

УДК 332.14

Кондіус І.С., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ОБЛАДНАННЯ В УМОВАХ СТРУКТУРНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

У публікації підлягають розгляду основні тенденції розвитку ринку торговельного обладнання в умовах структурної модернізації економіки України. Встановлено сучасний стан та виявлено фактори конкурентоспроможності підприємств виробників торговельного обладнання в реальних умовах соціально-економічних перетворень в країні.

Ключові слова: торговельне обладнання, тенденції розвитку, модель, конкурентоспроможність.

Kondius I.

TRENDS OF DEVELOPMENT OF REGIONAL MARKETS OF TRADE EQUIPMENT IN CONDITIONS OF STRUCTURAL MODERNIZATION OF ECONOMY OF UKRAINE

The publication deals with the main tendencies of the development of the market of commercial equipment in the areas of structural modernization of the Ukrainian economy. The present state is established and the factors of competitiveness of enterprises of manufacturers of trade equipment are revealed in real conditions of social and economic transformations in the country.

Keywords: trade equipment, development trends, model, competitiveness.

Кондиус И.С.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТОРГОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СТРУКТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В публикации подлежат рассмотрению основные тенденции развития рынка торгового оборудования в языках структурной модернизации экономики Украины. Установлено современное состояние и выявлены факторы конкурентоспособности предприятий производителей торгового оборудования в реальных условиях социально-экономических преобразований в стране.

Ключевые слова: торговое оборудование, тенденции развития, модель, конкурентоспособность.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.

На сучасному етапі розвитку промислового виробництва України притаманна спрямованість на вирішення як завдань адаптації та організації виробництва відповідно до умов, що диктує динамічне зовнішнє середовище, так і завдань управління. У зв'язку з переорієнтацією ринків збуту внаслідок воєнної агресії Російської Федерації вітчизняні підприємства усвідомлюють необхідність впровадження ефективних методів управління, використання яких дозволило б у короткий термін пристосуватися до потреб споживачів та постачальників сировини. Підприємства в більшій чи меншій мірі працюють в умовах конкуренції, тому в найближчій і довготривалій перспективі максимізація адаптивного чинника стає вирішальною компонентою сталого розвитку промисловості країни. Для цього необхідно провести аналіз динаміки розвитку промислових підприємств та виокремити основні фактори впливу на їхню діяльність.

Цілі статті. Дослідження сучасного стану і тенденцій розвитку ринку торговельного обладнання, а також визначення чинників конкурентоспроможності підприємств-виробників торговельного обладнання.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Сучасний підхід до торгівлі суттєво відрізняється від того, що був ще десять років тому. Сьогодні обладнання для торгівлі має бути не тільки зручним для розміщення та зберігання товарів, а також воно повинно виконувати функції носія реклами в середині магазину, супермаркету та інших місцях торгівлі. Ефект від наявності логотипу бренду, торгової марки, лейблуну чи навіть витримки корпоративного дизайну, кольору тощо на торговельному обладнанні, що розташоване у торговому залі, може бути досить значним, що було доведено раніше в США та країнах Європи і знаходить підтвердження й в Україні. У післякризовий період розвиток ринку торговельного обладнання отримав значний поштовх та демонструє тенденції до зростання. На сьогодні приріст даного ринку становить від 10 до 20 % на рік [1]. Ці показники стали стабільними після того, як в Україні сформувалися та зміцнили роздрібні торгові мережі. Ринок торговельного обладнання динамічно розвивається з тієї причини, що усім без винятку магазинам потрібне обладнання, де буде викладатися та зберігатися товар. Навіть якщо магазин існує вже не один десяток років, йому з часом все одно потрібно замінювати торговельне обладнання, яке приходить в непридатність, на більш сучасне та технологічне. Вітчизняний ринок торговельного обладнання є привабливим для багатьох підприємств, тому цей ринок характеризується інтенсивною конкуренцією між підприємствами, що виготовляють торговельне обладнання. Виходячи з цього, для того щоб успішно конкурувати на ринку торговельного обладнання у довгостроковій та короткостроковій перспективі підприємствам-виробникам необхідно постійно аналізувати цей ринок та чинники своєї конкурентоспроможності.

Якщо виміряти ємність ринку торговельного обладнання, то по приблизним підрахункам його оцінка відповідатиме показникам від 800 мільйонів доларів США до 1 мільярда [2]. За даними аналітичного сайту «airweek.ua/analit» на 2015 рік, підприємств, які виробляють різне за призначенням торговельне обладнання, нараховується близько 150, з яких 90 % складають вітчизняні виробники. До 2009 року вітчизняні виробники займали лише 60 % ринку торговельного обладнання [2]. В Україні поліпшуються умови для ведення бізнесу у сфері торгівлі, спостерігається стрімке зростання кількості супермаркетів, гіпермаркетів крупних торговельно-розважальних центрів. Це, безумовно, стимулює розвиток ринку торговельного обладнання [3, с. 5]. Характеризуючи основні рушійні сили розвитку цього ринку, різні джерела [4, с. 9, 4] вказують на розширення роздрібних торговельних мереж шляхом збільшення кількості магазинів та збільшенням інвестицій у реалізацію кожного проекту. Експансія міжнародних торговельних мереж на ринок України посилює конкуренцію у сфері торгівлі і водночас підвищує вимоги до виробників торговельного устаткування [5]. Проаналізуємо показники, що характеризують галузь виробництва торговельного обладнання та чинники конкурентоспроможності підприємств, що виготовляють таке обладнання в Україні. За даними, отриманими з різних джерел інформації [1, 4, 5, 6], річні доходи підприємств-виробників торговельного устаткування в Україні, в середньому на одного виробника складають 36 млн. грн., валовий обсяг виготовленої продукції 20 тисяч одиниць на рік. В галузі працює 150 компаній із валовою потужністю приблизно 20 тисяч одиниць на рік (валова потужність одного окремо взятого підприємства-виробника). Характер конкуренції на ринку торговельного обладнання визначається тим, що продукція різних виробників є достатньо

однорідною. У зв'язку з цим одними з найважливіших чинників конкурентоспроможності виробників є ціна та швидкість виконання замовлення. Різниця в цінах на торговельне устаткування обумовлюється різницею в цінах на сировину та матеріали, різницею в ступені технологічності обладнання, яке використовується для виготовлення продукції, та іншими факторами. При середній вартості одиниці продукції 2 тис. грн. різниця в цінах складає від 300 до 500 грн. Обсяги виробництва підприємства впливають на умовно постійні витрати, що припадають на одиницю продукції, на ціну і внаслідок цього на конкурентоспроможність підприємства. Найбільшими виробниками торговельного обладнання в Україні є компанія «Модерн», яка має 18 філій та займає 35% ринку, компанія «Торпал» - 20 % ринку, компанія «Алюр Плюс» - 15 % ринку. Останні 30 % ринку займають інші компанії виробники. За даними держкомстату України завантаженість підприємств в галузі становить 80-90 % від максимальної. При завантаженні менш ніж 80 % граничні витрати в галузі стрімко зростають. Таким чином, прибутковість галузі залежить від рівня попиту на торговельне устаткування. За переконанням фахівців [7] у найближчі два-три роки ринок торгового обладнання очікує черговий бум попиту. Цьому сприяє динаміка обігу роздрібною торгівлі. За даними сайту «news.uib.ua» обсяги роздрібною торгівлі в Україні зросли на 15,2 % наприкінці 2011 року та оцінюються у 125 млрд. грн. [8]. За даними Economist Corporate Network [50] обсяги роздрібною торгівлі зростають приблизно на 15-20 % на рік, а темпи росту ринку торговельного обладнання 10-20 % на рік.

Як індикатор ефективності діяльності підприємств, що виробляють та реалізують торговельне обладнання розглянемо фінансовий стан СП ТОВ «Модерн-Експо» і доведемо, що серед груп, показників, що характеризують фінансовий стан найбільший вплив на нього мають показники рентабельності та ліквідності. Модерн-Експо Group це міжнародний холдинг, провідний виробник і постачальник торгового обладнання в Центральній і Східній Європі.

Основними видами продукції є стелажі, високі стелажі, касові бокси, обладнання з нержавіючої сталі, холодильна техніка та POS-обладнання.

Аналіз показників ліквідності, представлений в таблиці. 1 засвідчує, що лише загальний коефіцієнт покриття зберігає тенденцію до спадання на всьому аналізованому періоді і дана група показників не суттєво впливає на загальний показник фінансового стану підприємства.

Перейдемо до оцінки загальної ефективності підприємства у динаміці. Результати розрахунків, а також загальні показники фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо» за 2012 – 2016 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка показників фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо» за 2012-2016 рр.

Роки	Ліквідність (Кл)	Структура капіталу (Кск)	Оборотність (Ко)	Рентабельність (Кр)	Загальний показник фінансового стану (Кфс)
2012	1,329	2,266	0,529	3,428	7,553
2013	3,456	-0,259	1,262	1,898	6,358
2014	-1,173	-0,619	-1,028	-3,502	-6,3188
2015	-1,949	0,189	-1,208	1,834	-1,1368
2016	-1,663	-1,579	0,438	-3,658	-6,456

Виходячи з результатів розрахунків, можна зробити такі загальні висновки: найсприятливіший фінансовий стан на підприємстві спостерігався в 2012 році

(загальний показник фінансового стану 7,55), найгірший був 2016 рік (загальний показник фінансового стану – 6,46). Найкраще значення загального показника рентабельності (3,43) відповідає 2012 року, а ліквідності – 3,46 у 2013 році.

За розрахованими показниками ліквідності, структури капіталу, оборотності та рентабельності була побудована математична модель загального фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо»:

$$K_{\text{фс}} = -9,16 + 3,61 * K_{\text{л}} + 0,61 * K_{\text{ск}} + 1,77 * K_{\text{о}} + 4,03 * K_{\text{р}}, \quad (1)$$

За математичною моделлю (формула 1) можна зробити висновки, що найбільший вплив на рівень фінансового стану підприємства здійснюють показники, що входять до групи рентабельності – з коефіцієнтом 4,03 та ліквідності з коефіцієнтом 3,61.

В цілому, гіпотеза, яка передбачала, що найбільший вплив на фінансовий стан підприємства мають показники рентабельності та ліквідності СП ТОВ «Модерн-Експо», перевірена і доведена (див. рис. 1)

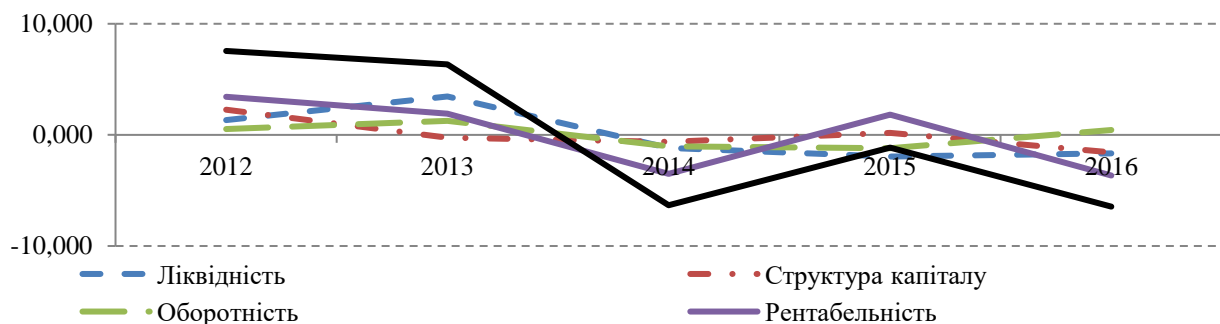


Рис. 1. Динаміка показників фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо»

Графік демонструє значні негативні зміни у фінансовій ситуації на підприємстві у 2014 та 2016 роках. Найбільш помітні позитивні тенденції спостерігалися в 2014 році, але його вплив був значно меншим. Як показують дані рис. 2.9 існує сильний прямий зв'язок між рентабельністю і ліквідністю підприємства та його загальним фінансовим станом, тобто гіпотеза підтвердилась.

Висновки. Таким чином, встановлено, що в умовах структурної модернізації економіки країни після розірвання торговельних відносин з РФ та втрати російського ринку збуту для вітчизняної продукції, деякі крупні підприємства змогли залишитися прибутковими у період тривалої економічної та політичної кризи. Виявлено, що ринок торговельного обладнання в Україні має тенденції до збільшення обсягів реалізації, але й до більш жорсткої конкурентної боротьби. Основними чинниками конкурентоспроможності підприємств, що виготовляють торговельне обладнання в Україні, є технічний стан виробничого обладнання, його технологічність, ціна на продукцію, наявність постійних постачальників сировини, ступінь інтегрованості підприємства тощо. Отже можливість успішного конкурування у довгостроковій та короткостроковій перспективі залежить від конкурентоспроможності підприємства, розвитку ринку роздрібної торгівлі та інших вищевказаних чинників.

Список використаних джерел

1. Business Schools. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing> (станом на 08.11.2017)

2. Поляцький М.М. [Електронний ресурс]. Ринок торгівельного обладнання в Україні – Режим доступу: <http://www.airweek.ru/analitl> (станом на 08.11.2017)
3. Проблемы XXI века. [Електронний ресурс]. Торговое Дело. - 2012. - №2.– Режим доступу: https://elibrary.ru/title_items.asp?id=32838 (станом на 08.11.2017)
4. Автоматизация бизнес-процесів в системах дистрибуції споживчих товарів [Електронний ресурс] Продукти і Торгівля. - № 3-4(25). – Режим доступу: <https://vuzlit.ru/264983/literatura> (станом на 05.11.2017)
5. Корреспондент.net – 17.12.2011. – Режим доступу: <https://ua.korrespondent.net> (станом на 17.11.2017)
6. Ваш компаньен [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.companion.ua> (станом на 05.11.2017)
7. Торгове обладнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.modernexpo.com> (станом на 05.11.2017)
8. Укрбізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.ub.ua> (станом на 09.11.2017)