

Т.В. Андросова, канд. екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

В.О. Козуб, ст. викл. (*ХДУХТ, Харків*)

СТАН ТА СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Абсолютний розмір та динаміка фінансових результатів, їх склад та співвідношення з виручкою та обсягом вкладених коштів входять до переліку найбільш узагальнюючих показників, що використовують для оцінки інвестиційної привабливості галузей економіки та регіонів. На підставі опублікованих даних доцільно визначити основні світові тенденції розвитку фінансових результатів у сфері торгівлі.

За даними звіту «Світові тенденції розвитку сектора роздрібно торгівлі у 2013 р.», що підготовлений компанією Deloitte Touche Tohmatsu Limited разом з групою STORES Media, сектор роздрібно торгівлі демонструє зростання доходів. За 2011 р. виручка 250-ти великих підприємств роздрібно торгівлі становила 4,271 трлн. дол. США, що вище за показник попереднього року на 5,1%. Фінансовий результат діяльності досліджених підприємств за аналізований період здебільшого позитивний, збиток відмічено лише за 12 з 250 компаній.

Незважаючи на спад світової економіки, у сегменті роздрібно торгівлі у звітному періоді відмічено активність, особливо у секторі реалізації товарів повсякденного попиту, за яким відмічено зростання обсягів реалізації на рівні 5,6% проти 4,8, 5,0 та 2,2% за секторами модних товарів, електроніки а також інших товарів відповідно. Попри високі темпи росту виручки, за підприємствами, що реалізують товари повсякденного попиту відзначено невисокі показники рентабельності активів. Разом із тим, найбільш високі показники рентабельності активів відмічено саме за секторами модних товарів, а також електроніки та товарів для відпочинку. Якщо у цілому за сукупністю підприємств рентабельність активів визначена на рівні 5,9%, то за підприємствами даних сегментів 9,2 та 9,1% відповідно. У той же час рентабельність активів для підприємств, що реалізують товари повсякденного становила 4,6%, для інших – 2,3%.

За оцінками, що здійснено А.Т. Kearney, найбільш привабливими для ритейлерів є ринки Латинської Америки, Східної Європи та Центральної Азії. Щодо ринків країн на пострадянському просторі, то, як відмічають аналітики, їм вдалось уникнути стагнації та підвищити рівень своєї привабливості для великих світових гравців. Зокрема за розрахунками Global Retail Development Index 2013 р. до

десятки найбільш привабливих ринків для торгових інвестицій входять Грузія та Армeнія. Покращивши свої позиції на 8 пунктів, 11 позицію у рейтингу займає Казахстан. Піднялась на 3 позиції та зайняла у рейтингу 23 місце Росія.

Україна, хоча й не входить до 30-ки найбільш привабливих країн для світового ритейлу, проте залишається інвестиційно привабливою. З компаній світового рівня в Україні представлені Metro AG, Groupe Aushan, Inditex, Marks and Spencer, GAP, PPR Group, Groupe Adeo. У 2010 р. на українському ринку почала працювати німецька компанія «Praktiker AG». У 2013 р. планує виходити на український ринок польський оператор «Recman».

Окрім відомих світових на українському ринку представлені та розвиваються мережі національних операторів, зокрема ГК «Фоззі», АТБ-маркет, ГК «Фуршет», «Епіцентр», «Comfy» та ін. Результати діяльності найбільш великих торговельних компаній, що функціонують на українському ринку, подано у звіті за версією Форбс-Україна. Так, за даними 2011 р. кінцевий фінансовий результат поданих підприємств є позитивним та коливається в межах від 19,0 млн. грн. (торгова мережа «Ельдорадо») до 418,8 млн грн (мережа гіпермаркетів «Епіцентр-К»).

Порівняння рентабельності діяльності за чистим прибутком дозволяє зробити висновок про більш високу варіацію даних показників за підприємствами торгівлі в Україні порівняно зі світовими торговельними мережами. За розрахунками показник рентабельності діяльності за найбільш великими торговельними компаніями, що функціонують на українському ринку, знаходиться в межах 0,64...18,03%, за групою компаній світових лідерів – в межах 0,49...5,52%. Більш високі значення рентабельності діяльності та розмаху варіації за сукупністю підприємств торгівлі, що функціонують на українському ринку, порівняно із провідними торговельними компаніями, свідчать про значні потенційні можливості щодо збільшення фінансових результатів представників світового ритейлу за входження на український ринок. Разом із тим, значні відхилення у максимальних значеннях показників рентабельності та їх розкид є ознакою ризиків, що супроводжують діяльність компаній в Україні, що стримує входження світових торговельних мереж на український ринок та обмежує розвиток тих, які вже функціонують на ньому.

Таким чином, проведене дослідження показало, що незважаючи на спад світової економіки, у сегменті світової роздрібно́ї торгівлі відмічено позитивні зрушення.