%), які майже у два рази перевищують непродовольчі товари (205,4 млрд грн – 37%). Що свідчить про переважання непродовольчих товарів серед імпортованих в Україну.

Детальна структура продовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році представлена на рисунку 2.4.



Рисунок 2.4 – Структура продовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Як показав аналіз структури продовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році (рис. 2.4), найбільша частка припадає на алкогольні напої (15,2%) та молочні продукти (10,9%). Також достатньо велика частка хлібобулочних та борошняних кондитерських виробів (8,4%) і тютюнових виробів (включаючи супутні товари) (8,2%). Найменші частки продовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств припадають на харчові олії та жири (1,6%), яйця (1,7%) та гомогенізовані харчові та дієтичні продукти (включаючи дитяче харчування) (1,7%).

Детальна структура непродовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році представлена на рисунку 2.5.



Рисунок 2.5 – Структура непродовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Як показав аналіз структури непродовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств в Україні у 2021 році (рис. 2.5), найбільша частка припадає на фармацевтичні товари (8,4%), автомобілі, деталі та приладдя для них (7,7%) та бензин моторний (4,7%). Найменші частки продовольчих товарів роздрібного товарообороту підприємств припадають на побутове рідке котельне паливо, газ у балонах, вугілля і деревина для опалення (менше 0,1%), шкіряні вироби та дорожні приналежності (0,1%), мотоцикли, деталі та приладдя для них (0,1%), добрива й агрохімічна продукція (0,1%), матеріали мастильні (0,1%) та засоби для миття, чищення, полірування та догляду за автомобілями (0,1%).

Вкрай важливим є проведення аналізу структури роздрібного товарообороту підприємств за видами здійснення (через мережу Інтернет, за допомогою платіжних карток, за договорами банківського кредиту). Це має безпосередній вплив на ефективність функціонування роздрібної торгівлі та усього економічного сектору країни. Дослідження цих видів здійснення торгівлі надає значну інформацію для розуміння потреб та поведінки споживачів, забезпечує більш точний аналіз ринкових тенденцій та динаміки, а також допомагає впроваджувати стратегії, спрямовані на покращення конкурентоспроможності підприємств та стимулювання економічного зростання. Структура роздрібного товарообороту підприємств за видами здійснення в Україні у 2021 році наведена на рисунку 2.6.

Роздрібний товарооборот через мережу Інтернет становить лише 2,7% від загального обсягу (27,9 млрд грн), що свідчить про те, що онлайн-торгівля в Україні поки що не має значного впливу на ринок роздрібної торгівлі.

За допомогою платіжних карток здійснюється найбільший обсяг роздрібного товарообороту – 39,6% (413,4 млрд грн). Це свідчить про популярність безготівкових платежів серед споживачів та зручність використання платіжних карток для покупок.

За договорами банківського кредиту роздрібний товарооборот становить лише 2,1% (21,5 млрд грн). Цей показник може свідчити про те, що

використання банківського кредиту для здійснення покупок в роздрібній торгівлі є найменш поширеним явищем серед виділених.

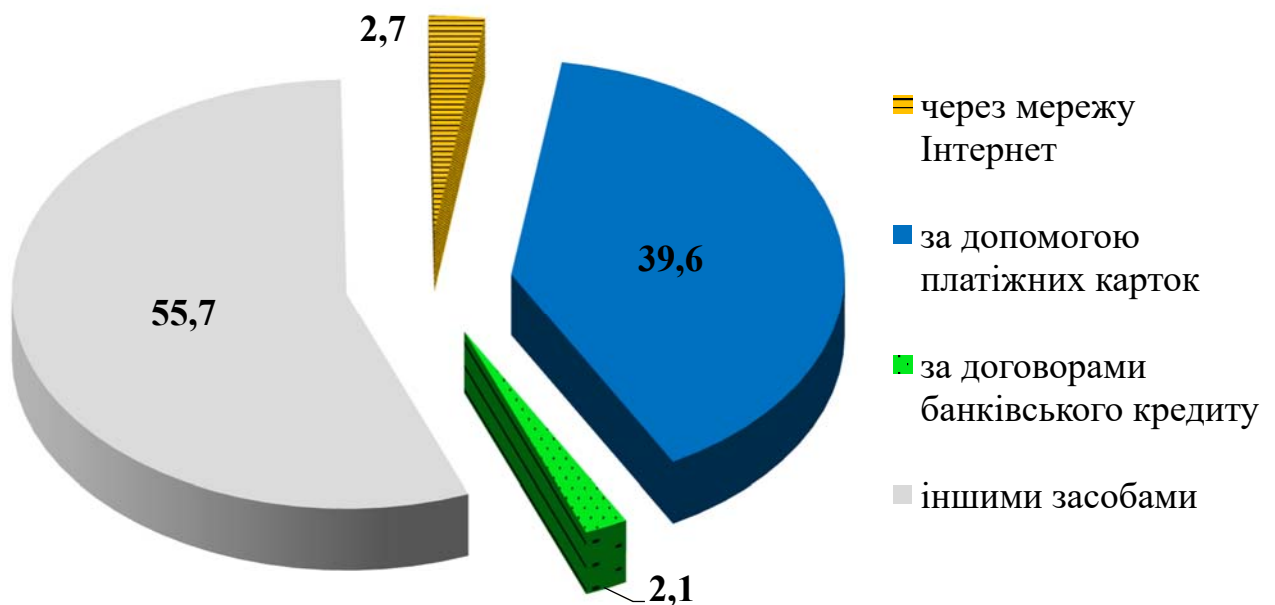


Рисунок 2.6 – Структура роздрібного товарообороту підприємств за видами здійснення в Україні у 2021 році (у %)

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Загалом, аналіз структури роздрібного товарообороту підприємств за видами здійснення в Україні демонструє, що безготівкові платежі за допомогою платіжних карток є переважаючим методом здійснення покупок. Однак, використання мережі Інтернет для онлайн-торгівлі поки що має обмежений вплив, а використання банківського кредиту не є наразі широко поширеним. Зважаючи на швидкий розвиток електронних технологій та зростання популярності онлайн-торгівлі, можна передбачити збільшення обсягу роздрібного товарообороту через мережу Інтернет у майбутньому. Також можна рекомендувати зосередитися на просуванні безготівкових платежів та забезпеченні зручності та безпеки для споживачів, щоб продовжувати підвищувати обсяг роздрібного товарообороту через платіжні картки.

Результати аналізу структури роздрібного товарообороту є важливою базою для розробки галузевої політики в сфері роздрібної торгівлі. Збирання та аналіз інформації про ринкові тенденції, споживчі уподобання та пріоритети допомагає здійснювати більш обґрунтовані рішення на рівні державної та галузевої політики, спрямовані на розвиток роздрібного сектору та підтримку підприємств.

Аналіз динаміки роздрібного товарообороту за різними видами здійснення надасть інформацію про зміни в економічних умовах та споживчих попитах. Це дозволить проводити ефективний моніторинг ринкових тенденцій, адаптувати бізнес-стратегії та приймати оперативні рішення з метою підтримання стабільності та конкурентоспроможності підприємств.

2.2. Регіональний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні

Роздрібна торгівля в Україні є важливою складовою економіки країни і відіграє суттєву роль у задоволенні споживчих потреб населення. Аналіз розвитку роздрібної торгівлі на регіональному рівні має велике значення для розуміння динаміки та особливостей цього сектору в окремих регіонах України. Оскільки регіони мають різні економічні, соціальні та демографічні характеристики, їх вплив на розвиток роздрібної торгівлі може бути значним. Дослідження різних аспектів розвитку роздрібної торгівлі в різних областях та районах України дасть можливість розробити збалансовані та ефективні регіональні стратегії розвитку торговельного сектору.

Актуальність дослідження регіонального аспекту розвитку роздрібної торгівлі обумовлена декількома ключовими факторами:

- різні регіони України мають відмінні умови для розвитку торговельного сектору, такі як економічні потужності, демографічні характеристики, інфраструктура, рівень життя населення та інші фактори.

Аналіз та порівняння даних про роздрібну торгівлю в різних регіонах є важливим для виявлення тенденцій, вирішення проблем та сприяння балансованому розвитку;

- дані про розвиток роздрібної торгівлі на регіональному рівні можуть стати основою для формування стратегічних рішень та програм розвитку, які враховуватимуть особливості кожного регіону. Такі програми можуть сприяти створенню нових робочих місць, підвищенню конкурентоспроможності, збільшенню обсягів торгівлі та покращенню життєвого рівня населення;

- роздрібний сектор торгівлі постійно зазнає змін через вплив економічних, соціальних та технологічних чинників. Аналіз регіонального розвитку допоможе виявити тенденції та особливості цих змін, що є необхідним для адаптації бізнес-стратегій та прийняття своєчасних рішень.

Отже, регіональний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні є важливим для збільшення розуміння динаміки та стану роздрібного сектору на рівні окремих регіонів, а також для розробки ефективних стратегій та програм розвитку торговельної галузі в Україні.

Дані для аналізу обороту роздрібної торгівлі по регіонах України у 2021 році наведені на рисунку 2.7. Регіони України ранжовані за обсягами обороту роздрібної торгівлі.

Аналіз наведених даних дозволив зробити висновки, що дуже різко за обсягами обороту роздрібної торгівлі серед інших регіонів виділяється місто Київ, яке має оборот більше, ніж удвічі перевищуючий найбільше значення серед решти регіонів – 278791,7 млн грн. Тоді як у наступному за обсягом обороту роздрібної торгівлі регіоні – Дніпропетровська область – цей обсяг досягає лише 132227,3 млн грн. На третьому місці – Київська область з обсягом 120866,3 млн грн. На четвертому та п'ятому – Одеська (105796,4 млн грн) та Харківська (97012 млн грн) області.

Найменші обсяги обороту роздрібної торгівлі в Луганській (13147,1 млн грн), Чернівецькій (22030,8 млн грн) та Тернопільській (23258,0 млн грн) областях.

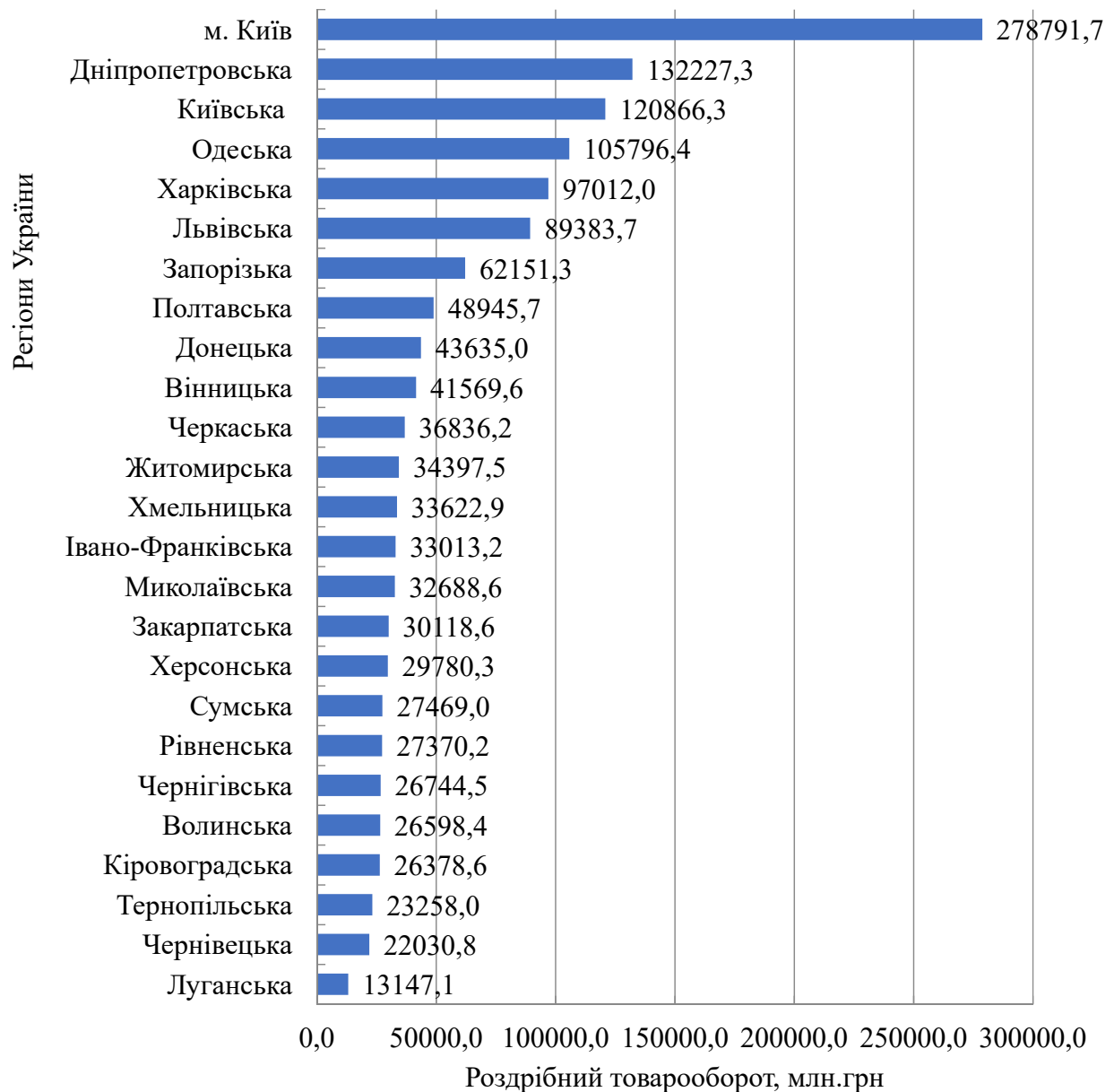


Рисунок 2.7 – Оборот роздрібної торгівлі по регіонах України у 2021 році

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Аналіз варіації обсягів обороту роздрібної торгівлі за регіонами країни у 2021 році був проведений на основі розрахунку показника середнього квадратичного відхилення.

Середнє квадратичне відхилення є абсолютною мірою коливання ознаки і показує як розташована переважна більшість одиниць сукупності щодо середньої арифметичної, тобто наскільки в середньому відхиляються конкретні варіанти від середнього значення. Для характеристики однорідності сукупності

був розрахований коефіцієнт варіації (сукупність вважається однорідною, якщо коефіцієнт варіації не перевищує 33%).

На основі розрахунку дисперсії та подальшого визначення середнього квадратичного відхилення було встановлено, що в 2021 році в середньому по регіонах країни обсяги обороту роздрібної торгівлі відхилялись від середнього значення (середнє квадратичне відхилення) на 55627 млн грн або на 4% від загального обсягу обороту роздрібної торгівлі України. Коефіцієнт варіації склав 96,3%, тобто варіація обороту роздрібної торгівлі в країні може бути оцінена як дуже сильна.

Для оцінки рівномірності територіального розподілу певного явища або процесу, включаючи роздрібний товарооборот, в регіональному аналізі може бути використаний коефіцієнт локалізації. Розраховуючи його як відношення частки роздрібного товарообороту певного регіону в загальному обсязі до частки діючих підприємств цього регіону до загальної їх кількості, ми отримаємо інформацію про те, наскільки інтенсивно дана територія використовує свої ресурси для роздрібної торгівлі.

Зазначений аналіз може бути проведений шляхом порівняння часток двох розподілів – за кількістю об'єктів (елементів сукупності) d_j та за значеннями обраних ознак d_k . Якщо значення $d_j = d_k$, то розподіл рівномірний. Відхилення часток вказуватиме на нерівномірність розподілу, яку і відображає коефіцієнт локалізації. Таким чином, коефіцієнт локалізації може бути розрахований як співвідношення часток двох розподілів за кожною зі складових сукупності [17]:

$$L_j = \frac{d_k}{d_j} \cdot 100. \quad (2.1)$$

У випадку рівномірного розподілу всі значення $L_j = 1$. Якщо існує концентрація значень ознаки в j -му регіоні, $L_j > 1$, і навпаки.

Високий коефіцієнт локалізації може свідчити про те, що певний регіон має високий внутрішній попит на товари роздрібної торгівлі, і більшість підприємств у цьому регіоні зосереджені на цій галузі. Це може вказувати на розвинуту торговельну інфраструктуру та внутрішній ринок.

Низький коефіцієнт локалізації може вказувати на те, що регіон не має власного значущого виробництва товарів для роздрібної торгівлі, і підприємства цього регіону переважно спеціалізуються на інших галузях. Це може вказувати на потребу в імпорті товарів для задоволення попиту.

Якщо коефіцієнт локалізації виявиться приблизно однаковим для різних регіонів, це може свідчити про рівномірний розподіл підприємств і обсягів товарообороту в різних частинах країни.

Аналіз коефіцієнта локалізації може вказати на потребу в підтримці певних регіонів, які мають низький обсяг товарообороту відносно кількості підприємств. Це може включати стимулювання розвитку місцевого виробництва або рекламування регіональних товарів.

Розраховані частки кількості діючих суб'єктів господарювання в загальній кількості, та роздрібного товарообороту в загальному обсязі за регіонами України в 2021 р. наведені в табл. 2.1.

В таблиці 2.5 регіони України ранжовані за значеннями коефіцієнта локалізації. Розраховані значення коефіцієнтів локалізації свідчать про нерівномірність розподілу та доволі значну концентрацію роздрібного товарообороту у таких регіонах як: Київська область та місто Київ, а також Дніпропетровській, Одеській та Запорізькій областях, у яких коефіцієнти локалізації є більшими за одиницю.

Найвищі коефіцієнти мають Київська область та місто Київ, що говорить про найбільшу локалізацію (концентрацію) роздрібного товарообороту у цих регіонах (коефіцієнти локалізації значно перевищують одиницю – $L_j = 1,61$ та $L_j = 1,49$ відповідно).

Таблиця 2.1 – Коефіцієнти локалізації регіонів України за обсягами роздрібного товарообороту в 2021 році

	Кількість діючих суб'єктів господарювання, одиниць	Частка кількості діючих суб'єктів господарювання в загальній кількості, %	Роздрібний товарооборот, млрд грн	Частка роздрібного товарообороту в загальному обсязі, %	Коефіцієнти локалізації
		d_j		d_k	d_k / d_j
Україна	1973577	-	1044,5	-	-
Київська	111783	5,66	95,1	9,10	1,61
м. Київ	304082	15,41	239,4	22,92	1,49
Дніпропетровська	153229	7,76	102,4	9,80	1,26
Одеська	138750	7,03	80,3	7,69	1,09
Запорізька	78136	3,96	44,1	4,22	1,07
Львівська	128597	6,52	67,0	6,41	0,98
Кіровоградська	38319	1,94	18,6	1,78	0,92
Полтавська	66529	3,37	31,2	2,99	0,89
Херсонська	45244	2,29	20,7	1,98	0,86
Донецька	65341	3,31	28,8	2,76	0,83
Житомирська	51245	2,60	22,2	2,13	0,82
Чернігівська	41914	2,12	17,2	1,65	0,78
Харківська	166855	8,45	67,9	6,50	0,77
Миколаївська	55869	2,83	22,5	2,15	0,76
Сумська	42326	2,14	16,9	1,62	0,76
Волинська	41711	2,11	16,6	1,59	0,75
Закарпатська	49923	2,53	19,2	1,84	0,73
Рівненська	43826	2,22	16,9	1,62	0,73
Черкаська	56433	2,86	21,1	2,02	0,71
Івано-Франківська	55477	2,81	20,7	1,98	0,70
Вінницька	69980	3,55	25,0	2,39	0,67
Тернопільська	38627	1,96	13,0	1,24	0,63
Луганська	22424	1,14	7,3	0,70	0,61
Хмельницька	63880	3,24	19,5	1,87	0,58
Чернівецька	43077	2,18	10,9	1,04	0,48

Джерело: розраховано автором за даними [9].

Таким чином, спостерігається значна нерівномірність територіального розподілу роздрібного товарообороту за регіонами України.

Для моделювання та аналізу диференціації розвитку ринку роздрібного товарообороту за регіонами України було застосовано кластерний аналіз, зокрема, методи одиничного та повного зв'язку, а також метод Уорда та метод k-середніх.

Кластерний аналіз є широко використовуваним методом для вивчення розподілу об'єктів дослідження. Він дозволяє згрупувати об'єкти у підмножини (кластери) відповідно до їх подібності. Цей метод має переваги у виявленні прихованих закономірностей та структур в наборі даних, а також його результати легко інтерпретувати. Однак, недолік полягає в необхідності вибору оптимальної кількості кластерів та вразливості до початкового призначення кластерів [15, 16, 19, 21].

Інформаційною базою дослідження є офіційні дані Державної служби статистики України щодо роздрібного товарообороту підприємств за регіонами України у 2021 році [9]. Значення обраних для аналізу показників представлені в Додатку А, таблиця А.1.

Для проведення аналізу були обрані такі показники:

- 1) оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт, млн грн;
- 2) роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, млн грн;
- 3) роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, млн грн;
- 4) роздрібна торгівля паливом, млн грн;
- 5) роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах, млн грн;
- 6) роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах, млн грн.

Оскільки обрані для аналізу показники мають різні одиниці виміру, на першому етапі аналізу було проведено нормування вихідних даних. Для цього використана наступна формула [15]:

$$z_{ij} = \frac{x_{ij} - \bar{x}_i}{\sigma_i}. \quad (2.2)$$

де z_{ij} – нормовані значення показників;

x_{ij} – вихідні значення показників;

$\bar{x}_i$ – середні значення показників

σ_i – середнє квадратичне відхилення.

Згідно [15, с. 31] обраний метод нормування вважається найбільш вживаним. Результати проведеного нормування наведені в Додатку А, таблиця А.2.

Далі із застосуванням методів одиничного зв'язку, повного зв'язку та методу Уорда визначена кількість груп кластеризації. Результати наведені на рисунках 2.8-2.9.

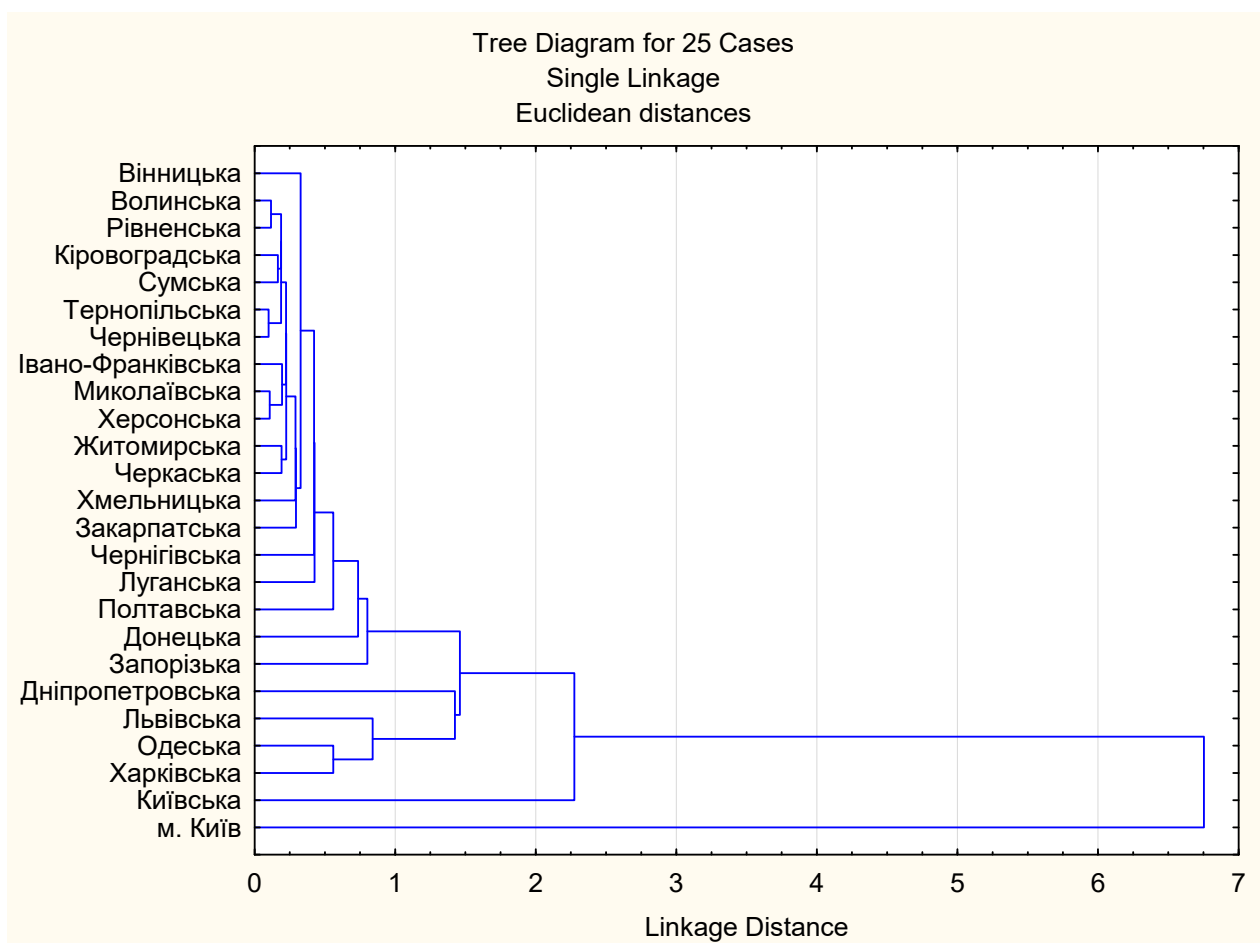


Рисунок 2.8 – Деревоподібна діаграма об'єднання регіонів України з використанням методу одиничного зв'язку

Джерело: побудовано автором із застосуванням ППП «Statistica».

За результатами аналізу побудованих діаграм (рис. 2.8 та 2.9) зроблено висновок щодо доцільності об'єднання регіонів України у 3 кластери.

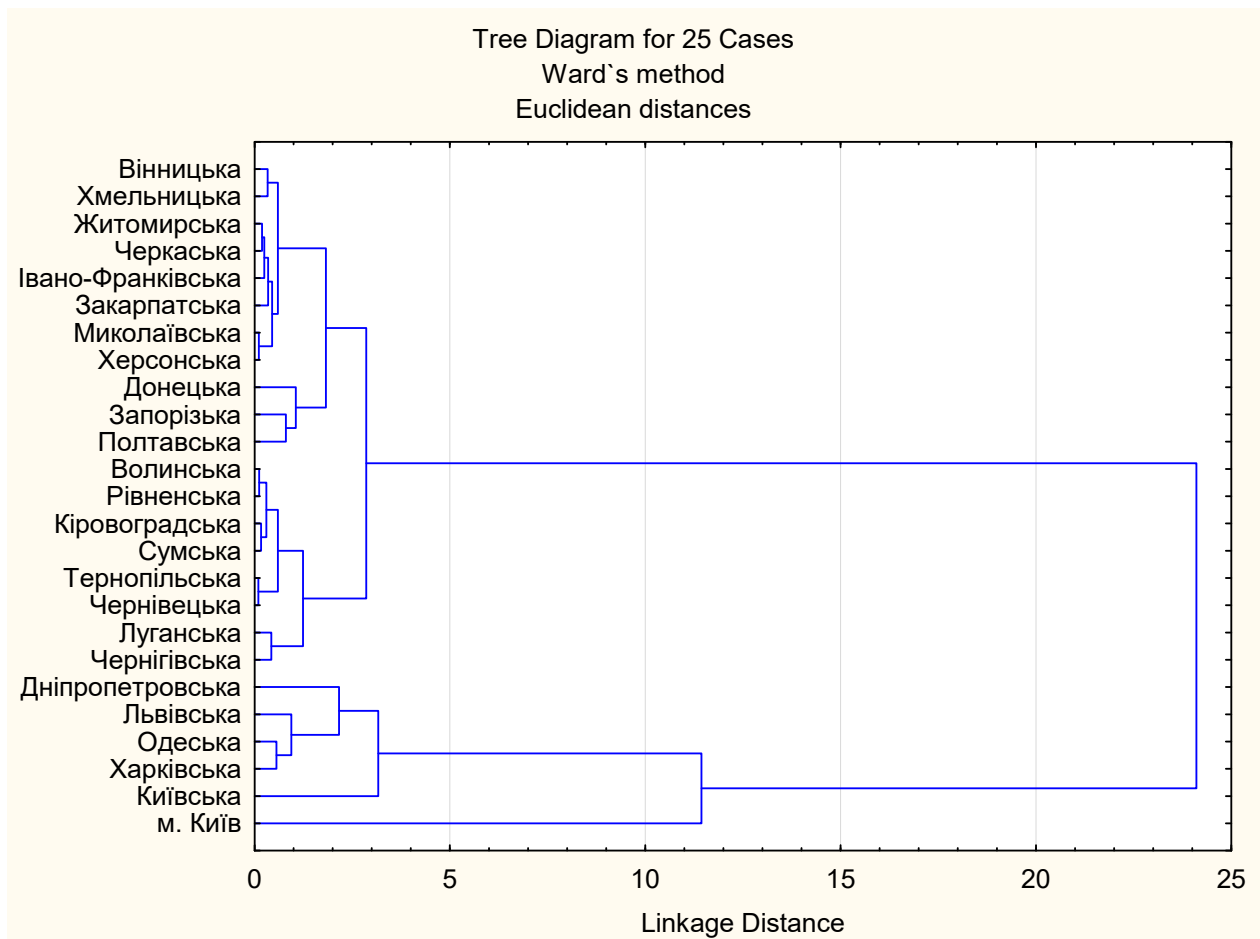


Рисунок 2.9 – Деревоподібна діаграма об'єднання регіонів України
з використанням методу повного зв'язку

Джерело: побудовано автором із застосуванням ППП «Statistica».

Далі на основі використання методу k-середніх проведено групування регіонів України на 3 кластери. Результати проведеного групування представлені в таблиці 2.2.

В результаті отримано аналогічне розбиття на кластери (групи), як і за методами одиничного зв'язку та Уорда, що підтверджує коректність розрахунків і техніку застосування обраних методів.

Для інтерпретації отриманих результатів кластеризації регіонів і визначення основних характеристик отриманих груп регіонів проведено аналіз середніх значень досліджуваних показників за кожною з груп регіонів. Результати представлені на рисунку 2.10.

Таблиця 2.2 – Результати групування регіонів України за обсягами роздрібного товарообороту підприємств

Номер кластеру	Регіони України
Кластер 1	м. Київ
Кластер 2	Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська, Харківська
Кластер 3	Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська

Джерело: розраховано автором на основі даних Додатку А.

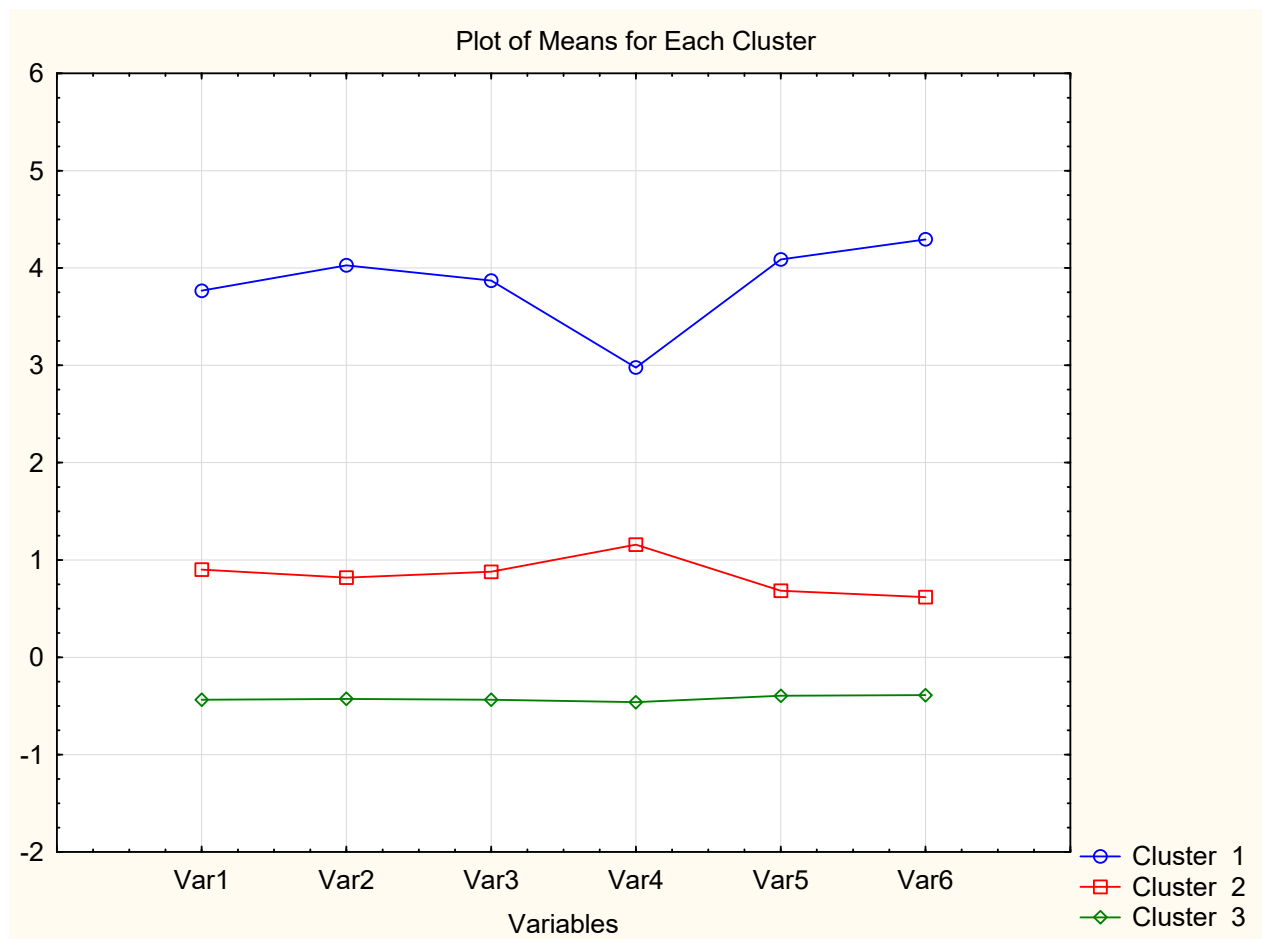


Рисунок 2.10 – Середні значення показників для виділених груп регіонів

Джерело: побудовано автором із застосуванням ППП «Statistica».

Проведений аналіз результатів групування регіонів України за обсягами роздрібного товарообороту підприємств та середніх значень показників групування дозволив встановити наступне.

Місто Київ виділяється в окремий кластер, що свідчить про високий рівень роздрібного товарообороту та значний вплив столиці на економіку країни. Це відображає важливість Києва як центру бізнесу, торгівлі та споживчого ринку.

Кластер 2 (Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська, Харківська) об'єднує регіони з високим рівнем роздрібного товарообороту, які також є великими економічними центрами регіонів. Ці регіони мають розвинуту інфраструктуру та велику кількість підприємств роздрібної торгівлі.

Кластер 3 (інші регіони) включає більшість регіонів України, що свідчить про їхню меншу вагу в загальному обсязі роздрібного товарообороту. Однак, ця група регіонів також має значний внесок у роздрібний товарооборот та відіграє важливу роль у розвитку ринку споживчих товарів.

Аналіз структури групування регіонів України показує, що столиця – місто Київ – відіграє ключову роль у роздрібній торгівлі, а також існує кілька інших регіонів з високими показниками роздрібного товарообороту, що свідчить про їхню велику економічну активність. Однак існує значна кількість регіонів, де роздрібний товарооборот менший, але вони також вносять свій внесок у розвиток економіки країни. Результати групування можуть бути використані для стратегічного планування розвитку роздрібної торгівлі в різних регіонах та сприяти більш ефективному розподілу ресурсів для сприяння розвитку ринку споживчих товарів.

Результати проведеного аналізу та отриманого групування регіонів України за розвитком роздрібного товарообороту доцільно використовувати для розроблення рекомендацій щодо управління виділеними групами регіонів та подальших напрямів аналізу, що сприятиме оптимізації роздрібної торгівлі та покращенню ефективності економічних процесів.

Так, для регіонів із високим роздрібним товарооборотом (наприклад, Київ та інші великі міста), важливо інвестувати в розвиток торговельної інфраструктури, створення нових торговельних центрів та магазинів для забезпечення зручності споживачів.

Для регіонів, що входять до групи з меншим роздрібним товарооборотом, можна розробити програми підтримки малих та середніх підприємств у сфері роздрібної торгівлі, наприклад, шляхом надання фінансової допомоги, навчання та консультацій.

Враховуючи різницю у роздрібному товарообороті регіонів, можна розробити різні маркетингові стратегії для кожної групи. Наприклад, для регіонів з високим обсягом товарообороту можуть бути важливі стратегії брендування та реклами, тоді як для регіонів з меншим обсягом – акцент на цінову конкурентоспроможність.

Для регіонів, де через мережу Інтернет та за допомогою платіжних карток відбувається значна частка товарообороту, важливо розвивати електронну комерцію та платіжні системи, забезпечуючи зручність та безпеку онлайн-покупок.

Рекомендується проводити регулярний моніторинг роздрібного товарообороту в регіонах та аналізувати зміни в структурі. Це дозволить вчасно виявляти тенденції та адаптувати стратегії управління.

Основаючись на аналізі результатів групування, можна ідентифікувати можливі нові напрями розвитку роздрібної торгівлі, які можуть бути вигідними для різних груп регіонів.

Для подальшого аналізу рекомендується збільшити точність та деталізацію даних, включаючи додаткові показники та параметри, які можуть вплинути на структуру та динаміку роздрібного товарообороту. Для збагачення розуміння роздрібного товарообороту можна також провести порівняльний аналіз з показниками інших країн та вивчити передовий досвід управління роздрібною торгівлею.

Ці рекомендації можуть сприяти оптимізації управлінських рішень та розвитку роздрібної торгівлі в різних регіонах України на основі вивчення її структури та динаміки.

Висновки до розділу 2

У другому розділі кваліфікаційної роботи досліджено стан роздрібної торгівлі в Україні та її регіонах. Зокрема, в рамках даного розділу проведено аналіз стану та структури роздрібної торгівлі в Україні, здійснено регіональний аналіз розвитку роздрібної торгівлі в Україні. За результатами проведеного дослідження зроблено наступні висновки.

1. Виявлено, що роздрібна торгівля є важливим сегментом економіки України, який постійно зростає за обсягами обороту. Продовольчі та непродовольчі товари займають важливі позиції в структурі роздрібного товарообороту, відображаючи споживчі вподобання та попит на різний вид товарів.

2. Обґрунтовано, що необхідно акцентувати увагу на сприянні та прогресуванні роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах, оскільки цей сегмент володіє найвищим обсягом та може сприяти стабільному розвитку ринкових процесів. Крім того, рекомендовано сприяти інноваційним підходам у сфері спеціалізованої роздрібної торгівлі, що підвищить конкурентоспроможність та розширить асортимент товарів. Доцільно зміцнити контроль над роздрібною торгівлею пальним з метою уникнення негативних відлунь на ринок внаслідок можливого дисбалансу в поставках. Також важливим є зосередження уваги на перспективах онлайн-торгівлі та розвитку роздрібної торгівлі поза межами магазинів, що може заохотити інноваційність та зміцнити підприємницький дух у цій сфері.

3. Систематизовано регіони України за обсягами та структурою роздрібного товарообороту. Виділені кластери демонструють різні рівні розвитку регіональної торгівельної діяльності та вказують на можливість застосування індивідуальних підходів до управління в різних групах регіонів.

4. Встановлено, що в 2021 році в середньому по регіонах країни обсяги обороту роздрібної торгівлі відхилялись від середнього значення (середнє квадратичне відхилення) на 55627 млн грн або на 4% від загального обсягу обороту роздрібної торгівлі України. Коефіцієнт варіації склав 96,3%, тобто варіація обороту роздрібної торгівлі в країні оцінена як дуже сильна.

5. Розраховані значення коефіцієнтів локалізації свідчать про нерівномірність розподілу та доволі значну концентрацію роздрібного товарообороту у таких регіонах як: Київська область та місто Київ, а також Дніпропетровській, Одеській та Запорізькій областях, у яких коефіцієнти локалізації є більшими за одиницю. Найвищі коефіцієнти локалізації мають Київська область та місто Київ, що говорить про найбільшу концентрацію роздрібного товарообороту у цих регіонах.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

3.1. Аналіз динаміки розвитку підприємств роздрібною торгівлі в Україні

Роздрібна торгівля має прямий вплив на життя громадян, їх споживчі вподобання та рівень життя. Зміни в обсягах роздрібного товарообороту можуть свідчити про зміни в економічному стані країни, споживчому попиті та інфляційних тенденціях. Розуміння факторів, які впливають на роздрібну торгівлю та її динаміку, дозволяє ухвалювати обґрунтовані рішення щодо економічної політики, розвитку бізнесу та регулювання ринку.

Моделювання динаміки обсягів роздрібною торгівлі дозволяє передбачити можливі сценарії розвитку галузі, а також оцінити ефективність різних стратегій та заходів щодо її підтримки та розвитку. Аналіз цих даних допомагає виявляти тенденції у споживчому поведінці, зміни в пріоритетах споживачів, а також реагувати на поточні економічні виклики та кризові ситуації.

Застосування статистичних методів та моделей у дослідженні динаміки роздрібною торгівлі є важливим інструментом для збору, обробки та аналізу даних, що дозволяє отримати об'єктивну та достовірну інформацію про стан та розвиток галузі. Використання таких методів сприяє підвищенню наукової обґрунтованості та точності результатів дослідження, а також дає можливість використовувати отримані дані для прогнозування майбутніх тенденцій та розвитку стратегій управління.

На рисунку 3.1 представлена динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібною торгівлі за товарними групами в Україні у 2017-2021 роках.

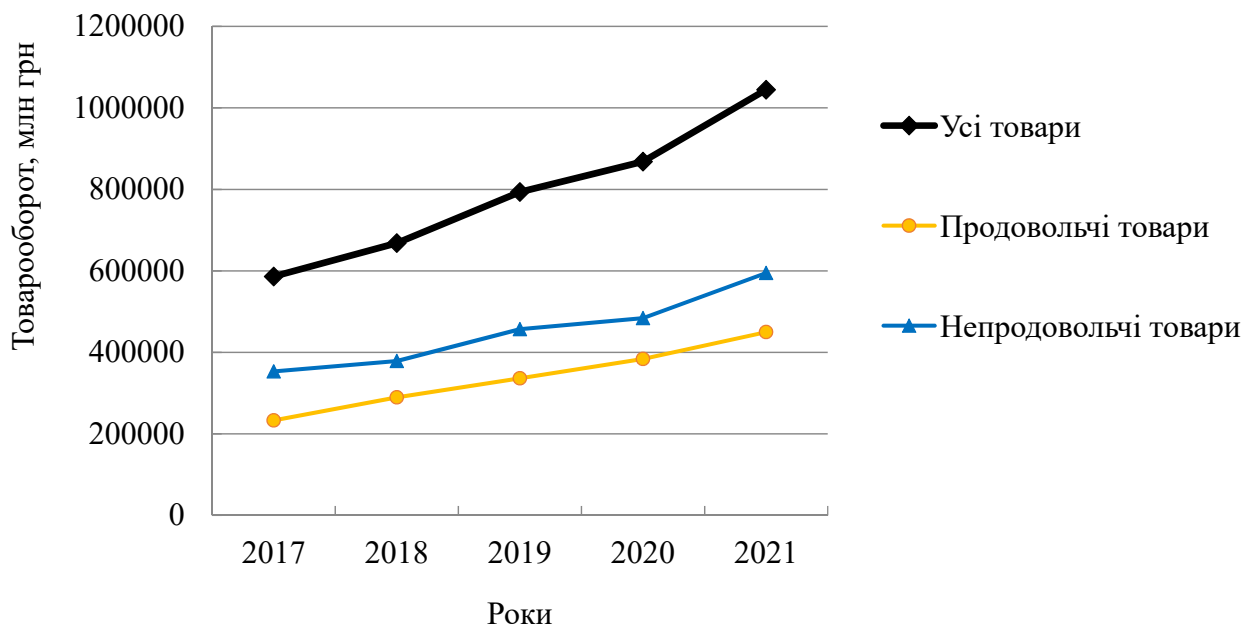


Рисунок 3.1 – Динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2017-2021 роки
Джерело: побудовано автором за даними [9].

Аналіз наведених даних показав, що обсяг роздрібного товарообороту по всіх товарах зростає протягом всього досліджуваного періоду. За період 2017-2018 роки він збільшився на 14,0%. У 2019 році спостерігалось подальше збільшення на 18,8%. За 2020 рік спостерігався ще більший ріст на 9,4%, але в 2021 році наступив різкий стрибок обсягів, які збільшилися на 20,5% порівняно з попереднім роком. Таким чином, загальний обсяг роздрібного товарообороту з 2017 по 2021 рік збільшився на 78,1%, що свідчить про позитивний розвиток цієї галузі.

Обсяг роздрібного товарообороту продовольчих товарів також зростає протягом усього аналізованого періоду. З 2017 по 2018 рік спостерігалось збільшення на 24,2%, що було найвищим збільшенням у цьому розділі. З 2018 по 2019 рік обсяг продовольчого товарообороту збільшився на 16,2%. За 2020 рік спостерігався ще менший ріст на 13,4%, але в 2021 році наступив різкий стрибок обсягів, збільшившись на 17,1% порівняно з попереднім роком. Загальний обсяг роздрібного товарообороту продовольчих товарів з 2017 по 2021 рік збільшився на 92,4%, що свідчить про значний розвиток цієї товарної групи.

Обсяг роздрібного товарообороту непродовольчих товарів також зростає протягом усього аналізованого періоду, але з меншою інтенсивністю порівняно з продовольчими товарами. З 2017 по 2018 рік спостерігалось збільшення на 7,2%. З 2018 по 2019 рік обсяг непродовольчого товарообороту збільшився на 20,8%, що було найвищим збільшенням у цьому розділі. За 2020 рік спостерігався ще менший ріст на 5,8%, але в 2021 році наступив різкий стрибок обсягів, збільшившись на 22,7% порівняно з попереднім роком. Загальний обсяг роздрібного товарообороту непродовольчих товарів з 2017 по 2021 рік збільшився на 68,1%.

На рисунку 3.2 наведена динаміка індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні у 2017-2021 роках.

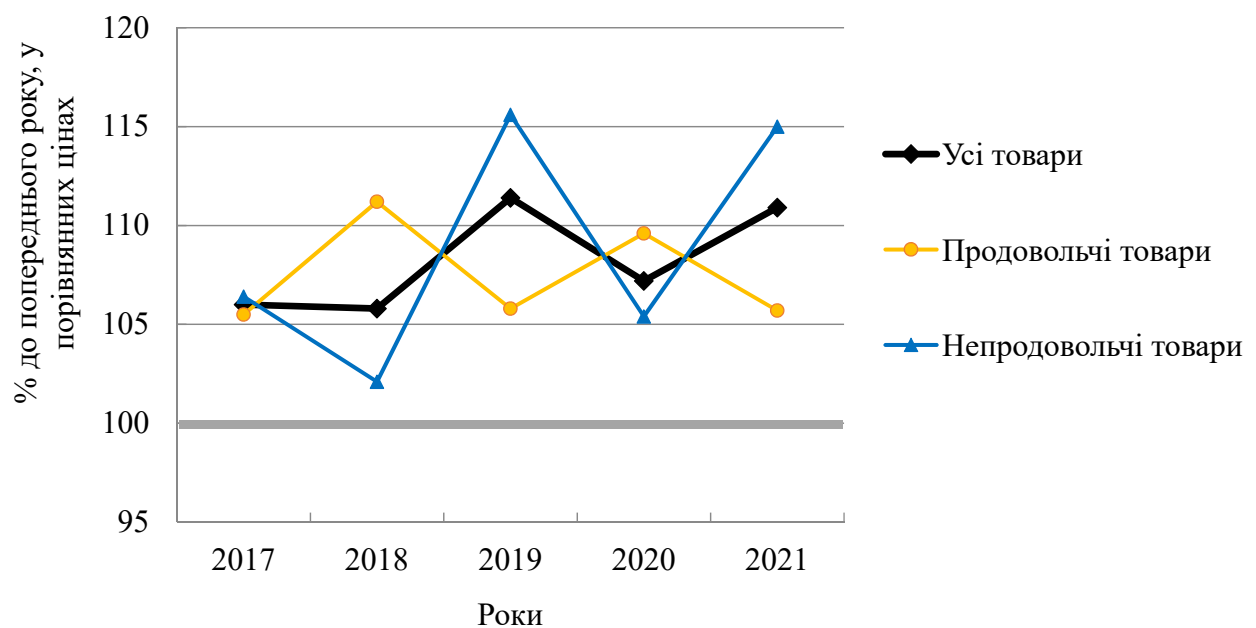


Рисунок 3.2 – Динаміка індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2017-2021 роки

Джерело: побудовано автором за даними [9].

Аналіз динаміки індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні показав, що в останні 5 років

спостерігається тенденція до зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств (усі індекси > 100), однак темпи і характер зростання у різних товарних груп був різним. Так, у 2018 і 2020 роках значно більшими були темпи зростання продовольчих товарів, а зростання обсягів роздрібного товарообороту непродовольчих товарів відбувалося значно повільніше. А в 2019 та 2021 роках, навпаки, значно більшими були темпи зростання обсягів непродовольчих товарів, а обсяги товарообороту продовольчих товарів зростали набагато повільніше. Також можна відмітити більш рівномірне зростання обсягу роздрібного товарообороту продовольчих товарів, а товарооборот непродовольчих товарів має дуже різкі коливання темпів зростання.

Загалом, роздрібний товарооборот в Україні зростав протягом аналізованого періоду 2017-2021 роки. Як показує динаміка, обсяг роздрібного товарообороту зростав і в сегменті продовольчих, і в сегменті непродовольчих товарів. Проте, збільшення обсягу продовольчого товарообороту було більшим (92,4%) порівняно з непродовольчими товарами (68,1%).

Такі позитивні тенденції свідчать про підвищення споживчого попиту та зростання економічної активності в країні. При цьому, різке збільшення обсягів роздрібного товарообороту у 2021 році може бути зумовлене різними факторами, такими як вплив пандемії COVID-19, економічні заходи уряду, зміни споживчих пріоритетів тощо.

Динаміка роздрібного товарообороту за товарними групами є важливим показником для економічних аналітиків, урядових органів та бізнес-спільноти. Інформація про тенденції та динаміку розвитку роздрібної торгівлі допомагає визначати ефективні стратегії розвитку галузі, прогнозувати попит на товари, планувати бізнес-політику та приймати обґрунтовані рішення для підтримки стійкого економічного зростання країни.

Аналіз змін у структурі роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні у 2017-2021 роках (рис. 3.3) показав, що значних змін у структурі за досліджуваний період не відбулося. Найбільшу частку займали й займають непродовольчі товари.

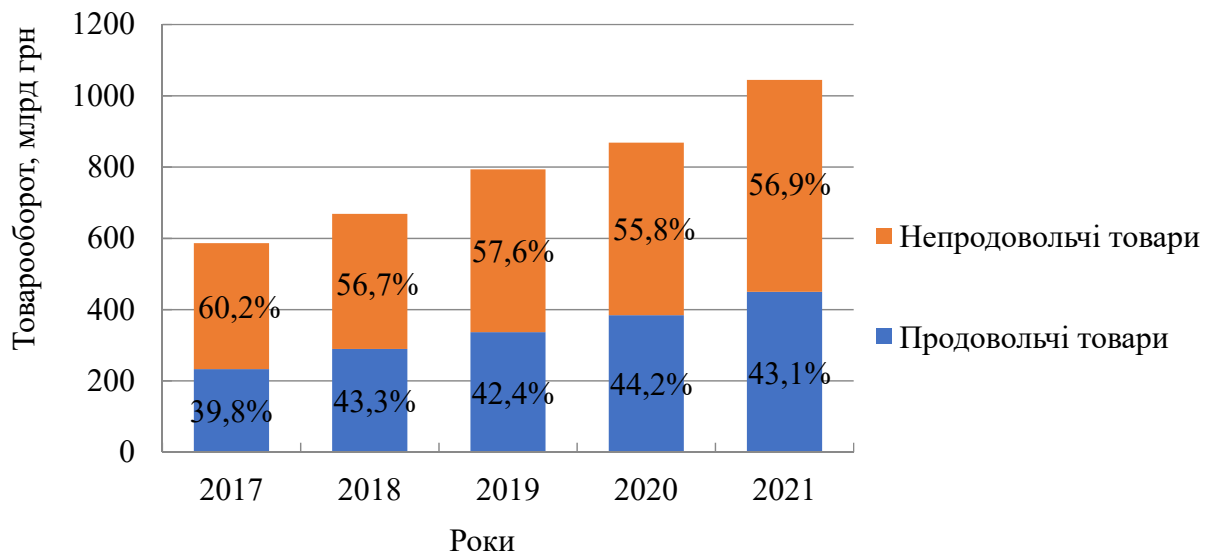


Рисунок 3.3 – Зміни структури роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні у 2017-2021 роках
Джерело: побудовано автором за даними [9].

Однак, все ж таки за ці роки відбулося незначне зменшення частки непродовольчих товарів з 60,2% у 2017 році до 56,9% у 2021 році. Це може свідчити про більш споживацький характер економіки і збільшення частки продовольчих товарів у споживацькому наборі населення країни.

Більш деталізований аналіз змін у структурі роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами та видами товарів у 2017-2021 році (Додаток Б) показав, що основними змінами за цей період у групі продовольчих товарів стало зменшення споживання м'яса (на 0,2%) та одночасне збільшення споживання риби, ракоподібних та молюсків (включаючи рибні продукти) (на 0,5%), м'ясних продуктів (на 0,5%) та хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів (на 0,5%). У групі непродовольчих товарів відбулося зменшення споживання телекомунікаційного устаткування (на 0,5%), фармацевтичних товарів (на 1,0%), газойлів (паливо дизельне) (на 0,5%) та бензину моторного (на 1,6%). Та одночасне збільшення споживання комп'ютерів, периферійного устаткування, програмного забезпечення (на 0,5%), медичних і ортопедичних товарів (на 0,5%) та пропану, бутану та метану для автомобілів (на 0,5%).

Тобто за досліджуваний період відбулося заміщення м'яса – м'ясними продуктами, рибою та хлібобулочними виробами; телекомунікаційного устаткування – комп'ютерами, периферійним устаткуванням та програмним забезпеченням; фармацевтичних товарів – медичними і ортопедичними товарами, а палива дизельного та бензину моторного – пропаном, бутаном та метаном для автомобілів.

3.2. Моделювання та прогнозування тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні

Аналіз динаміки та прогнозування тенденцій розвитку підприємств роздрібної торгівлі в Україні є важливим інструментом для розуміння та оцінки розвитку економіки країни. Ця діяльність має велике економічне значення з цілого ряду причин.

Стратегічне планування: аналіз динаміки та прогнозування тенденцій розвитку роздрібного товарообороту допомагає підприємствам, урядовим органам та іншим зацікавленим сторонам розробити стратегії для подальшого розвитку. Зрозуміти, які товарні групи мають нахил до зростання або спаду в певних періодах, допомагає визначити пріоритети та напрямки діяльності.

Політика та регулювання: результати аналізу можуть бути використані для вирішення політичних та регуляторних питань. Наприклад, на підставі аналізу можна розробити заходи для підтримки певних товарних груп, сприяти їх розвитку та збільшенню конкурентоспроможності.

Прогнозування попиту: аналіз динаміки та прогнозування тенденцій розвитку роздрібного товарообороту допомагає прогнозувати попит на певні товарні групи в майбутньому. Це надає підприємствам можливість вчасно налаштувати виробництво та постачання, уникнути дефіцитів або перевиробництва.

Інвестиції та фінансування: аналіз може слугувати основою для прийняття рішень щодо інвестування. Інвестори, банки та фінансові установи можуть використовувати прогнози обсягів товарообороту для оцінки перспективності проектів та надання фінансування.

Конкурентність і ринкова позиція: аналіз динаміки допомагає розуміти, які товарні групи є основними гравцями на ринку, де є можливості для зростання та як конкурують різні групи товарів.

Планування ресурсів: аналіз може бути використаний для ефективного планування ресурсів, таких як робоча сила, матеріали та обладнання.

Наукові дослідження: дані аналізу можуть слугувати основою для подальших наукових досліджень та аналізу економічних та соціальних тенденцій.

Отже, аналіз динаміки та прогнозування обсягів роздрібного товарообороту підприємств в Україні є важливим інструментом для прийняття обґрунтованих економічних рішень, забезпечення стабільного розвитку ринку та підвищення конкурентоспроможності країни.

Для прогнозування обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні, де дані динамічних рядів не характеризуються сезонними коливаннями, доцільно використовувати наступні методи прогнозування [4, 15, 16, 24]:

Екстраполяція – цей метод базується на припущенні, що майбутні значення будуть продовжувати тенденції минулого розвитку. Для цього можна використовувати методи лінійної або нелінійної регресії.

Експоненційне згладжування – цей метод підходить для прогнозування в ситуаціях, коли дані мають експоненційний ріст або спад. Він враховує більше останніх значень, надаючи їм більшої ваги.

Модель авторегресії ковзного середнього (Auto Regressive Integrated Moving Average – ARIMA) – ARIMA є потужним і широко використовуваним методом прогнозування часових рядів. Він може враховувати автокореляцію та

автокореляцію часткової, що може бути корисним для невеликих коливань у даних.

Моделі машинного навчання – методи машинного навчання, такі як випадковий ліс, градієнтний бустінг та нейронні мережі, можуть ефективно прогнозувати значення на основі багатьох змінних, що може бути корисним при аналізі роздрібного товарообороту.

Моделі засновані на причинно-наслідкових зв'язках – якщо є певні важливі фактори, що впливають на роздрібний товарооборот, можна побудувати моделі, які враховують ці впливи, такі як економічні показники, соціальні чинники тощо.

Дослідивши всі позитивні та негативні аспекти застосування кожного із зазначених методів та з урахуванням особливостей їх застосування, для прогнозування обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні було обрано метод екстраполяції з побудовою моделей нелінійної регресії.

Моделювання було проведено для трьох динамічних рядів обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки, а саме: усі товари, продовольчі товари та непродовольчі товари. Оскільки в 2022 році обсяги товарообороту значно знизилися через початок повномасштабної війни в Україні, що вплинуло на всі сфери економіки країни, то для побудови регресійних моделей рядів динаміки було використано статистичні дані до 2021 року включно.

В результаті застосування регресійного аналізу та проведеного моделювання побудовано нелінійні регресійні моделі досліджуваних часових рядів. Найбільш точні результати апроксимації було отримано при застосуванні поліноміальних кривих другого та третього степеню.

Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та побудовані лінії тренду за поліноміальною моделлю другого степеню зображено на рисунку 3.4. На основі цієї моделі було отримано більш песимістичний прогноз.

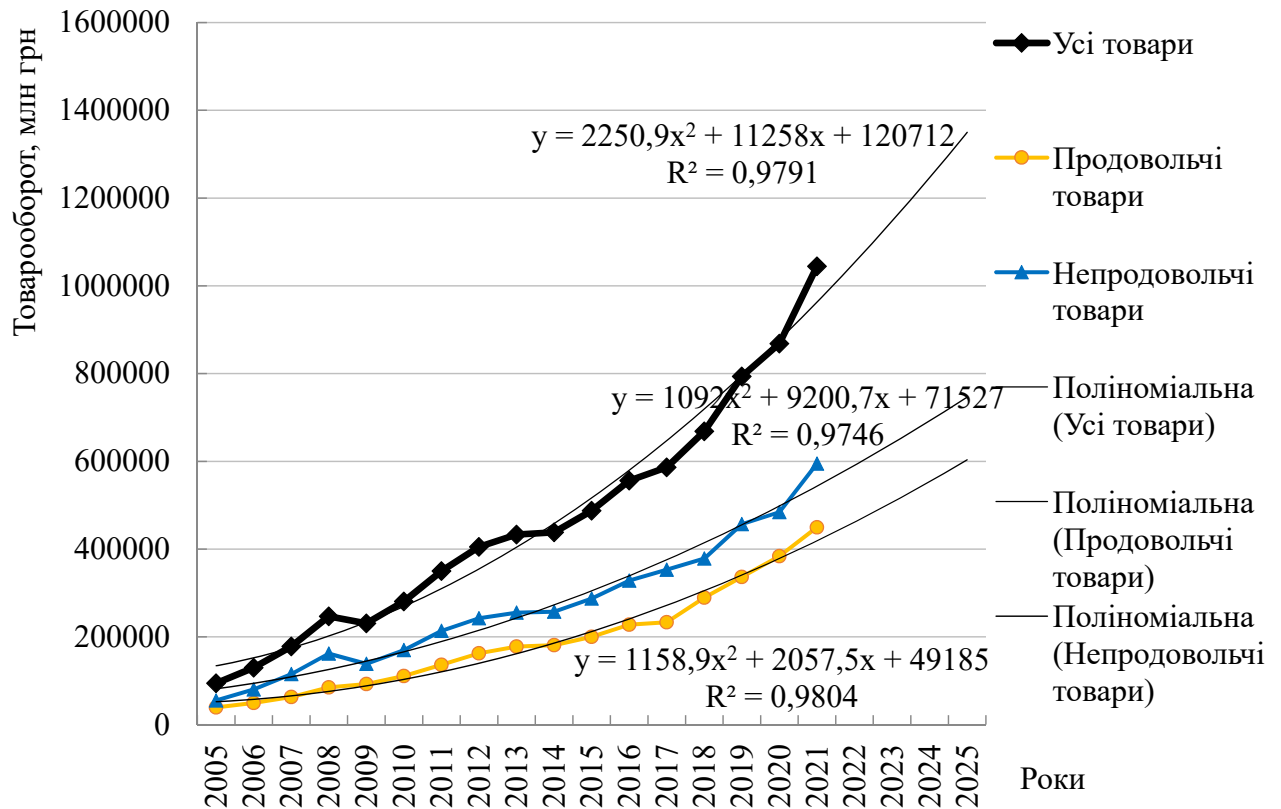


Рисунок 3.4 – Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та відповідні лінії тренду за поліноміальною моделлю другого степеню

Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Побудована поліноміальна модель динаміки другого ступеня для ряду товарообороту усіх видів товарів має вид:

$$y = 2250,9x^2 + 11258x + 120712 \quad (3.1)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9791$, що вказує на високу точність моделі [15].

Побудована поліноміальна модель динаміки другого ступеня для ряду товарообороту непродовольчих товарів має вид:

$$y = 1092x^2 + 9200,7x + 71527 \quad (3.2)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9746$, що також вказує на високу точність побудованої моделі [15].

Побудована поліноміальна модель динаміки другого ступеня для ряду товарообороту продовольчих товарів має вид:

$$y = 1158,9x^2 + 2057,5x + 49185 \quad (3.3)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9804$, що також вказує на високу точність динамічної моделі [15].

На рисунку 3.4 також зображено прогноз обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні на 2022-2025 роки за умови незмінної економічної ситуації в умовах довоєнного стану на основі поліноміальної моделі другого ступеню. Це дозволить порівняти значення з актуальним прогнозом з урахуванням військових дій та спаду економіки у 2022 році та визначити втрати економіки через зменшення роздрібного товарообороту підприємств.

З цією метою на основі побудованих моделей в роботі були розраховані прогнозні значення роздрібного товарообороту за товарними групами в Україні на 2022-2025 роки. Результати проведених розрахунків та побудованих графіків динамічних рядів представлені в таблиці 3.1 на рисунку 3.5.

Таблиця 3.1 – Прогнозні (змодельовані) значення обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні на 2022-2025 роки на основі побудованих поліноміальних моделей другого ступеню

Товарні групи, млн грн	2022	2023	2024	2025
Усі товари	869962	954337	1043212	1136587
Продовольчі товари	461727	506667	553925	603501
Непродовольчі товари	590953	640558	692347	746320

Джерело: розраховано автором за даними [9].

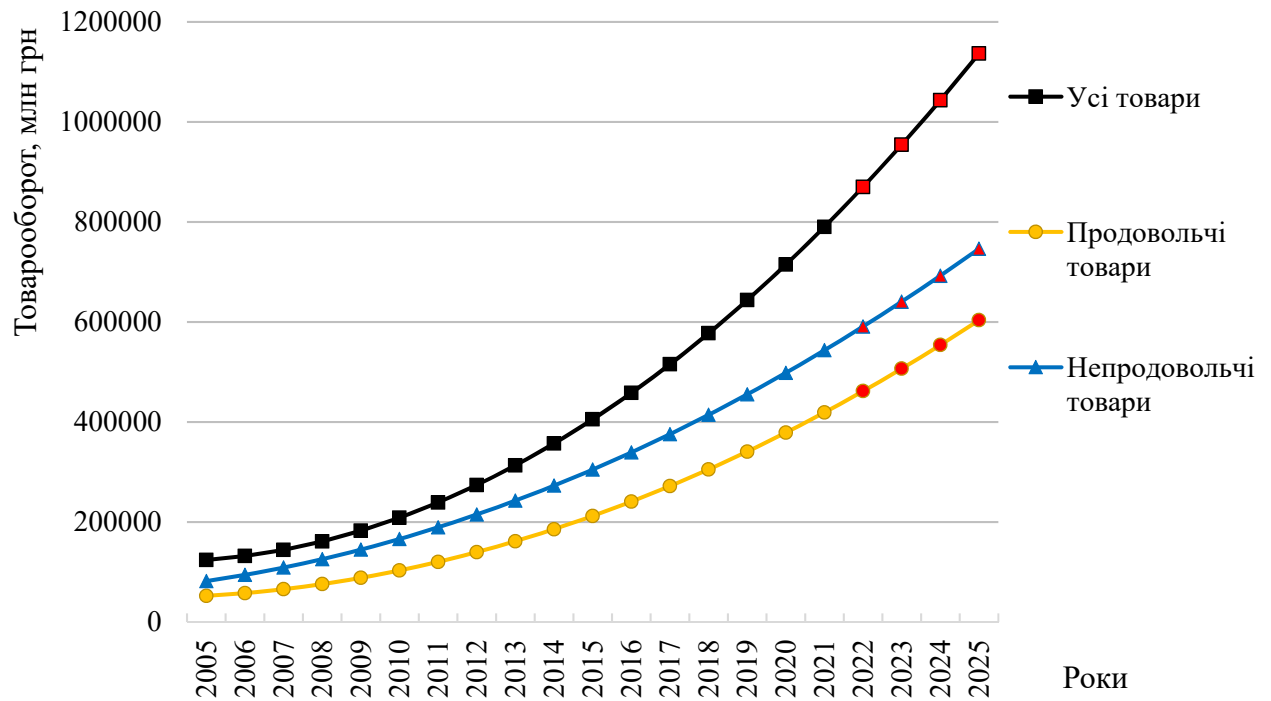


Рисунок 3.5 – Змодельовані обсяги роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2025 роки за поліноміальною моделлю другого степеню

Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та побудовані лінії тренду за поліноміальною моделлю третього степеню зображено на рисунку 3.6. На основі цієї моделі було отримано більш оптимістичний прогноз.

Побудована поліноміальна модель динаміки третього ступеня для ряду товарообороту усіх видів товарів має вид:

$$y = 346,21x^3 - 7096,8x^2 + 80500x + 2307,8 \quad (3.4)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9935$, що вказує на більш високу точність другої моделі [15].

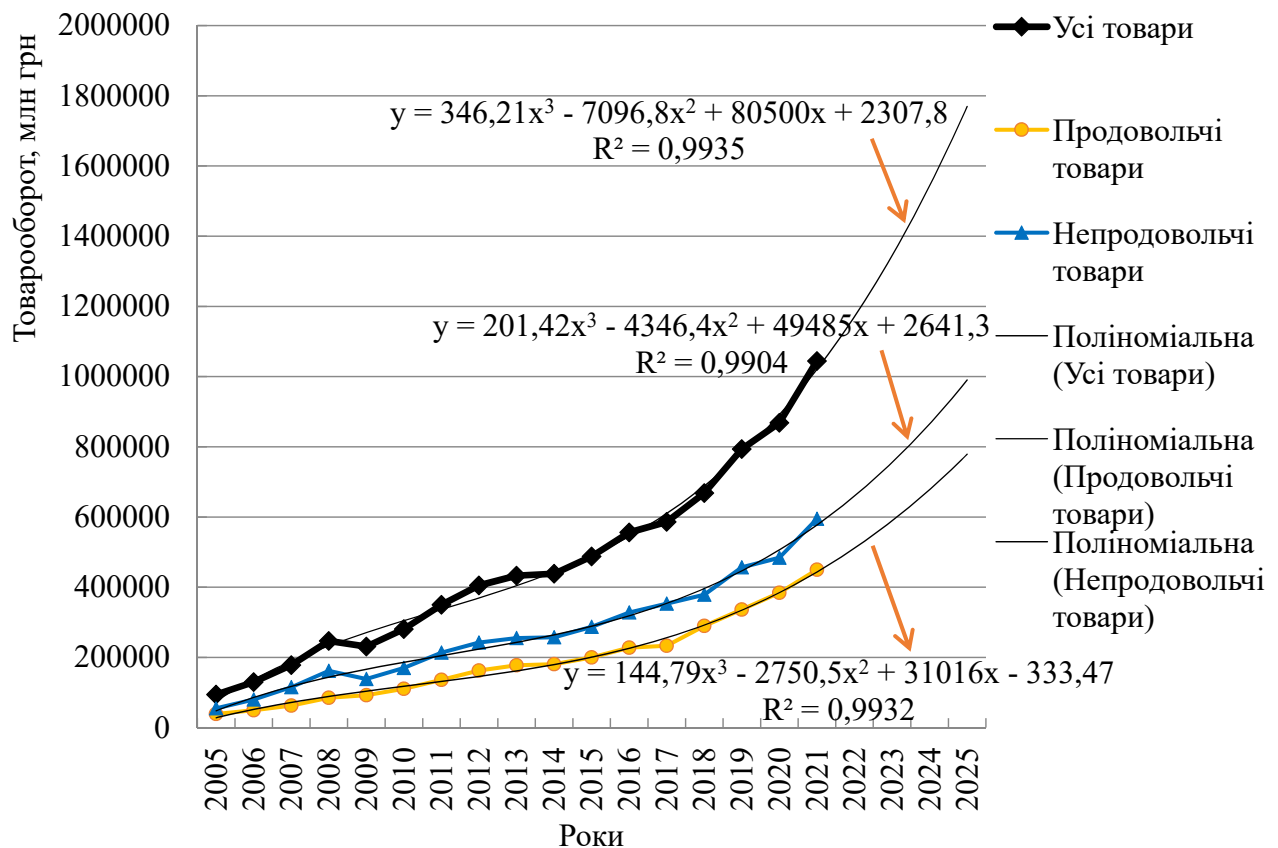


Рисунок 3.6 – Динаміка роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та відповідні лінії тренду за поліноміальною моделлю третього степеню

Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Побудована поліноміальна модель динаміки третього ступеня для ряду товарообороту непродовольчих товарів має вид:

$$y = 201,42x^3 - 4346,4x^2 + 49485x + 2641,3 \quad (3.5)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9904$, що також вказує на більш високу точність побудованої другої моделі [15].

Побудована поліноміальна модель динаміки третього ступеня для ряду товарообороту продовольчих товарів має вид:

$$y = 144,79x^3 - 2750,5x^2 + 31016x - 333,47 \quad (3.6)$$

Коефіцієнт апроксимації $R^2 = 0,9932$, що також вказує на більш високу точність другої динамічної моделі [15].

На рисунку 3.6 також зображено прогноз обсягів роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі в Україні на 2022-2025 роки за умови незмінної економічної ситуації в умовах довоєнного стану на основі поліноміальної моделі третього ступеню.

На основі побудованих поліноміальних моделей третього ступеню в роботі були розраховані прогнозні значення роздрібного товарообороту за товарними групами в Україні на 2022-2025 роки. Результати проведених розрахунків та побудованих графіків динамічних рядів представлені в таблиці 3.2 на рисунку 3.7.

Таблиця 3.2 – Прогнозні (змодельовані) значення обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні на 2022-2025 роки на основі побудованих поліноміальних моделей третього ступеню

Товарні групи, млн грн	2022	2023	2024	2025
Усі товари	1170983	1344449	1543188	1769277
Продовольчі товари	511266	589223	678186	779024
Непродовольчі товари	657499	752609	861941	986701

Джерело: розраховано автором за даними [9].

Для підтвердження адекватності та точності побудованих моделей були розраховані помилки прогнозу для кожного року (як різниця між прогнозованим і фактичним значенням досліджуваної змінної) та загальна помилка за методикою MAPE [15]:

$$MAPE = \left| \frac{\text{факт.зн.} - \text{прогн.зн.}}{\text{факт.зн.}} * 100\% \right| \quad (3.7)$$

де MAPE – середня похибка прогнозу, %;

факт. зн. – фактичні значення ознаки;

прогн.зн. – прогнозні значення ознаки.

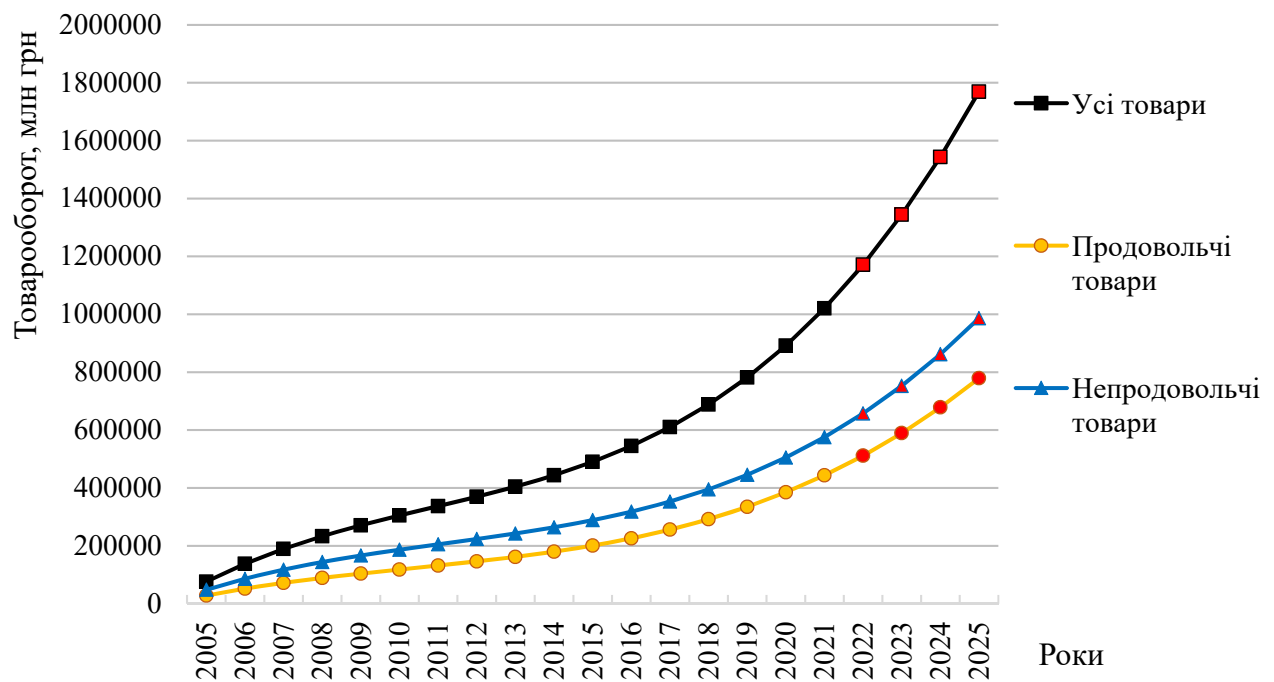


Рисунок 3.7 – Змодельовані обсяги роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2005-2025 роки за поліноміальною моделлю третього степеню

Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Результати розрахунку помилок прогнозу на основі побудованих поліноміальних моделей третього ступеня представлені в таблиці 3.3.

Оскільки всі моделі були побудовані автономно одна від одної і не враховували того факту, що продовольчі та непродовольчі товари в сумі мають дорівнювати обсягу усіх товарів, в роботі було визначено яку частку в середньому за останні 5 років складала кожна з груп товарів. Встановлено, що продовольчі товари складали в середньому 43% усього роздрібного товарообороту, а непродовольчі – 57%. З урахуванням цього було скореговано прогнозні обсяги роздрібного товарообороту підприємств за кожною з товарних груп.

Таблиця 3.3 – Помилки прогнозу обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні на основі побудованих поліноміальних моделей

Роки	Обсяги роздрібного товарообороту та помилки прогнозу за товарними групами								
	Усі товари, млрд грн			Продовольчі товари, млрд грн			Непродовольчі товари, млрд грн		
	Факти- чні знач.	Змоде- льовані знач.	Похиб- ка, %	Факти- чні знач.	Змоде- льовані знач.	Похиб- ка, %	Факти- чні знач.	Змоде- льовані знач.	Похиб- ка, %
2005	94,3	76,1	19,4	39,2	28,1	28,4	55,1	48,0	12,9
2006	130,0	137,7	6,0	49,7	51,9	4,3	80,2	85,8	7,0
2007	178,2	189,3	6,2	63,0	71,9	14,1	115,2	117,4	1,9
2008	246,9	232,9	5,7	85,1	89,0	4,6	161,9	143,9	11,1
2009	231,0	270,7	17,2	92,4	104,1	12,6	138,5	166,5	20,2
2010	280,9	304,6	8,4	110,9	118,0	6,4	170,0	186,5	9,7
2011	350,1	336,8	3,8	136,3	131,7	3,4	213,8	205,0	4,1
2012	405,1	369,4	8,8	162,7	145,9	10,3	242,5	223,3	7,9
2013	433,1	404,3	6,6	177,8	161,6	9,1	255,3	242,5	5,0
2014	438,3	443,8	1,3	181,1	179,6	0,8	257,3	263,9	2,6
2015	487,6	489,9	0,5	200,2	200,8	0,3	287,3	288,6	0,5
2016	556,0	544,6	2,0	227,9	226,0	0,8	328,1	318,0	3,1
2017	586,3	610,1	4,0	233,2	256,2	9,8	353,1	353,1	0,0
2018	668,4	688,3	3,0	289,7	292,1	0,8	378,7	395,2	4,4
2019	793,5	781,5	1,5	336,6	334,7	0,5	456,9	445,4	2,5
2020	868,3	891,6	2,7	384,1	384,9	0,2	484,2	505,1	4,3
2021	1044,5	1020,7	2,3	449,8	443,4	1,4	594,8	575,4	3,3
MAPE			5,8			6,4			5,9

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [9].

На рисунку 3.8 представлена динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки, прогнозні значення на 2022-2025 роки ряду усіх товарів за поліноміальною моделлю третього степеню та скореговані прогнозні значення для рядів продовольчих та непродовольчих товарів.

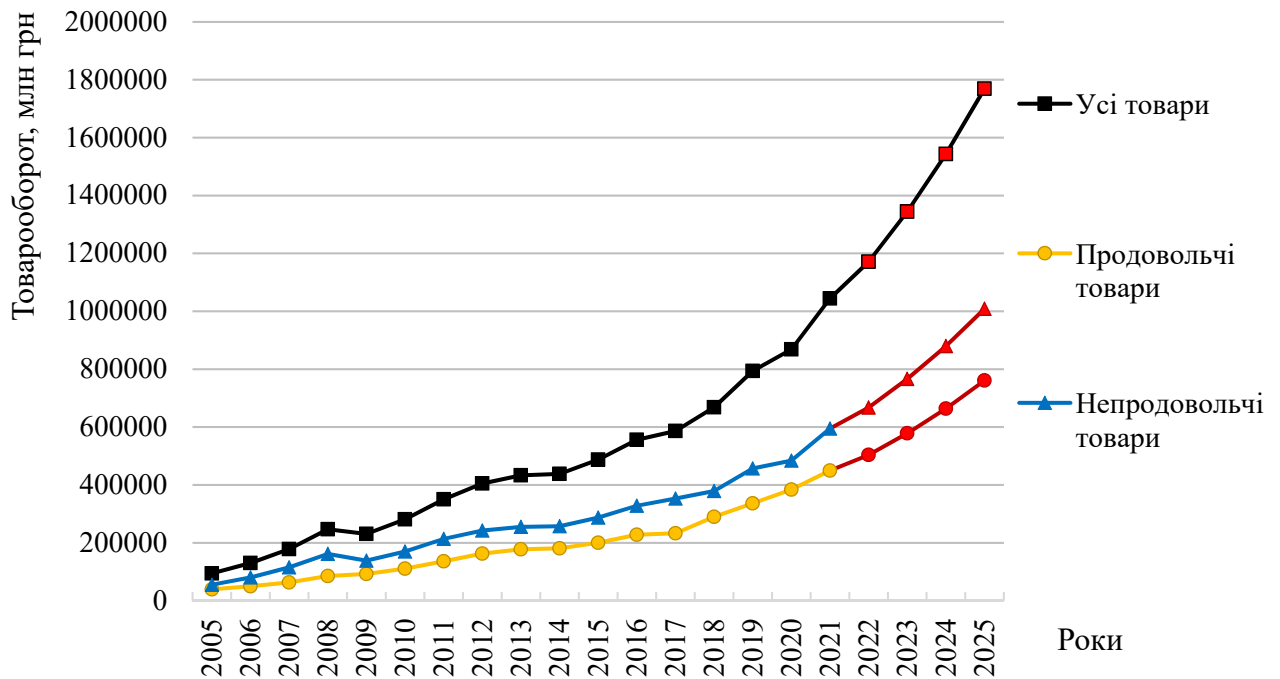


Рисунок 3.8 – Динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та скореговані прогнозні значення за поліноміальною моделлю третього степеню на 2022-2025 роки
Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Однак, усі розглянуті побудовані моделі наразі не можуть бути використані безпосередньо для прогнозування, оскільки не враховують принципові зміни в економічній ситуації в країні у 2022 році через початок повномасштабної війни на території України в наслідок російської агресії. Ці події викликали неминучий спад як виробництва, так і експортно-імпортних операцій, що значно вплинуло на обсяги та динаміку роздрібного товарообороту підприємств в Україні.

Для побудови більш реальних прогнозних значень обсягів роздрібного товарообороту було проаналізовано вплив війни на динаміку товарообороту шляхом розрахунку різниці між змодельованими (прогнозними) значеннями на 2022 рік та реальним обсягом товарообороту, який у 2022 році значно зменшився і склав 971,1 млрд грн.

При розрахунку прогнозних значень було враховано визначений вплив. Динаміка обсягів роздрібного товарообороту за 2005-2021 роки та скореговані впливом війни в Україні прогнозні значення за поліноміальною моделлю третього степеню на 2022-2025 роки наведено на рисунку 3.9.

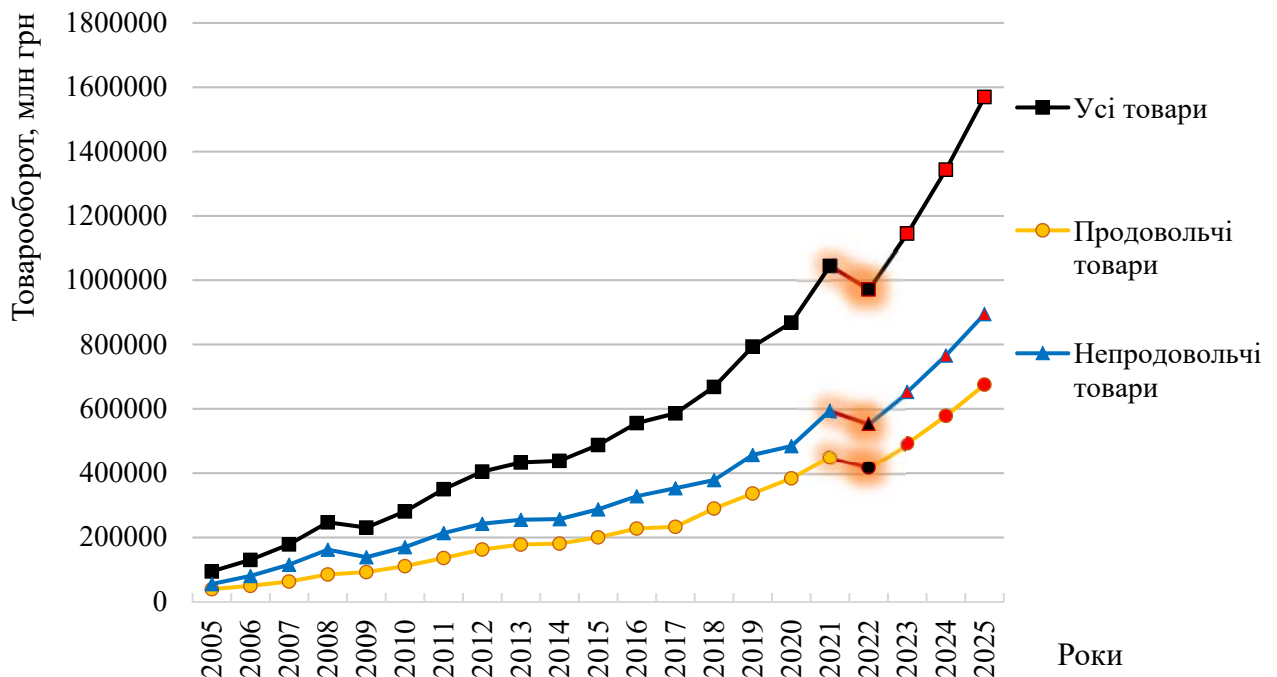


Рисунок 3.9 – Динаміка обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні за 2005-2021 роки та скореговані впливом війни прогнозні значення на 2023-2025 роки

Джерело: побудовано автором за даними [9] та власними розрахунками.

Для визначення втрат економіки через зменшення роздрібного товарообороту підприємств з початком повномасштабної війни на території України в наслідок російської агресії було порівняно визначені раніше прогнозні значення за оптимістичним сценарієм поліноміальної моделі третього степеню (рис. 3.8) з останнім більш реалістичним прогнозом з урахуванням впливу війни та спаду економіки у 2022 році (рис. 3.9).

Змодельовані значення обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні на 2022-2023 роки за поліноміальною моделлю

третього степеню, фактичні дані за 2022 рік та розраховані втрати від війни наведено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Змодельовані значення обсягів роздрібного товарообороту підприємств за товарними групами в Україні на 2022-2023 роки та втрати від війни

Товарні групи, млрд грн	2022		2023	
	Оптимістичний ретроспективний прогноз	Фактичні значення	Оптимістичний прогноз	Реалістичний прогноз
Усі товари	1171,0	971,1	1344,4	1144,6
Продовольчі товари	503,5	417,6	578,1	492,2
Непродовольчі товари	667,5	553,5	766,3	652,4
Економічні втрати від зменшення товарообороту в результаті війни в Україні:				
Усі товари	-199,9		-199,9	
Продовольчі товари	-85,9		-85,9	
Непродовольчі товари	-114		-114	

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [9].

Таким чином, економічні втрати України від зменшення товарообороту в результаті повномасштабної війни 2022 року складають орієнтовно 200 млрд грн на рік. Однак, слід зазначити, що розраховані економічні витрати враховують лише реальне фактичне зменшення обсягів роздрібного товарообороту підприємств у 2022 році. Також зроблено припущення про повернення у 2023 році довоєнних темпів зростання товарообороту, що насправді скоріш за все не буде відповідати дійсності. Для більш точного визначення економічних втрат в майбутні періоди потрібно також корегувати це значення на загальноекономічну ситуацію та більш реальні уточнені прогнозні значення.

3.3. Аналіз розвитку роздрібної торгівлі у світі та вплив на неї війни в Україні

Початок війни в Україні наприкінці лютого 2022 року завдав ще одного удару по світовій економіці, яка все ще страждає від наслідків пандемії COVID-19. Фактичне або загрозове скорочення поставок товарів першої необхідності з України та Росії, зокрема зерна та енергоносіїв, призвело до стрибка цін на товари та змусило імпортерів з усіх сил шукати альтернативні джерела для цих товарів. Ці стрибки посилили інфляцію, яка вже зростала в усьому світі внаслідок збоїв у ланцюжках поставок і надзвичайно стимулюючої монетарної та фіскальної політики, прийнятої під час пандемії [75].

Підвищення відсоткових ставок центральними банками не відразу вдалося загальмувати зростання та інфляцію, але наприкінці 2022 року їх вплив почав відчуватися, оскільки ціни на сировинні товари знизилися, а зростання ВВП сповільнилося.

Нові спалахи COVID-19 у Китаї також вплинули на торгівлю в четвертому кварталі 2022 року, хоча ослаблення прикордонного контролю за людьми та товарами обіцяє дати поштовх світовій економіці в майбутньому.

Беручи до уваги всі ці фактори, річне зростання обсягу торгівлі протягом перших трьох кварталів 2022 року було вищим, ніж очікувалося, на 4,3%. Зокрема, торгівля виявилася надзвичайно стійкою до війни в Україні.

Однак після цих високих початкових показників послідував різкий спад у четвертому кварталі 2022 року, що призвело до зниження зростання за рік до 2,7%. Кілька факторів сприяли цьому падінню торгівлі, включаючи зростання заражень COVID-19 у Китаї та жорсткість монетарної політики в усьому світі протягом року. Хоча цей темп зростання був нижчим за прогноз у 3,5%, який ми зробили в жовтні минулого року, він був досить близьким до нашої початкової оцінки в 3,0%, зробленої минулого квітня.

У опублікованій записці Секретаріату СОТ оцінюється вплив війни на міжнародну торгівлю. Він містить два головних повідомлення [77]:

- по-перше, міжнародна торгівля виявилася дуже стійкою, що допомогло країнам адаптуватися до економічних наслідків війни;
- по-друге, СОТ зіграла важливу роль у забезпеченні цієї стійкості, і подальше зміцнення СОТ принесе користь.

Війна в Україні значно зменшила зростання торгівлі, але набагато менше, ніж спочатку очікувалося. У жовтні 2021 року СОТ прогнозувала, що у 2022 році торгівля товарами зросте на 4,7%. На початку війни цей прогноз різко знизився до 2,4-3,0%, а песимістичні сценарії опускалися до 0,5%. У жовтні 2022 року прогноз зміни обсягів торгівлі товарами знову був переглянутий до 3,5%, враховуючи, що фактичне зростання торгівлі перевищило попередні оцінки, що підтверджує стійкість світової торгівлі за останній рік. Стабільність світової торгівлі також була очевидною в глобальних ланцюгах поставок, що підтверджено зростанням торгівлі проміжними товарами на 4% у другому кварталі 2022 року в річному обчисленні [62, 63].

Війна спричинила значний вплив на український експорт. З 2021 по 2023 рік український експорт скоротився на 30%, причому експорт впав за всіма напрямками. Однак деякі сусідні країни, наприклад Польща та Угорщина, фактично збільшили закупівлі з України, зокрема сільськогосподарської продукції.

Експорт зернових, які є ключовими для продовольчої безпеки багатьох африканських економік, скоротився на 14,9%, що змусило ці економіки скорегувати свої моделі постачання. Наприклад, Ефіопія, яка раніше покладалася на Україну та Росію для 45% імпорту пшениці, відреагувала збільшенням закупівель в інших виробників, включаючи Сполучені Штати (поставки зросли на 20% в обсязі) та Аргентину, яка постачала 21% імпортованої пшениці в Ефіопію, порівняно з нульовим показником у попередньому році.

Російський експорт зріс на 15,6% у вартісному вираженні через зростання цін, зокрема, на паливо, добрива та зернові культури. Однак, за оцінками, обсяг російського експорту міг дещо знизитися. Торговельні потоки промислових товарів, таких як автомобілі, фармацевтичні препарати чи літаки, щодо яких санкції є більш обмежувальними, різко скоротилися.

Війна в Україні також спричинила значний вплив на країни, які сильно залежать від Росії та України. Однією з ключових проблем на початку війни було те, що може виникнути дефіцит товарів там, де Росія та Україна мають значну частку ринку. Особливе занепокоєння викликали пшениця, кукурудза, соняшникова продукція, добрива, паливо та паладій.

Такого дефіциту в основному вдалося уникнути. Зокрема, обсяги світової торгівлі в основному залишилися на довоєнному рівні після початкового падіння таких продуктів, як пшениця.

Ціни на товари, які сильно постраждали від війни, зросли менше, ніж очікувалося на початку війни. Серед продуктів, які найбільше постраждали від війни, ціни зросли від 4,4% (паладій) до 24,2% (кукурудза). Хоча ці підвищення цін є значними, вони значно нижчі за найпохмуріші прогнози. Моделювання персоналу Секретаріату СОТ підкреслило, що у випадку каскадних обмежень на експорт продовольства ціни на пшеницю могли б зрости на 85% у деяких регіонах з низьким рівнем доходу порівняно з фактичним зростанням на 17%.

Країни, які особливо залежать від імпорту з України, зуміли знайти альтернативні джерела постачання. Наприклад, за перші вісім місяців війни імпорт пшениці з України в Єгипет впав приблизно на 81%, але він компенсував це за рахунок імпорту від альтернативних постачальників, таких як Європейський Союз.

Була також заміна продуктів. Наприклад, Туреччина відреагувала на скорочення імпорту пшениці різким збільшенням імпорту рису. Це підкреслює важливість багатосторонньої торгової системи, створеної СОТ, яка дозволяє торгівлі протікати там, де це найбільше потрібно.

Більш низьке, ніж очікувалося, зростання цін на продукти харчування було здебільшого пов'язано з тим, що країни демонстрували стриманість у введенні експортних обмежень. СОТ підтримала ці зусилля. Наприклад, Декларація міністрів щодо екстреного реагування на відсутність продовольчої безпеки, прийнята на 12-й конференції міністрів у червні минулого року в Женеві, зобов'язала членів СОТ вжити конкретних кроків, щоб зберегти відкриту торгівлю харчовими та сільськогосподарськими продуктами [63].

Однак звіти СОТ про моніторинг торгівлі показують збільшення експортних обмежень, введених у контексті війни, тому важливо залишатися пильними.

Моделювання, проведене економістами СОТ, підкреслює важливість підтримки сильної багатосторонньої торговельної системи. Раніше було підраховано, що відокремлення світової економіки від західного та східного блоків призведе до втрати реальних доходів у середньому на 5,4%. Зараз оцінюється, що потенційні вигоди від подальшого зниження тарифів і нетарифних заходів становитимуть у середньому 3,2%, підвищуючи альтернативну вартість фрагментації на конкуруючі блоки в середньому до 8,7%. Найвищі ставки для найменш розвинених економік, де альтернативні витрати досягають у середньому 11,3%.

Відносна стриманість у введенні експортних обмежень членами СОТ, можливо, зіграла ключову роль у стримуванні зростання цін. Протягом періоду з середини жовтня 2021 року до середини жовтня 2022 року, охопленого останнім моніторинговим звітом СОТ, оціночне охоплення торгівлі звичайними (не пов'язаними з COVID-19) заходами зі спрощення імпорту, запровадженими членами СОТ (1038,4 млрд доларів США), значно перевищувало охоплення торгівлі заходами з обмеження імпорту (163,5 млрд доларів США).

Це, у поєднанні з обмеженим зростанням цін, свідчить про те, що 12-та конференція міністрів СОТ, результатом якої була прийнята Декларація міністрів щодо екстреного реагування на відсутність продовольчої безпеки, мала значний вплив на зниження продовольчої безпеки.

Таким чином, міжнародна торгівля виявилася дуже стійкою, допомагаючи країнам адаптуватися до економічних наслідків війни. СОТ зіграла важливу роль у забезпеченні цієї стійкості, і зміцнення багатосторонньої торговельної системи може отримати додаткові переваги.

Повертаючись до поточного року, прогнозується, що зростання обсягу торгівлі товарами сповільниться до 1,7% в 2023 році, оскільки зростання світового ВВП знизиться до 2,4% з 3,0% минулого року (рис. 3.10).

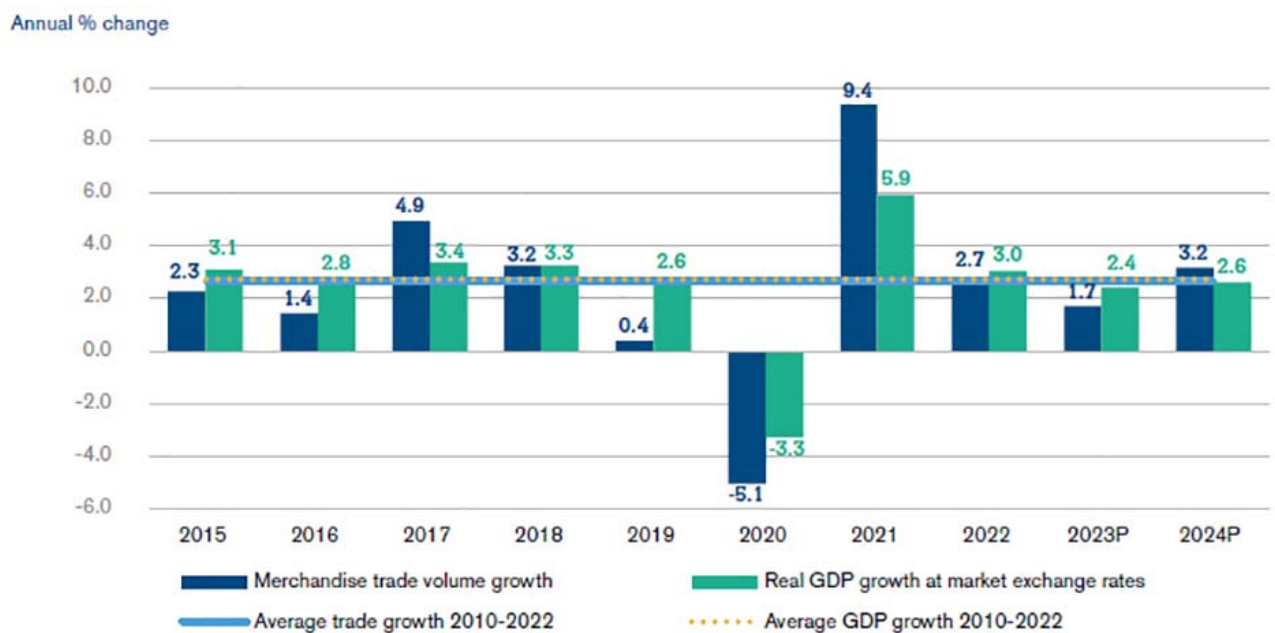


Рисунок 3.10 – Динаміка зміни обсягів світової торгівлі та ВВП за 2015-2022 роки та прогноз на 2023-2024 роки

Джерело: за даними СОТ [76].

Зростання торгівлі на 1,7% є повільним за історичними стандартами — наприклад, це нижче середнього показника в 2,6% з 2010 року, — але воно дійсно є скромним підвищенням порівняно з нашим прогнозом у 1,0% з жовтня минулого року.

Існує кілька причин для перегляду в бік збільшення, головною з яких є покращення консенсус-прогнозів щодо зростання глобального ВВП. За даними СОТ зараз очікується зростання реального ВВП за ринковими обмінними курсами на 2,4% в 2023 році, що є невеликим переглядом у бік підвищення

попередньої оцінки в 2,3%. Падіння цін на сировинні товари також зменшило тиск на домогосподарства та стимулювало споживчі витрати на початку 2023 року.

Прогнози на 2024 рік показують, що зростання торгівлі та ВВП повернеться до більш нормальних діапазонів, причому зростання торгівлі потенційно зросте до 3,2%, але потрібно залишатися обережними щодо цих прогнозів, враховуючи багато поточних невизначеностей навколо монетарної політики, нестабільності фінансового ринку та геополітичної напруженості.

На рисунку 3.11 представлена динаміка зміни поквартальних індексів світової торгівлі за 2015-2022 роки та прогнозні значення на 2023-2024 роки.

Seasonally-adjusted volume index, 2015=100

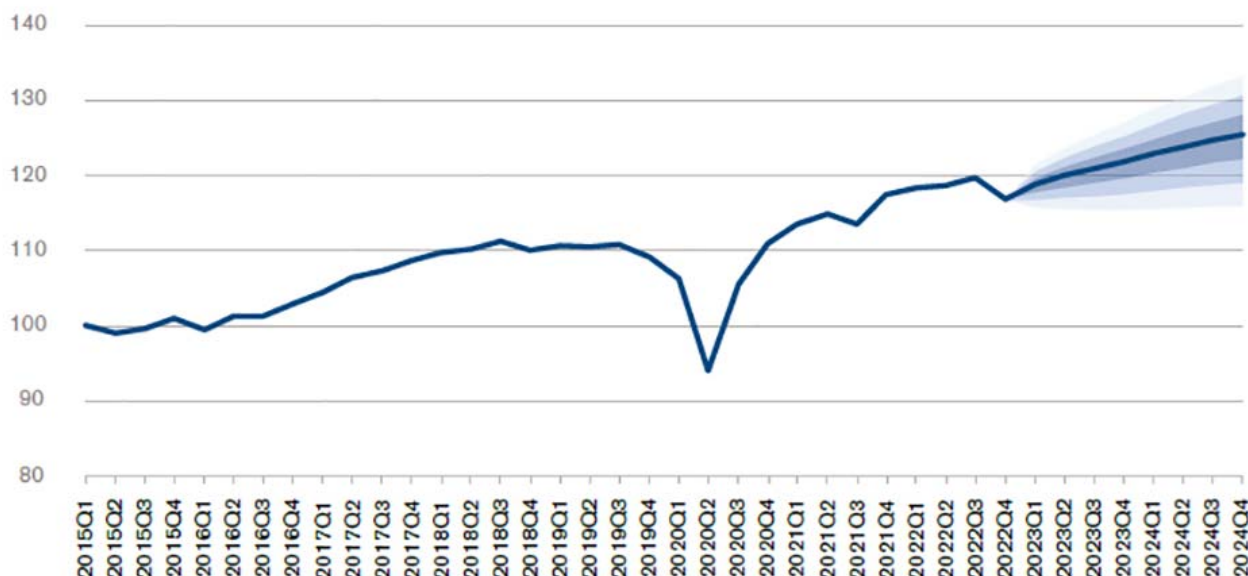


Рисунок 3.11 – Динаміка зміни поквартальних індексів світової торгівлі за 2015-2022 роки та прогнозні значення на 2023-2024 роки

Джерело: за даними СОТ [76].

До окремих ризиків, які можуть негативно вплинути на цей прогноз, належать вразливі місця, виявлені останнім часом у банківському секторі. Наслідки нещодавнього банкрутства банків у Сполучених Штатах і Європі здебільшого, здається, стримано, але швидке зростання процентних ставок

неминуче спричинить напругу на фінансових ринках, що може вплинути на торгівлю.

Однак є також певний потенціал для оптимізму внаслідок послаблення обмежень, пов'язаних із COVID-19 у Китаї. Це може мати особливу користь для таких послуг, як подорожі та транспорт.

Наразі на перший план політичних дискусій вийшла економічна безпека, оскільки низка криз — останньою з них пандемія COVID-19 і війна в Україні — порушили глобальні ланцюжки поставок. Уряди в усьому світі шукають способи зробити свої країни менш вразливими до таких збоїв, особливо зараз, коли зростання геополітичної напруженості додає нової невизначеності. У зв'язку з цим підтримка країн-друзів стала популярним політичним рецептом, але іде багато розмов про глобальну фрагментацію [72].

У сучасних умовах сильна багатостороння торговельна система, заснована на правилах СОТ, є найкращим гарантом економічної безпеки, оскільки вона надає домогосподарствам і компаніям, які постраждали від дефіциту постачання, неперевершену гнучкість. Важко передбачити, де виникне дефіцит поставок і хто зможе втрутитися, тому доступ до широкого спектру зовнішніх можливостей є ключовим.

Докази вказують на значну концентрацію в глобальних ланцюгах поставок. Наприклад, лише незначна меншість американських фірм диверсифікувала ланцюжки поставок у сенсі імпорту того самого продукту з кількох країн походження. Дивлячись на макроекономічні дані, економісти СОТ підрахували, що 19% світового експорту припадає на «вузькі місця», визначені як товари, які мають небагато постачальників, але велику частку ринку. За останні два десятиліття ця частка подвоїлася, що свідчить про те, що глобальні ланцюжки поставок з часом стали менш диверсифікованими [72].

Хоча є спокуса інтерпретувати ці факти як докази недостатньої диверсифікації, правдоподібніше, що вони відображають просто наявність великих безповоротних витрат у формуванні глобальних ланцюжків створення вартості. Фірмам дорого коштує пошук відповідного іноземного постачальника,

координація виробничих процесів і побудова довірчих відносин, тому вони змушені раціоналізувати свої глобальні стратегії пошуку. Більше того, фірми також зацікавлені в тому, щоб уникнути збоїв у ланцюзі поставок, оскільки вони безпосередньо впливають на їхні прибутки.

Повільне пристосування глобальних ланцюгів постачання до торгової напруженості між Китаєм і США також говорить про наявність великих безповоротних витрат. Щоправда, можна виявити перші ознаки роз'єднання в певних продуктах із високим ступенем впливу. Однак все ще вражає те, що двостороння торгівля між Китаєм і США досягла рекордного рівня у 2022 році, незважаючи на великі та постійні тарифи, які діють.

На макроекономічному рівні варто нагадати, що спеціалізація на рівні країни є природним результатом дії сил порівняльних переваг і класичним джерелом прибутку від торгівлі. Дійсно, торгівля є вигідною саме тому, що вона забезпечує доступ до критично важливих продуктів, для яких важко знайти вітчизняні замінники, ґрунтуючись на підрахунках, що 10% найважливіших продуктів забезпечують 90% прибутку від торгівлі. Це свідчить про те, що диверсифікація виробництва згаданих вище вузьких продуктів, ймовірно, призведе до високих витрат на добробут [72].

Економістами СОТ обґрунтовано, що фрагментація світової економіки на два ворогуючі блоки призведе до зменшення реальних доходів у середньому на 5,4%. Натомість відродження багатосторонності може підвищити реальні доходи на 3,2%, тож альтернативна вартість відмови від міжнародної співпраці та переходу до геополітичного суперництва становитиме 8,6%. Важливо, що альтернативні витрати варіюються від 6,4% для розвинутих економік до 10,2% для країн, що розвиваються, до 11,3% для найменш розвинених економік. Найвищі ставки для країн з низьким рівнем доходу, тому що вони отримають найбільшу вигоду від позитивного впливу технологій, пов'язаного з міжнародною торгівлею [72].

За результатами аналізу доцільності політичного втручання визначено два протилежні недоліки ринку, які політика може потенційно виправити. З

одного боку, фірми мають стимули недостатньо інвестувати в стійкість ланцюга постачання, оскільки деякі витрати, пов'язані з порушенням ланцюга постачання, несуть споживачі. З іншого боку, фірми мають стимул надмірно інвестувати в стійкість ланцюга постачання, оскільки це може дозволити їм отримати вигоду від надзвичайних можливостей отримання прибутку, наявних у збоях у ланцюзі постачання. Суть полягає в тому, що аргументи для політичного втручання є досить тонкими, і уряди можуть забажати наполягати на ресхорингу, офшорингу або обох цих варіантах.

Для всіх практичних цілей це означає, що аргументи для втручання політики в глобальні ланцюги поставок є слабкими. Стійкість є бажаною, але також дорогою, і немає підстав вважати, що фірми систематично недостатньо або надмірно піддаються ризикам ланцюжка поставок. Тим не менш, важливо визнати, що цей аналіз абстрагується від деяких міркувань національної безпеки в поточних політичних дебатах. Можуть існувати обставини, за яких можна стверджувати, що фірми не інтерналізують зовнішні ефекти безпеки своєї комерційної діяльності, що може виправдати обмежене втручання в глобальні ланцюги поставок, спрямоване на інтерналізацію цих зовнішніх ефектів.

Ці теоретичні міркування загалом узгоджуються з доказами. Зрештою, світова торгівля була надзвичайно стійкою — і також була важливим джерелом стійкості — під час пандемії та війни в Україні. Після спалаху COVID-19 торгівля відновилася лише за три чверті після спаду в другому кварталі 2020 року. Домогосподарства постачали маски, вакцини та обладнання для домашнього офісу, необхідні для боротьби з надзвичайною ситуацією в галузі охорони здоров'я. Через рік війни в Україні торгівля також перевершує очікування після деяких початкових падінь таких продуктів, як пшениця. Це допомогло значною мірою уникнути дефіциту продовольства навіть у таких сильно вразливих країнах, як Єгипет, Ефіопія та Туреччина [71, 77].

Ці міркування свідчать про те, що головна роль політики полягає у створенні економічних рамок, у яких стійкі ланцюжки поставок можуть

процвітати. Найважливішою для цієї ролі є захист багатосторонньої торговельної системи, яка зберігає торговельні бар'єри низькими, недискримінаційними та передбачуваними. Варто пам'ятати, що багатостороння торгова система є історичним досягненням міжнародної спільноти, а не природним станом міжнародної комерційної політики. Він був створений у конституційний момент після Другої світової війни після трьох катастрофічних десятиліть деглобалізації.

Оснований на правилах характер багатосторонньої торгової системи особливо важливий для безпеки ланцюга поставок. Це не тільки зменшує ризик збоїв у ланцюжку постачання, спричинених політикою, але й підвищує ймовірність того, що ринки залишатимуться відкритими, коли доступ до альтернативних джерел постачання буде найбільш потрібним. Ці переваги були б втрачені в системі торгівлі, заснованій на владі, в якій країни могли б вільно коригувати свою торговельну політику на свій розсуд.

Невизначеність торгової політики є згубною для торгових потоків. Зниження пов'язаних тарифів збільшує торгові потоки, навіть якщо застосовані тарифи залишаються незмінними. Це пов'язано з тим, що зниження зв'язаних тарифів зменшує невизначеність торговельної політики, обмежуючи ступінь, до якого можна змінити застосовані тарифи. Країни іноді застосовують нижчі тарифи, ніж вони зобов'язані зобов'язаннями перед СОТ, що призводить до так званого надлишкового тарифу.

Більш широке значення цього полягає в тому, що збереження довіри до багатосторонньої торговельної системи має вирішальне значення. Важливо не лише те, яку політику беруть на себе країни, але й те, наскільки ці зобов'язання сприймаються як надійні. Це означає, що будь-яке порушення правил СОТ супроводжується значними супутніми збитками, підриваючи функціонування багатосторонньої торгової системи в цілому. Завдання СОТ щодо збереження довіри до багатосторонньої торгової системи мало чим відрізняється від завдання центральних банків щодо закріплення інфляційних очікувань.

Все це не означає, що економічні рамки, в яких ведеться світова торгівля, не можна покращити. Якщо метою є посилення стійкості глобальних ланцюгів поставок, те, що СОТ називає «реглобалізацією», є природним керівним принципом. Ідея полягає в тому, щоб працювати над більш інклюзивною глобалізацією, яка дозволить ширшому колу країн брати участь у глобальних ланцюжках створення вартості.

Висновки до розділу 3

Третій розділ роботи присвячений аналізу та прогнозуванню динаміки розвитку роздрібної торгівлі в Україні. В рамках даного розділу здійснено аналіз динаміки розвитку підприємств роздрібної торгівлі в Україні, проведено моделювання та прогнозування тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні та проаналізовано розвиток роздрібної торгівлі у світі та вплив на неї війни в Україні. За результатами зроблено наступні висновки.

1. Виявлено, що за останні роки спостерігається стійке зростання обсягів роздрібного товарообороту, що свідчить про позитивну динаміку у цій галузі. Важливою тенденцією є збільшення частки роздрібної торгівлі через Інтернет та за допомогою платіжних карток, що вказує на зростання популярності онлайн-торгівлі серед споживачів.

2. Використання різних методів прогнозування підтвердило стійкий позитивний розвиток галузі в найближчому майбутньому. Прогнозовані зростання обсягів роздрібного товарообороту за різними товарними групами свідчить про стабільну довгострокову тенденцію до розвитку цього сектору.

3. Обґрунтовано, що найбільш точні прогнози обсягів роздрібного товарообороту підприємств можна отримати з використанням побудованих поліноміальних регресійних моделей динаміки другого та третього ступеню.

Застосування побудованих моделей дозволило визначити втрати економіки України в сфері роздрібного товарообороту у 2022 році в розмірі 200 млрд грн.

4. В результаті дослідження впливу війни в Україні на розвиток роздрібної торгівлі у світі встановлено, що конфлікт мав певний негативний вплив на економічні показники роздрібної торгівлі в Україні, але цей вплив був обмеженим та недовготривалим. Важливою є стійка резилієнтність роздрібної торгівлі, яка виявила високий потенціал відновлення після негативних зовнішніх впливів.

5. Обґрунтовано, що результати проведеного аналізу та моделювання динаміки, а також прогнозування тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні мають велике практичне значення. Зокрема, Висновки про динаміку різних сегментів ринку та прогнозні показники допоможуть вирішувати питання щодо асортименту товарів, розвитку нових торговельних точок, вибору маркетингових стратегій тощо. Інвестори та фінансові установи можуть використовувати дані аналізу для прийняття рішень щодо інвестування в роздрібну торгівлю. Підприємства та банки можуть оцінити потенціал для розвитку різних сегментів ринку та визначити перспективні напрямки для надання кредитів та фінансової підтримки. Роздрібні компанії можуть використовувати аналіз для удосконалення своїх маркетингових стратегій та рішень щодо асортименту товарів. Вони можуть зосередитися на розвитку популярних категорій товарів, просуванні нових продуктів та підвищенні конкурентоспроможності. Органи державного управління можуть використовувати аналіз для моніторингу стану роздрібної торгівлі та вжиття регуляторних заходів, якщо це необхідно.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі узагальнено теоретичні основи статистичного вивчення роздрібної торгівлі, проведено дослідження стану роздрібної торгівлі в Україні та її регіонах, а також здійснено аналіз та прогнозування динаміки розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Це дозволило сформулювати узагальнені висновки, які відображають вирішення поставлених на початку роботи завдань у відповідності до визначеної мети.

1. Обґрунтовано, що основні поняття, функції та форми роздрібної торгівлі визначають її сутність як ключового компонента економічного життя. Розуміння цих аспектів дозволяє здійснити більш об'єктивний та збалансований аналіз роздрібної торгівлі та розробити ефективні стратегії управління в цій сфері. Знання про основні поняття роздрібної торгівлі, її функції та типи є важливим для розуміння суті та значення цієї галузі в економіці та для вивчення основних принципів та закономірностей функціонування роздрібного ринку.

2. Результати аналізу умов світової торгівлі та діяльності ключових організацій торговельного спрямування дозволили виявити складний і взаємозв'язаний характер глобальної торгівлі. Визначено, що в міжнародній торгівлі розрізняють глобально-універсальні організації, міжурядові та регіональні організації торговельного спрямування, які характеризуються відмінностями у вимогах до умов торгівлі. Єдиною глобальною міжнародною організацією, яка займається правилами торгівлі між державами, є Світова організація торгівлі (СОТ). До категорії глобально-універсальних організацій відносяться ООН, ЮНКТАД, ЮНСІТРАЛ та МТЦ. Міжурядові організації представлені ВМО та БМВ. Неурядові організації включають МТП та СМЯ. Серед регіональних організацій, що мають значний вплив на роздрібну торгівлю, виділено НАФТА, ЦАСР, ЛАІ, МЕРКОСУР, МЕСЦА та СРСПА.

3. Встановлено, що Україна найбільш відома в світі своїм сільським господарством і важкою промисловістю. Основні напрямки експорту включають чорні і кольорові метали, паливо, нафтопродукти, хімікати, машини і транспортне обладнання, а також харчові продукти. Продукція сільського господарства становить 13,4% українського експорту, виробництво індустріальних товарів складає більше 72%, а валовий виробіток палива та видобутку складає 13,6%. Щодо імпорту, основні статті включають енергію, машини, обладнання і хімікати. Сільськогосподарська продукція становить близько 8% всього імпорту, промислові товари складають 59,6%, а паливо та гірнича продукція – 31,5%. До 2023 року основними торговельними партнерами України були Європейський Союз, Росія, Туреччина, Білорусь і Сполучені Штати.

4. Встановлено, що інформаційна база та система показників є необхідною основою для проведення якісного та об'єктивного аналізу роздрібної торгівлі. Отримані дані дозволяють виявити ключові тенденції та закономірності розвитку ринку, що є важливим для прийняття управлінських рішень. Основні ключові показники в системі вивчення роздрібної торгівлі в Україні включають: оборот роздрібної торгівлі, обсяг продажів на одного жителя, роздрібний товарооборот за категоріями товарів, динаміка обороту роздрібної торгівлі, роздрібні ціни, розмір торгових мереж, витрати споживачів.

5. Аналіз стану та структури роздрібної торгівлі в Україні свідчить про динамічний розвиток цього сектора економіки. Визначені основні тенденції дозволять здійснити ефективне планування та управління у цій сфері для досягнення сталого росту.

Проведений аналіз дозволив обґрунтувати необхідність акцентувати увагу на підтримці та зростанні роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах, оскільки цей сегмент відзначається великим обсягом та може стати гарантом стабільного розвитку ринку. Також важливо розвивати новаторські підходи в спеціалізованій роздрібній торгівлі, з метою підвищення конкурентоспроможності та розширення асортименту товарів. Слід зазначити

необхідність посилення контролю за роздрібною торгівлею паливом, з метою запобігання негативному впливу на ринок через можливий дисбаланс в обсягах постачання. Крім цього, важливо приділити увагу потенціалу розвитку онлайн-торгівлі та роздрібної торгівлі поза традиційними магазинами, що може сприяти стимулюванню інновацій та підтримці підприємництва в даній сфері.

5. Результати регіонального аналізу розвитку роздрібної торгівлі в Україні дозволили виявити різноманітність та специфіку регіональних ринків. Врахування цих особливостей є важливим для адаптації стратегій розвитку та забезпечення ефективного функціонування місцевих підприємств. Упорядковано регіони України згідно з рівнями обсягів та структурою роздрібного товарообороту. Виділені кластери відображають різноманітні рівні розвитку регіональної торговельної діяльності та вказують на можливість індивідуальних підходів до управління в різних групах регіонів.

З'ясовано, що у 2021 році середні обсяги роздрібного товарообороту по регіонах країни відхилялися від загального середнього значення на 55627 млн грн або на 4% від загального обсягу роздрібного товарообороту України. Коефіцієнт варіації становив 96,3%, що свідчить про велику змінність обороту роздрібної торгівлі в країні.

Розраховані значення коефіцієнтів локалізації демонструють нерівномірний розподіл та значну концентрацію роздрібного товарообороту, особливо в Київській області та місті Київ, а також в Дніпропетровській, Одеській та Запорізькій областях, де значення коефіцієнтів локалізації перевищують одиницю. Найвищі значення коефіцієнтів локалізації зафіксовані в Київській області та місті Київ, що підкреслює найбільшу концентрацію роздрібного товарообороту в цих регіонах.

6. Аналіз динаміки розвитку підприємств роздрібної торгівлі підкреслив їхню значущість для економічного розвитку країни. Здійснення стратегічних кроків щодо підтримки та стимулювання цього сектора може сприяти зміцненню економічної стійкості.

В результаті аналізу встановлено, що роздрібний товарооборот в Україні зростає протягом аналізованого періоду 2017-2021 роки. Як показує динаміка, обсяг роздрібногo товарообороту зростає і в сегменті продовольчих, і в сегменті непродовольчих товарів. Проте, збільшення обсягу продовольчого товарообороту було більшим (92,4%) порівняно з непродовольчими товарами (68,1%). Аналіз змін у структурі роздрібногo товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні у 2017-2021 роках показав, що значних змін у структурі за досліджуваний період не відбулося.

7. Результати моделювання та прогнозування тенденцій розвитку роздрібної торгівлі дозволили виявити стійку тенденцію до майже лінійного зростання обсягів товарообороту без ярко виражених сезонних коливань. Вони мають важливе значення для встановлення стратегій розвитку підприємств та оптимізації їхньої діяльності з урахуванням очікуваних змін у ринковому середовищі.

Визначено, що економічні втрати України від зменшення товарообороту в результаті повномасштабної війни 2022 року складають орієнтовно 200 млрд грн на рік. Однак, обґрунтовано, що розраховані економічні витрати враховують лише реальне фактичне зменшення обсягів роздрібногo товарообороту підприємств у 2022 році. Для більш точного визначення економічних втрат в майбутні періоди потрібно також корегувати це значення на загальноекономічну ситуацію та більш реальні уточнені прогнозні значення.

8. Аналіз розвитку роздрібної торгівлі у світі та впливу війни в Україні показав неоднозначний характер змін у міжнародному торговельному середовищі. Розуміння цих взаємозв'язків дозволяє визначити можливі ризики та можливості для національного розвитку.

Отже, проведений аналіз та дослідження роздрібної торгівлі в Україні відображає її важливість та вплив на економіку країни та світовий ринок. Розуміння основних тенденцій, ризиків та можливостей дозволяє розробити ефективні стратегії управління та сприяє стійкому економічному розвитку.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І.А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 12 (1). С. 6-9.
2. Білошкурська Н.В., Білошкурський М.В., Кравченко Р.О. Стан і перспективи розвитку інновацій у сфері роздрібної торгівлі // *Економічні горизонти*. 2018. № 2. С. 35-43.
3. Бровкіна Ю.О. Тенденції та перспективи роздрібної торгівлі в Україні // *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 802-806.
4. Вавдійчик І.М. Дослідження основних тенденцій забезпечення підприємств роздрібної торгівлі України товарними ресурсами // *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17). С. 143-146.
5. Височин І.В. Соціально-демографічні фактори розвитку товарообороту підприємств роздрібної торгівлі України // *Держава та регіони*. 2013. №2 (71). С. 96-102.
6. Гавловська Н.І., Рудніченко Є.М., Рудніченко М.М. Аналіз існуючих підходів до управління підприємствами роздрібної торгівлі // *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 3 (1). С. 20-27.
7. Голошубова Н.О. Розвиток торговельних мереж України // *Ринкові дослідження*. 2011. № 1. С. 15-23.
8. Горбенко О.В. Ринок продуктової роздрібної торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток // *Молодий вчений*. 2015. № 669 (1). С. 59-66.
9. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 11.10.2023).
10. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління : монографія / П. О. Куцик та ін. Чернівці : Технодрук, 2015. 370 с.

11. Дубовик Т.В., Бучацька І.О. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств роздрібної торгівлі // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 223-230.
12. Економічна статистика : навч. посіб. / В. М. Соболев, Т. Г. Чала, О. С. Корепанов та ін. ; за ред. В. М. Соболева. Х : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 388 с.
13. Економічна статистика : підручник : у 2 ч. Ч. 1. Макроекономічна статистика / І. Г. Манцуров, А. М. Єріна, О. К. Мазуренко та ін. ; за наук. ред. чл.-кор. НАНУ І. Г. Манцурова. К. : КНЕУ, 2013. 325 с.
14. Євсейцева О.С. Аналіз ринку роздрібної торгівлі // *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 11. С. 50-54.
15. Єріна А. М., Єрін Д. Л. Статистичне моделювання та прогнозування: підручник. К. : КНЕУ, 2014. 348 с.
16. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2001. 170 с.
17. Єріна А. М., Пальян З. О. Статистика : підручник. К : КНЕУ, 2010. 351 с.
18. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 // Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/klasf/nac_kls/dc_009.pdf (дата звернення 11.10.2023).
19. Кластерний аналіз. Електронний підручник зі статистики «StatSoft». URL: <http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcluan.html> (дата звернення 11.10.2023).
20. Ковальська Л.Л., Речун О.Ю. Роздрібна торгівля: сутність, оцінка та напрями розвитку // *Економічний форум*. 2016. № 2. С. 61-67.
21. Корепанов О.С., Лазебник Ю.О., Пономарьова Т.В. Застосування кластерного аналізу для угруповання регіонів за рівнем інвестиційної привабливості // *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*, 2014. № 1118, вип. 86, сер. «Економічна». С. 63-70.

22. Корепанов О.С., Лазебник Ю.О. Кіберінфраструктура та аналіз великих даних у статистичних дослідженнях. *Сучасна статистика: проблеми та перспективи розвитку*: матеріали XX Міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди Дня працівників статистики (Київ, 5 грудня 2022). Київ, Національна академія статистики, обліку та аудиту. 2022. С. 124-127. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/bitstream/123456789/7199/1/%d0%9a%d0%be%d0%bd%d1%84%d0%b5%d1%80%d0%b5%d0%bd%d1%86%d1%96%d1%8f%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82-V2-31-01-23-124-127.pdf> (дата звернення 11.10.2023).

23. Корепанов О.С. Методологічні засади статистичного забезпечення управління розвитком «розумних» сталих міст в Україні. Дис. ... д. екон. наук: 08.00.10 / Національна академія статистики, обліку та аудиту. К., 2018. 638 с.

24. Корепанов О.С. Статистичне прогнозування кон'юнктури аграрного ринку в Україні [Текст] : дис... канд. екон. наук: 08.00.10 – статистика. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. 2008. 250 с.

25. Кулинич Р.О. Статистичні методи аналізу взаємозв'язку показників соціально-економічного розвитку : монографія. К. : ВПД «Формат», 2008. 288 с.

26. Мазаракі А.А. Інститутотворча функція сучасної мережевої роздрібно́ї торгівлі // *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. № 4. С. 5–21

27. Методика розрахунку обороту роздрібно́ї торгівлі з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців // Державна служба статистики України. 2016. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2016/53/m_roz_ort.zip (дата звернення 11.10.2023).

28. Методологія та класифікатори // Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 11.10.2023).

29. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/?lang=uk-UA> (дата звернення 11.10.2023).

30. Міністерство фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk> (дата звернення 25.09.2023).

31. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення 11.10.2023).

32. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 06.07.1995 р. № 265 (Редакція станом на 23.11.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-вр> (дата звернення 21.08.2023).

33. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями: Постанова Кабінету Міністрів України від 30.07.1996 р. № 854 (Редакція станом на 15.05.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/854-96-п> (дата звернення 21.08.2023).

34. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією: Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 08.07.1997 р. № 344 (Редакція станом на 06.07.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0353-97> (дата звернення 21.08.2023).

35. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. № 104 (Редакція станом на 16.01.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07> (дата звернення 21.08.2023).

36. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами: Постанова Кабінету Міністрів України від 11.07.2003 р. № 185 (Редакція станом на 18.02.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03> (дата звернення 21.08.2023).

37. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі тютюновими виробами: Постанова Кабінету Міністрів України від 24.07.2002 р. № 218 (Редакція станом

на 01.01.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0679-02> (дата звернення 21.08.2023).

38. Про затвердження Програм перегляду державних будівельних норм і правил: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.04.2011 р. № 471 (Редакція станом на 19.02.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/471-2011-п> (дата звернення 21.08.2023).

39. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII (Редакція станом на 16.07.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення 21.08.2023).

40. Про порядок провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення: Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833 (Редакція станом на 13.06.2023). База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п> (дата звернення 21.08.2023).

41. Пугачевська К.Й. Тенденції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні // *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 143-148.

42. Стеценко В.А., Якименко А.О., Блажкун І.В. Бренд: вигоди для споживача. The scientific heritage. 2016. Vol. 2, № 6 (5). Рр. 89–94.

43. Тараненко О.О. Механізм забезпечення економічної стійкості торговельних підприємств // *Економічний простір*. 2012. № 63. С. 296-302.

44. Тараненко О.О. Тенденції та чинники розвитку роздрібної торгівлі України // *Економічний простір*. 2012. № 64. С. 126-131.

45. Титаренко Л.Д. Основи експертизи продовольчих товарів : навч. посіб. К. : Кондор, 2009. 296 с.

46. Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць / В.В. Апопій, Ю.А. Дайновський, С.В. Скибінський та ін.; Львів: Львівська комерційна академія, 2013. 210 с.

47. Трубей О. Вітчизняна роздрібна торгівля на ринку // *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. № 4. С. 46-57.
48. Фролова Г.І. Ринкове конкурентне середовище торговельних мереж в Україні // *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 4 (28). С. 54-59.
49. Швестко В.О. Тенденції розвитку корпоративних роздрібних торговельних мереж України // *Ефективна економіка*. 2015. № 12. С. 55-63.
50. Amit P., Kameshvari B. A Study on Consumer Behaviour of Organized and Unorganized Retail Outlets in Vadodara City. *International Journal of Engineering and Management Sciences*. 2012. №3 (4). Pp. 466-474.
51. Cluster Analysis. Mathematics Learning Support Centre. URL: <http://www.statstutor.ac.uk/resources/uploaded/clusteranalysis.pdf> (дата звернення 10.09.2023).
52. Direct selling Europe. Official website. URL: <https://www.directsellingeurope.eu> (дата звернення 06.09.2023).
53. European Retail Round Table (ERRT). Official website. URL: <http://www.errt.org> (дата звернення 06.09.2023).
54. Factors Influencing Trends in Retailing. Small Business – Chron. com. URL: <https://smallbusiness.chron.com/factors-influencing-trends-retailing-37094.html> (дата звернення 05.09.2023).
55. Functions of retailing. Marketing 91. URL: <https://www.marketing91.com/functions-of-retailing> (дата звернення 05.09.2023).
56. Global Trade Outlook and Statistics // WTO. 2023. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook23_e.pdf (дата звернення 11.10.2023).
57. ICSC. Official website. URL: <https://www.icsc.com> (дата звернення 06.09.2023).
58. Li H., Dinlersoz E. Quality-based Price Discrimination: Evidence from Internet Retailers' Shipping Options // *Journal of Retailing*. 2012. № 2. Pp. 276–290.
59. Metadata Classifications. RAMON – Reference And Management Of

Nomenclatures / Eurostat. European Commission. URL: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC (дата звернення 11.10.2023).

60. National Retail Federation. Official website. URL: <https://nrf.com> (дата звернення 06.09.2023).

61. NFRN. URL: <https://nfrnonline.com> (дата звернення 06.09.2023).

62. One year of war in Ukraine. What has been the impact on global trade? // WTO Blog. 2023. URL: https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_23feb23_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

63. One year of war in Ukraine: Assessing the impact on global trade and development // WTO Blog. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/oneyukr_e.pdf (дата звернення 11.10.2023).

64. Retail Industry Leaders Association // Official website. URL: <https://www.rila.org> (дата звернення 06.09.2023).

65. Retail Management // Point of Sale Software for Retail. URL: <https://erply.com/what-is-retail> (дата звернення 02.09.2023).

66. Retail Trade. Inc: Small Business Ideas and Resources for Entrepreneurs. URL: <https://www.inc.com/encyclopedia/retail-trade.html> (дата звернення 2.09.2023).

67. Retail. GlobalData. Official website. URL: <https://www.globaldata.com/industries-we-cover/retail> (дата звернення 01.09.2023).

68. Retailing. Euromonitor International. Official website. URL: <https://www.euromonitor.com/retailing> (дата звернення 01.09.2023).

69. Stream R., Vendel M., Bredicanc J. Mobile marketing: A literature review on its value for consumers and retailers // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2014. № 21 (6). Pp. 1001-1012.

70. The Consumer Goods Forum. Official website. URL: <https://www.theconsumergoodsforum.com> (дата звернення 06.09.2023).

71. The Crisis in Ukraine: Implications of the war for global trade and development // WTO Blog. 2023. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/imparctukraine422_e.pdf (дата звернення 11.10.2023).

72. Today's supply chain disruptions reaffirm the importance of a multilateral trading system based on WTO rules // WTO Blog. 2023. URL: https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_02jun23_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

73. Trading Economics // Official website. URL: <https://tradingeconomics.com> (дата звернення 14.09.2023).

74. Ukraine and the WTO // WTO. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/ukraine_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

75. What's the outlook for global trade in 2023? // WTO Blog. 2023. URL: https://www.wto.org/english/blogs_e/ce_ralph_ossa_e/blog_ro_05apr23_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

76. World Trade Organization (WTO). Official website. URL: https://www.wto.org/english/thewto_e/thewto_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

77. WTO Secretariat note examines impact of the crisis in Ukraine on global trade and development // WTO. 2023. URL: https://www.wto.org/english/news_e/news22_e/devel_08apr22_e.htm (дата звернення 11.10.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі

за регіонами України

Таблиця А.1 – Показники оптової та роздрібної торгівлі підприємств за напрямками і товарними групами в Україні в 2021 році

Регіони України	Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт, млн грн	Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, млн грн	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, млн грн	Роздрібна торгівля паливом, млн грн	Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах, млн грн	Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах, млн грн
Вінницька	2599,5	22391,8	10353,1	4524,4	1356,5	5649,2
Волинська	766,3	15803,8	7614,9	2685,1	1083,0	4323,7
Дніпропетровська	5278,7	97152,9	58615,3	8690,2	7715,1	19206,4
Донецька	1173,7	27645,4	15289,8	2220,7	3304,1	5975,4
Житомирська	1402,1	20759,9	9807,8	4279,7	1675,0	4011,0
Закарпатська	1513,8	17720,8	7548,7	4575,9	863,1	4579,0
Запорізька	2451,0	41675,2	25260,3	4364,8	2927,5	8632,8
Івано-Франківська	973,1	19775,0	8354,6	3901,5	1393,2	5649,1
Київська	12506,0	82597,7	53101,8	14266,3	3801,9	10418,7
Кіровоградська	825,9	17789,3	10039,6	3280,9	1161,1	3174,6
Луганська	254,0	8181,2	4903,4	524,0	832,7	995,5
Львівська	5678,8	61344,6	29144,0	9685,1	3576,5	16804,3
Миколаївська	1401,5	21135,3	11271,7	3560,0	1421,1	4728,3
Одеська	6760,7	73568,6	41338,6	7705,2	4397,0	17547,7
Полтавська	1786,6	29380,0	14820,1	6149,9	1990,3	5796,3
Рівненська	588,4	16294,7	7246,1	3080,1	1125,9	4581,4
Сумська	507,9	16362,5	7669,0	3674,1	1273,2	3531,9
Тернопільська	643,3	12332,6	4950,2	2576,2	764,7	3408,3
Харківська	6329,9	61616,6	34571,7	7181,9	4702,8	13560,4
Херсонська	1640,0	19018,1	9666,1	3454,0	1374,3	4294,4
Хмельницька	2724,4	16757,2	6248,1	3541,7	1355,0	5217,5
Черкаська	744,8	20321,3	8988,2	4636,3	1686,2	4838,9
Чернівецька	630,1	10277,9	3917,6	2521,0	535,6	3135,4
Чернігівська	687,4	15299,6	10992,1	1199,2	967,0	3588,8
м. Київ	20372,2	219003,6	119937,1	16356,5	15602,7	55583,2

Джерело: сформовано автором на основі даних [9].

Таблиця А.2 – Нормовані показники оптової та роздрібної торгівлі підприємств за напрямками і товарними групами в Україні в 2021 році

Регіони України	Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт, млн грн	Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, млн грн	Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах, млн грн	Роздрібна торгівля паливом, млн грн	Роздрібна торгівля інформаційним і комунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах, млн грн	Роздрібна торгівля іншими товарами в спеціалізованих магазинах, млн грн
	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6
Вінницька	-0,134	-0,361	-0,411	-0,165	-0,417	-0,286
Волинська	-0,536	-0,508	-0,518	-0,653	-0,504	-0,408
Дніпропетровська	0,454	1,308	1,475	0,941	1,594	0,957
Донецька	-0,447	-0,244	-0,218	-0,776	0,199	-0,256
Житомирська	-0,397	-0,398	-0,432	-0,230	-0,316	-0,436
Закарпатська	-0,372	-0,465	-0,520	-0,151	-0,573	-0,384
Запорізька	-0,167	0,069	0,172	-0,207	0,080	-0,013
Івано-Франківська	-0,491	-0,419	-0,489	-0,330	-0,405	-0,286
Київська	2,040	0,983	1,259	2,421	0,356	0,151
Кіровоградська	-0,523	-0,464	-0,423	-0,495	-0,479	-0,513
Луганська	-0,649	-0,678	-0,624	-1,227	-0,583	-0,713
Львівська	0,542	0,508	0,323	1,205	0,285	0,737
Миколаївська	-0,397	-0,389	-0,375	-0,421	-0,397	-0,371
Одеська	0,779	0,781	0,800	0,680	0,544	0,805
Полтавська	-0,312	-0,205	-0,236	0,267	-0,217	-0,273
Рівненська	-0,575	-0,497	-0,532	-0,548	-0,490	-0,384
Сумська	-0,593	-0,496	-0,516	-0,391	-0,443	-0,480
Тернопільська	-0,563	-0,586	-0,622	-0,682	-0,604	-0,492
Харківська	0,685	0,514	0,535	0,541	0,641	0,439
Херсонська	-0,345	-0,436	-0,438	-0,449	-0,411	-0,410
Хмельницька	-0,107	-0,487	-0,571	-0,426	-0,418	-0,326
Черкаська	-0,541	-0,407	-0,464	-0,135	-0,313	-0,361
Чернівецька	-0,566	-0,631	-0,662	-0,697	-0,677	-0,517
Чернігівська	-0,554	-0,519	-0,386	-1,048	-0,540	-0,475
м. Київ	3,767	4,028	3,870	2,976	4,088	4,294

Джерело: розраховано автором на основі даних табл. А.1 [9].

Додаток Б

Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі

за товарними групами

Таблиця Б.1 – Показники роздрібного товарообороту підприємств роздрібної торгівлі за товарними групами в Україні за 2017-2021 роки

Найменування товарної групи	2017		2018		2019		2020		2021	
	млн. грн	% до підсумку	млн. грн	% до підсумку	млн. грн	% до підсумку	млн. грн	% до підсумку	млн. грн	% до підсумку
Усі товари	586,3	100,0	668,4	100,0	793,5	100,0	868,3	100,0	1044,5	100,0
Продовольчі товари	233,2	39,8	289,7	43,3	336,6	42,4	384,1	44,2	449,8	43,1
Гомогенізовані харчові та дієтичні продукти (включаючи дитяче харчування)	2,5	0,4	3,7	0,5	5,4	0,7	6,3	0,7	7,5	0,7
Вироби макаронні	3,0	0,5	3,7	0,5	3,8	0,5	5,9	0,7	8,5	0,8
Харчові олії та жири	3,5	0,6	4,0	0,6	4,4	0,6	5,2	0,6	7,1	0,7
Яйця	4,0	0,7	5,4	0,8	5,0	0,6	5,9	0,7	7,5	0,7
Крупи	4,1	0,7	4,7	0,7	5,1	0,6	6,0	0,7	6,8	0,7
Фрукти та овочі, перероблені	5,4	0,9	7,0	1,0	9,8	1,2	11,5	1,3	13,6	1,3
Кава, чай, какао та прянощі	9,0	1,5	10,5	1,6	12,0	1,5	13,6	1,6	15,1	1,4
Риба, ракоподібні та молюски (включаючи рибні продукти)	9,6	1,6	12,9	1,9	15,4	2,0	18,6	2,1	22,3	2,1
М'ясо	12,5	2,1	16,5	2,5	15,6	2,0	17,5	2,0	19,4	1,9
Інші напої (безалкогольні)	12,9	2,2	16,2	2,4	19,1	2,4	20,9	2,4	25,3	2,4
М'ясні продукти	13,9	2,4	17,4	2,6	23,7	3,0	26,7	3,1	30,6	2,9
Цукрові кондитерські вироби	17,0	2,9	22,0	3,3	26,2	3,3	28,4	3,3	33,8	3,2
Хлібобулочні та борошняні кондитерські вироби	18,4	3,1	22,7	3,4	28,3	3,6	30,0	3,5	37,6	3,6
Фрукти та овочі, свіжі	18,0	3,1	22,5	3,4	26,8	3,4	31,4	3,6	34,2	3,3
Тютюнові вироби (включаючи супутні товари)	18,1	3,1	19,9	3,0	24,8	3,1	30,8	3,5	37,0	3,6

Продовження табл. Б.1

Найменування товарної групи	2017		2018		2019		2020		2021	
	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку
Інші продовольчі товари	23,7	4,1	28,3	4,2	28,0	3,5	33,3	3,8	41,4	2,5
Молочні продукти	27,0	4,6	33,6	5,0	38,3	4,8	44,3	5,1	49,1	4,7
Алкогільні напої	37,8	6,5	47,1	7,1	53,5	6,7	59,8	6,9	68,4	6,6
Непродовольчі товари	353,1	60,2	378,7	56,7	456,9	57,6	484,2	55,8	594,8	56,9
Годинники та ювелірні вироби	0,3	0,0	0,8	0,1	1,9	0,2	1,8	0,2	2,3	0,2
Мотоцикли, деталі та приладдя для них	0,2	0,0	0,2	0,0	0,4	0,1	0,6	0,1	0,6	0,1
Добрива й агро-хімічна продукція	0,2	0,0	0,3	0,0	0,5	0,1	0,6	0,1	0,6	0,1
Матеріали мастильні	0,3	0,0	0,3	0,0	0,4	0,1	0,6	0,1	1,1	0,1
Засоби для миття, чищення, полірування та догляду за автомобілями	0,2	0,0	0,3	0,0	0,4	0,1	0,5	0,1	0,8	0,1
Шкіряні вироби та дорожні приналежності	0,4	0,1	0,5	0,1	1,0	0,1	1,0	0,1	1,6	0,1
Квіти, рослини та насіння	0,7	0,1	0,8	0,1	1,1	0,1	1,4	0,2	1,6	0,2
Побутове рідке котельне паливо, газ у балонах, вугілля і деревина для опалення	0,5	0,1	0,4	0,1	0,3	0,0	0,2	0,0	0,1	0,0
Книги, газети та журнали	1,5	0,2	1,7	0,3	1,8	0,2	1,8	0,2	2,2	0,2
Канцелярські товари	1,4	0,2	1,7	0,3	1,8	0,2	2,1	0,2	2,4	0,2
Фотографічне, оптичне та точне устаткування	1,1	0,2	1,4	0,2	2,3	0,3	2,1	0,2	2,8	0,3
Текстильні товари, фіранки, гардини, штори та тюль	1,8	0,3	2,4	0,4	2,7	0,3	2,9	0,3	3,3	0,3
Спортивний, туристичний інвентар та спорядження	1,5	0,3	2,2	0,3	2,6	0,3	3,4	0,4	3,8	0,4
Освітлювальне приладдя	1,6	0,3	1,9	0,3	3,3	0,4	3,5	0,4	4,1	0,4

Продовження табл. Б.1

Найменування товарної групи	2017		2018		2019		2020		2021	
	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку
Тварини – домашні улюбленці та корми для них	1,6	0,3	2,4	0,4	3,5	0,4	4,4	0,5	5,5	0,5
Фарби, лаки та емалі	2,3	0,4	2,8	0,4	3,2	0,4	3,4	0,4	3,7	0,3
Ігри та іграшки	2,9	0,5	3,6	0,5	4,6	0,6	4,7	0,5	6,1	0,6
Меблі	3,4	0,6	4,3	0,6	5,8	0,7	6,7	0,8	8,6	0,8
Санітарно- технічне, водопровідне та опалювальне устаткування і приладдя	3,6	0,6	4,4	0,7	6,1	0,8	6,6	0,8	7,4	0,7
Садово-городне устаткування та інвентар, ручний інструмент	3,4	0,6	4,1	0,6	4,7	0,6	5,8	0,7	7,5	0,7
Апаратура побутового призначення для приймання, записування, відтворювання звуку й зображення	4,0	0,7	6,5	1,0	7,2	0,9	8,3	1,0	9,0	0,9
Комп'ютери, периферійне устаткування, програмне забезпечення	4,5	0,8	4,8	0,7	7,5	1,0	9,9	1,1	13,5	1,3
Вироби з кераміки та скла, деревини, корка, плетені, ножові, неелектричні побутові прилади та устаткування	4,4	0,8	6,1	0,9	7,1	0,9	7,9	0,9	8,8	0,8
Шпалери, покриття для підлоги, килими та килимові вироби	5,1	0,9	5,8	0,9	6,3	0,8	6,6	0,8	7,1	0,7
Взуття	5,8	1,0	6,2	0,9	8,0	1,0	8,2	0,9	10,2	1,0
Медичні та ортопедичні товари	8,7	1,5	10,5	1,6	13,8	1,7	15,4	1,8	17,8	1,7
Пропан, бутан та метан для автомобілів	13,7	2,3	12,6	1,9	15,4	1,9	16,7	1,9	25,4	2,4

Продовження табл. Б.1

Найменування товарної групи	2017		2018		2019		2020		2021	
	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку	млн. грн	% до підсу- мку
Інші будівельні матеріали	14,3	2,4	16,2	2,4	15,6	2,0	15,9	1,8	16,2	1,6
Телекомунікаційне устаткування	14,5	2,5	13,3	2,0	15,6	2,0	16,1	1,8	21,1	2,0
Одяг	17,6	3,0	21,1	3,2	25,6	3,2	25,1	2,9	32,4	3,1
Побутові електротовари	17,8	3,0	19,5	2,9	22,1	2,8	24,9	2,9	27,0	2,6
Косметичні товари й вироби для туалетних кімнат	20,6	3,5	23,7	3,6	30,4	3,8	31,0	3,6	34,7	3,3
Газойлі (паливо дизельне)	25,1	4,3	20,3	3,0	24,1	3,0	22,3	2,6	39,4	3,8
Інші непродовольчі споживчі та неспоживчі товари	28,5	4,9	34,3	5,1	41,1	5,2	43,8	5,0	48,5	4,6
Бензин моторний	36,7	6,3	27,6	4,1	29,8	3,8	28,1	3,2	49,3	4,7
Автомобілі, деталі та приладдя для них	47,5	8,1	48,4	7,3	60,8	7,7	65,0	7,5	80,6	7,7
Фармацевтичні товари	55,2	9,4	65,5	9,8	78,3	9,9	85,0	9,8	87,7	8,4

Джерело: сформовано автором на основі даних [9].