**2.1. Аналіз тенденцій розвитку галузі**

**Метою написання підрозділу 2.1 є практична апробація отриманих під час навчання навичок, знань та умінь відносно аналізу умов функціонування досліджуваного підприємства.**

Для детального аналізу стану та тенденцій розвитку галузі доцільно висвітлити наступні аспекти:

 ‒ загальна характеристика галузі (її становлення та розвиток, місце у економічній системі країни, роль у національній економіці, взаємозв’язок з іншими галузями економіки;

‒ показники обсягів виробництва та реалізації (у натуральних одиницях або у відсотковому співвідношенні);

‒ показники ресурсного забезпечення підприємств галузі;

 ‒ показники фінансових результатів підприємств галузі;

‒ показники зовнішньоекономічної діяльності підприємств галузі;

 ‒ PEST-аналіз;

‒ SWOT-аналіз тощо.

Інформацію доцільно представляти у табличній або графічній формі.

До кожної таблиці та / або рисунку повинні бути представлені висновки, що інтерпретують наведену інформацію. Дослідження по галузі проводиться не менше, ніж за 5 років.

Для написання даного підрозділу рекомендується користуватися наступними інформаційними ресурсами:

 − офіційний сайт Державної служби статистики України (<http://www.ukrstat.gov.ua>);

− офіційний сайт Головного управління статистики у Житомирській області (<http://www.zt.ukrstat.gov.ua>);

− офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України (<https://smida.gov.ua>);

− статистичні щорічники та збірники;

 − фінансова та статистична звітність підприємств;

− адміністративні та нормативні документи;

 − ресурси галузевих асоціацій (наприклад, Національної асоціації цукровиків України, Національної асоціації молочників України тощо).

**Загальні тенденції розвитку галузі:**

Наприклад, Тенденції розвитку підприємств галузі виробництва молочних продуктів

Або Загальні тенденції розвитку торговельних підприємств України

**Галузь визначається за кодом КВЕД**

**Далі заходимо на сайт класифікатора http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10\_i.html**

**І знаходимо відповідну галузь**

**Аналіз проводиться за 5 років на підставі даних Державної служби статистики відповідно до галузі http://www.ukrstat.gov.ua/ Рекомендовані таблиці є в методичних рекомендаціях до написання магістерської роботи.**

2.1. Аналіз тенденцій розвитку галузі торгівлі (Приклад)

Торгівля як галузь господарської діяльності має розгорнуту мережу оптових і роздрібних підприємств, забезпечує зберігання, транспортування і реалізацію товарної продукції предметів споживання. Оскільки більшість предметів особистого споживання проходить через торгівлю, то рівень Ті розвитку характеризує обсяг і структуру споживання. Торгівля інформує і впроваджує в споживання нові товари, виробництво яких тільки починається, які для споживача є ще невідомими або незвичними. Таким чином, розвиток торгівлі, будучи обумовленим рівнем і темпами розвитку виробництва товарів, в свою чергу, здійснює вплив на промисловість, сільське господарство з одного боку, і на споживання людей — з іншого. Важливе значення торгівлі в тому, що вона сприяє особистій матеріальній зацікавленості людей у підвищенні продуктивності праці, в збільшенні виробництва, в повнішому задоволенні потреб.

Місце торгівлі в економічному розвитку держави визначається, з одного боку, тими функціями, які вона виконує, а з іншого, тими зв'язками, в яких вона перебуває.

Торгівля тісно пов’язана з грошовим обігом, з бюджетом та кредитною системою. Зв’язок між товарним обертанням і грошовим обігом визначається тим, що вартість товарів вимірюється в грошовому вимірі, і з їх допомогою здійснюється обертання товарів.

Торгівля забезпечує народне господарство готовими грішми і чим швидше реалізується товар, тим скоріше починається процес відтворення.

Торгівлі належить важливе місце в системі ринкових відносин, оскільки вона реалізує основну частину предметів споживання, що випускаються промисловістю і сільським господарством. Через торгівлю реалізується близько 70% товарів народного споживання. Так, за 2010 рік через канали торгівлі реалізовано 60 % продукції сільського господарства, 65% продукції легкої промисловості і більше 85% продукції харчової промисловості. [14]

Діяльність будь-якого підприємства являє сукупність операцій купівлі, заготівлі, виробництва, переробки, продажу товарів, виконання робіт, надання послуг з метою отримання доходу. В залежності від сфери діяльності підприємства можна виділити промислову, будівельну, торговельну, сільськогосподарську та іншу діяльність підприємства. Під торговельною діяльністю підприємства слід розуміти роздрібну та оптову торгівлю, діяльність у торговельно-виробничій сфері за кошти, інші готівкові платіжні засоби та з використанням кредитних карток. [8, 24]

Проаналізуємо діяльність торговельних підприємств загалом в Україні протягом трьох років (2006-2008 р.). Відповідно у 2007 р. населенню продано споживчих товарів на 15,4 млрд. грн., що за порівнянними цінами є більше, ніж у 2006 р. на 27,7 %. Обсяг роздрібного товарообігу підприємств торгівлі у 2007 р. становив 9,5 млрд. грн. і збільшився відносно з 2006 р. за порівнянними цінами на 29,9 %. Підприємства торгівлі – юридичні особи забезпечили 62,0 % від загального обсягу продажу споживчих товарів. Приблизно третина обсягу продажу споживчих товарів (30,8 %) сформувалась за рахунок обігу підприємців-фізичних осіб. За рахунок організованих ринків у 2007 р. сформувалась більш, ніж п'ята частина (22,2 %) продажу споживчих товарів. Також у 2007 р., реалізовано товарів на 5986 млн. грн., що на 28,0 % більше відносно 2006 р.

У січні-лютому 2008 р. населенню продано споживчих товарів на 2722,6 млн. грн., що за порівнянними цінами більше, ніж у січні-лютому 2007 р. на 21,4 %. Обсяг роздрібного товарообігу підприємств торгівлі у січні-лютому 2008 р. становив 1676,4 млн. грн. і збільшився відносно січня-лютого 2007 р. за порівнянними цінами на 22,9 %. Підприємства торгівлі, які є юридичними особами, забезпечили 61,6 % від загального обсягу продажу споживчих товарів. Відповідно третина обсягу продажу споживчих товарів (31,0 %) сформувалась за рахунок обороту підприємців-фізичних осіб. У задоволенні потреб населення у товарах окреме місце відведено ринкам. За рахунок організованих ринків у січні-лютому 2008 р. сформувалась більш, ніж п'ята частина (22,5 %) продажу споживчих товарів. У січні-лютому 2008 р. на одну особу реалізовано товарів на 1064 грн., що на 20,8 % більше відносно січня-лютого 2007 р.

Динамічний розвиток торгівлі підтверджується статистичними даними. Так з кожним роком зростає обсяг продажу споживчих товарів (на 27,7 % у 2007 р. порівняно із 2006 р.; на 21,4 % у 2008 р. порівняно з 2007 р.); обсяг роздрібного товарообороту (на 29,9 % у 2007 р. порівняно із 2006 р; на 22,9 % у 2008 р. порівняно з 2007 р.). На основі проаналізованих даних можна зробити висновок, про те що поки домінуючою на українському ринку є торгівля поза магазинами (нестаціонарні точки), впровадження інновацій буде гальмуватись через відсутність попиту на них у цій сфері. [16]

Розвиток торгівельної галузі в Україні за роки незалежності наведено у табл. 2.1.1

Таблиця 2.1.1

Розвиток торгівельної галузі за останні 18 років

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   |  Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб),   млн.грн.1 |  У тому числі питома вага, у %: | Темпи зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) до попереднього року, у порівнянних цінах, % | Наявність об'єктів роздрібної торгівлі підприємств - юридичних осіб на кінець року, тис. одиниць |  У тому числі | Наявність об'єктів ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари, їдальні тощо) підприємств – юридичних осіб на кінець року, тис.одиниць | Кількість ринків з продажу споживчих товарів на кінець року, одиниць |
| продовольчих товарів | непродовольчих товарів | магазини | кіоски та автозаправні станції 2 |
| **1993** | 43824 | 61,0 | 39,0 | 65,0 | 141,2 | 116,5 | 24,7 | 48,4 | 1418 |
| **1994** | 336968 | 62,3 | 37,7 | 86,4 | 138,3 | 114,1 | 24,2 |  44,3 | 1377 |
| **1995** | 11964 | 63,1 | 36,9 | 86,1 | 133,7 | 109,5 | 24,2 |  40,3 | 1282 |
| **1996** | 17344 | 66,6 | 33,4 | 94,9 | 132,0 | 105,4 | 26,6 | 37,8 | 1231 |
| **1997** | 18933 | 63,7 | 36,3 | 100,2 | 127,5 | 99,7 | 27,8 | 38,3 | 1551 |
| **1998** | 19317 | 58,7 | 41,3 | 93,4 |  121,0 | 94,3 | 26,7 | 36,9 | 2120 |
| **1999** | 22151 | 54,4 | 45,6 | 92,9 | 111,6 | 85,4 | 26,2 | 34,3 | 2320 |
| **2000** | 28757 | 51,9 | 48,1 | 108,1 | 103,2 | 77,9 | 25,3 | 33,1 | 2514 |
| **2001** | 34417 | 50,4 | 49,6 | 113,7 |  96,4 | 72,3 | 24,1 | 32,0 | 2715 |
| **2002** | 39691 | 48,0 | 52,0 | 115,0 | 89,3 | 66,8 | 22,5 | 30,6 | 2863 |
| **2003** | 49994 | 45,6 | 54,4 | 120,5 | 83,8 | 62,3 | 21,5 | 28,9 | 2891 |
| **2004** | 67556 | 43,9 | 56,1 | 121,9 | 78,5 | 58,3 | 20,2 | 27,9 | 2869 |
| **2005** | 94332 | 41,6 | 58,4 | 123,4 | 75,2 | 55,8 | 19,4 | 27,3 | 2886 |
| **2006** | 129952 | 38,2 | 61,8 | 126,4 | 73,6 | 54,6 | 19,0 | 26,8 | 2890 |
| **2007** | 178233 | 35,3 | 64,7 | 129,5 | 71,9 | 52,3 | 19,6 | 26,2 | 2834 |
| **2008** | 246903 | 34,4 | 65,6 | 117,3 | 69,2 | 50,5 | 18,7 | 24,9 | 2785 |
| **2009** | 230955 | 40,0 | 60,0 | 79,1 | 65,3 | 47,6 | 17,7 | 24,0 | 2761 |
| **2010** | 280890 | 39,5 | 60,5 | 110,1 | 64,8 | 48,0 | 16,8 | 23,4 | 2758 |

Таким чином, маємо відзначити, що торгівля – це перша галузь, з якої почався процес демонополізації економіки країни, що сприяло створенню конкурентного середовища та появі на споживчому ринку України незалежних суб’єктів господарювання різних форм власності. Сучасний стан розвитку роздрібної торгівлі в Україні характеризується яскраво визначеною тенденцією до концентрації торгівлі, збільшення торговельного бізнесу за рахунок консолідації торговельних компаній, створення великих торговельних мереж, груп компаній та інших форм об’єднань.