

УДК 339.9

Бондаренко Т.Ю.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та державного фінансового контролю
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету***Волков Д.П.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту підприємницької діяльності
Криворізького економічного інституту
Криворізького національного університету*

ГЕНЕЗИС ТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РАМКАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ПАРАДИГМИ

Досліджено ключові аспекти розвитку торговельної діяльності в Україні, окреслено її місце та роль у формуванні головної продуктивної сили суспільства через забезпечення населення споживчими товарами. Авторами детально проаналізований сучасний стан даної сфери діяльності, визначені основні тенденції її розвитку в макроекономічному аспекті. У статті обґрунтовано теоретичні питання та виявлено проблеми та основні напрями розвитку торгівлі України в сучасних умовах господарювання. Виявлені основні причини такого стану дали можливість запропонувати напрями подальшого поліпшення торговельного обслуговування населення в Україні.

Ключові слова: комерція, попит, посередництво, торгівля, товар, товарообіг.

Бондаренко Т.Ю., Волков Д.П. ГЕНЕЗИС ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ

Исследованы ключевые аспекты развития торговой деятельности в Украине, определены ее место и роль в формировании главной производительной силы общества путем обеспечения населения потребительскими товарами. Авторами подробно проанализировано современное состояние данной сферы деятельности, определены основные тенденции ее развития в макроэкономическом аспекте. В статье обоснованы теоретические вопросы и выявлены проблемы и основные направления развития торговли Украины в современных условиях хозяйствования. Выявленные основные причины такого положения, которые позволили предложить направления дальнейшего улучшения торгового обслуживания населения в Украине.

Ключевые слова: коммерция, посредничество, спрос, торговля, товар, товарооборот.

Bondarenko T.Y., Volkov D.P. GENESIS OF TRADING ACTIVITIES UNDER ECONOMIC PARADIGM

Researched key aspects of trading activity in Ukraine, outlined its place and role in the formation of the main productive forces of society by ensuring public goods. The authors have analyzed in detail the current state of the field of activity, the basic trends of development in the macroeconomic context. In the article the theoretical issues and problems identified and the main directions of Ukraine's trade in the modern business environment. The basic reason for this state made it possible to suggest areas for further improvement of commercial services to the population in Ukraine.

Keywords: commerce, demand, mediation, trade, goods, turnover.

Постановка проблеми. Загострення соціально-економічних процесів в Україні спричиняють пошук можливих джерел поновлення стабільності в суспільстві. Одним із структурних компонентів національної економіки держави виступає торгівля, як сектор утворення значної частини валового продукту, а саме тому дослідження її розвитку та подальшого вдосконалення є важливим питанням в управлінні механізмом перерозподілу національного доходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основний науковий-практичний доробок у дослідженнях розвитку торговельної діяльності належить такому вченим як В.Д. Базилевичу, Л.В. Балабановій [1, с. 19], З.С. Варналію [2, с. 45], А.А. Мазаракі [3, с. 36], але при цьому, як правило, поза увагою залишаються певні теоретичні та науково-практичні проблеми щодо структурування торговельної діяльності, відповідно до нових підходів формування фінансової та бюджетної політики.

Постановка завдання. На підставі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у вивченні історичного розвитку торговельної діяльності, що виступає як підґрунтя для визначення оптимального вектору розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торговля, як важливий вид господарської діяльності в сфері обігу проявила себе ще в IX ст., коли ринок займав центральне місце у великих містах. Після зародження мануфактурного виробництва (XVIII ст.) по-

чала з'являтися оптова торгівля, яка розширювала межі торгівлі та її роль в економіці.

Найперша школа економічної науки, мала назву меркантилізм, що в перекладі з італійського означає торговець. Видатними вченими XVI-XVII ст. цієї школи були Т. Мен (1571-1614) та А. Монкретьєн (1575-1621), які досліджували такі категорії політекономії як торгівля, товар, торговельний капітал та дали початок науковому аналізу функціонування торговельних відносин. Джерелом багатства та «процвітання» суспільства меркантилісти вважали торговельну діяльність [4, с. 57].

Досліджуючи еволюційну динаміку торгівлі, необхідно звернути увагу на перехід від натурального до товарного виробництва.

Товарне виробництво досягло найвищого розвитку в період капіталізму, коли робоча сила набула форми товару. Суспільний поділ праці дав поштовх до появи економічної відособленості товаровиробників. Характерною ознакою останньої, на відміну від спеціалізованого поділу праці, була обов'язковість еквівалентного товарного обміну як фази суспільного відтворення. Формою ж обміну є обіг, який існує на основі процесу виробництва товарів і грошових відносин. Саме в його сфері реалізуються відносини обміну.

Радянська торгівля у своєму розвитку пройшла через такі етапи.

У початковий період радянської влади (1917-1918 рр.) це – боротьба з анархією ринку, спроба регулювати товарний обмін, створення радянського сектору торгівлі, з метою покращення забезпечення населення продовольством і предметами особистого споживання [5, с. 138].

В умовах військового комунізму (1918-1921 рр.) – держава впровадила продовольче розподілення, коли на зміну товарно-грошовим відносинам прийшли відносини прямого натурального обміну. Була введена карткова система трудових продовольчих пайків, громадське харчування під наглядом робочого контролю [5, с. 141].

У період НЕПу (1921-1923 рр.) дозволялася торгівля, але у визначених рамках, неорганізований ринок замінювався організованим. Щоб зайняти провідні позиції в оптовій торгівлі, створювалися трести і синдикати, які повинні були маневрувати товарними ресурсами, знижувати накладні витрати, ліквідувати приватного посередника. У сфері роздрібною торгівлі особливе місце відводилося кооперації. Значалося, що без мережі кооперативних об'єднань неможливо було створити соціалістичне господарство. Цінова політика була такою, що державні і кооперативні ціни були нижчими за приватні. Було введено нормування цін на товари першої необхідності (сіль, керосин, цукор) [5, с. 143].

Одночасно впроваджувалося планування роботи всіх державних органів і підкреслювалося, що вартісні інструменти – гроші, ціна, прибуток, закон вартості – несумісні із соціалістичною економікою, а гроші і ціна – лише облікові інструменти.

Скорочення товарно-грошового обміну негативно вплинуло на розвиток торгівлі. Не розвивалася система генеральних договорів між підприємствами промисловості і організаціями споживчої кооперації, якій приділялася велика увага.

У 1929-1935 рр. була введена карткова система продажів основних продовольчих і непродовольчих товарів. Організація колгоспів призвела до появи в 1931 році нової форми торгівлі – колгоспної. Скорочення планів централізованих заготівель сільськогосподарської продукції призвело до зростання колгоспної торгівлі. Її питома вага в роздрібному товарообігу у 1932 році склала 16%. У 1931 році констатували ліквідацію приватної форми торгівлі [6, с. 46].

У передвоєнне десятиріччя посилювалося централізоване управління економікою держави. У торгівлі керуючим органом стала державна система народного комісаріату внутрішньої торгівлі, якій підпорядковувалася міська кооперативна торгівля і відділи робітничого постачання. Товарні ресурси були сконцентровані в збутових організаціях промисловості. Виробництво товарів народного споживання не встигало за зростанням попиту населення, збільшувався розрив між виробництвом товарів споживання і засобами виробництва. З 1938-1940 рр. впроваджено розвиток підсобних сільських господарств при промислових підприємствах, продукція яких більшою частиною направлялася до підприємств громадського харчування.

У воєнні роки населення забезпечувалося товарами на основі нормованого розподілу. З 1941 року по 1947 рік діяла карткова система і громадське харчування через систему робітничого постачання [6, с. 48].

У 1947 році була проведена грошова реформа через великий надлишок грошової маси в обігу. Ринок насичувався товарами, багатократно знижувалися ціни на продукти харчування. Збільшувалися централізовані фонди і закупівлі споживчої кооперації

єю сільськогосподарської продукції по цінах домовленості [6, с. 49].

У 1950-1960 рр. намагалися знайти нові форми управління економікою, зменшити централізацію і розширити права на місцях. Товарно-грошові відносини розвивалися, з'явилася реальна можливість перейти з адміністративних методів управління на економічні. Товарообіг зростав прискореними темпами, зростала насиченість ринку товарами, почав вивчатися попит населення. На обсяг і структуру споживання почала впливати зовнішньоекономічна діяльність. Торговельна мережа системи відділів робітничого постачання була передана системі державної торгівлі. У 1953 році управління оптовою і роздрібною торгівлею було передане Міністерству торгівлі [6, с. 50].

У 70-х роках у народному господарстві почали з'являтися труднощі: знизилася темп економічного зростання, якість товарів була низькою, асортимент вузьким, незбалансованість попиту і пропозиції призвели до появи неходових і залежаних товарів і до дефіциту необхідних [6, с. 50].

Щоб забезпечити населення товарами були прийняті на народногосподарські рівні Продовольча програма (1982 рік) і Комплексна програма розвитку виробництва товарів народного споживання і сфери послуг на 1986-2000 рр. (1985 рік). До випуску товарів для населення були залучені всі промислові підприємства [7, с. 14].

У 1988 році була прийнята постанова щодо впровадження на торговельних підприємствах економічних методів управління, поліпшення планування, розширення прав і самостійності підприємств, що призвело до реформування соціалістичної торгівлі в торгівлю капіталістичного типу, яка на сучасному етапі розвитку виступає як соціально орієнтована, передбачає перехід цієї галузі від державної власності (не стосується споживчої кооперації) до різних форм приватної власності.

На початку 90-х рр. торговельні підприємства почали жваво проходити процес приватизації, що призвело як до позитивних так і до негативних моментів.

Позитивними моментами є: орієнтація продавця на інтереси покупця; зміна режиму робочого часу закладів торгівлі; відкриття нових торговельних центрів та будинків, ринків, кіосків та наближення їх до місця проживання покупця; розвиток людських потреб і реклами, відносна свобода торгівлі.

Негативними моментами є: значна кількість торговельних посередників, що підвищує ланковість товароруку, час надходження товарів від виробника до споживача, ціни; використання готівкових коштів, які не всіма підприємствами здаються до банку, що зменшує грошову масу і погіршує стан банківської системи.

Перш ніж розглядати торговельну діяльність у сучасних умовах, доцільно з'ясувати сутність поняття «комерційна діяльність», що достатньо часто ототожнюється в ході проведення досліджень.

Інтенсивний розвиток ринкових відносин, зміни в інституціональній структурі економіки України створили нове середовище для здійснення комерційних процесів сучасних підприємств, які діють як у виробничій, так і в невиробничій сферах.

У вітчизняній та зарубіжній літературі існують різні визначення комерції.

На думку Б.А. Райзберга, З.С. Варналії, А.П. Кисельова, Є.А. Удовицької, комерційне підприємство – це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг, визначальну

роль у ньому відіграють товарно-грошові та торговельно-обмінні операції, які здійснюються у вигляді угоди з купівлі-продажу або перепродажу товарів і послуг [6, с. 217]. Представниками комерційного підприємництва є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання і засоби виробництва з метою отримання прибутку.

Проте комерційною діяльністю сьогодні займаються не тільки спеціалізовані підприємства. Цей вид діяльності тією чи іншою мірою притаманний усім підприємницьким структурам незалежно від форм власності, до яких вони належать.

Л.В. Осипова та І.М. Сіяєва, Переверзева С.О. підкреслюють, що багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для виручки доходів і отримання прибутку в умовах взаємодії з іншими суб'єктами господарювання, державними органами, міжнародними організаціями та інші [8, с. 204]. Основними методологічними основами комерційної діяльності в сучасних умовах є концепція маркетингу і системний підхід.

Різні тлумачення комерції визначають її багатоаспектність, але превалює думка, що предметом комерції є здійснення купівлі-продажу товарів. Вищевикладене свідчить, що комерційне підприємництво слід розглядати з точки зору вузького і широкого аспектів.

У вузькому розумінні комерційне підприємництво – це підприємництво в сфері торгівлі, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання прибутку.

У широкому розумінні комерційне підприємництво є господарсько-торговельною діяльністю, що здійснюється суб'єктами господарювання в сфері виробництва і товарного обігу, спрямованого на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжною діяльністю, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг [9, с. 13].

Господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в таких формах: матеріально-технічне постачання і збут; електропостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво в здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність по забезпеченню реалізації товарів (послуг).

Існує думка, згідно з якою маркетинг, а іноді і торгівлю, ототожнюють з комерційною діяльністю. Так, Ю.В. Пакус і О.В. Місько визначають маркетинг як управління комерційною діяльністю підприємства орієнтованого на ринок [8, с. 306].

Але маркетинг, як і торговельна діяльність, поняття більш широкі, ніж комерційна діяльність. Якщо комерційна діяльність розглядає тільки питання купівлі-продажу товарів і послуг, то маркетинг охоплює і виробничі функції.

Щодо визначення сутності торгівлі, то вона теж дістала різні тлумачення науковцями. В економічній енциклопедії визначення торгівлі є таким: торгівля – це форма обміну продуктами праці й послугами, історично зумовлена виникненням і розвитком товарного виробництва.

У словнику сучасної економіки Макміллана, торгівля визначається як обмін товарами між індивідами або групами, здійснюваний безпосередньо за допомогою бартеру, або з використанням грошей [10].

В Українській радянській енциклопедії під торгівлею розуміється галузь народного господарства, яка забезпечує обіг товарів, просування їх із сфери виробництва в сферу споживання на основі купівлі-продажу.

Л.І. Безгінова доводить, що торгівля, у системі галузей економіки, є особливою ланкою, яка пов'язує виробників і споживачів продукції, що обумовлює відмінність торговельних підприємств від підприємств інших галузей. Для галузі торгівлі характерно максимальне використання ринкових і фінансових механізмів, за яких самостійність підприємств у здійсненні торговельно-виробничого процесу, відповідно до попиту споживачів, є найбільшою [11, с. 13].

Громова Т.М. пропонує таке визначення торгівлі: це галузь економіки, яка реально функціонує та інституційована формальними і неформальними правилами і нормами як необхідна та ефективна складова сфери обігу, об'єктом діяльності якої є товарний обмін у формі купівлі-продажу товарів та надання всіх необхідних для цього процесу послуг як виробникам товарів, так і їх покупцям [7, с. 20].

Торгівля, пов'язуючи між собою виробництво і споживання, на думку В.І. Карсекіна і А.А. Мазаракі, не тільки здійснює обмін товарів, доводить їх до споживачів і надає їм необхідні послуги, а й впливає на виробництво, спонукає його випускати необхідні товари, формує споживання та сприяє його розвитку [2, с. 46].

Отже, виникає потреба в такій торгівлі, яка б мала еквівалентні відносини покупців і продавців, вільний вибір постачальників, наявність конкурентів як між виробниками, так і між споживачами.

За умов ринкової економіки торгівля виконує роль поєднання виробника і споживача, галузевих і міжгалузевих інтересів для їх постійного відтворення, безперервності процесу виробництва.

Характеризуючи стан розвитку торговельної сфери в Україні необхідно звернутися до аналізу статистичних даних.

За класифікацією ООН, роздрібний товарообіг, як основний показник діяльності роздрібних торговельних підприємств, віднесено до показників, що характеризують рівень життя населення країни.

За даними Держкомстату України роздрібний товарообіг у % до попереднього року з 2004 року по 2013 рік постійно зростає, що є позитивним і свідчить про підвищення рівня життя населення [12].

Темпи зростання обсягів роздрібного товарообігу підприємств до попереднього року склали:

Таблиця 1

Темпи росту обсягів роздрібного товарообігу в Україні за 2004-2013 роки

Роки	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Темпи росту, %	121,9	123,4	126,5	128,9	118,1	82,6	109,8	114,8	115	109,5

Таблиця 2

**Співвідношення продажу продовольчих і непродовольчих товарів
у роздрібному товарообігу України за 2008-2013 роки**

Питома вага	Роки	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Продовольчі товари		34,4	40,0	39,5	38,9	40,2
Непродовольчі товари		65,6	60,0	60,5	61,1	59,8	58,9

Середньорічні темпи зростання дорівнюють:

$$\sqrt[3]{3,7979} = 1,159 \text{ (115\%)}$$

Статистичні дані про товарну структуру роздрібно-го товарообігу свідчать, що існує тенденція до її покращення: збільшення питомої ваги продажу непродовольчих товарів підкреслює зростання добробуту населення до початку фінансової кризи.

Загальний огляд організаційно-економічної структури підприємств роздрібно-го торгівлі України виявляє певні недоліки.

Звертає на увагу подрібненість організаційно-економічної структури підприємств торгівлі: кількість підприємств роздрібно-го торгівлі склала на кінець 2008 р. – 69,2 тис. од., 2012 р. – 62,2 тис од., 2013 р. – 59,8 тис. од. Їх кількість зменшилася на 13,6%, а середньорічна кількість найманих працівників за цей же період не перевищила 10,6%. Тобто 10% працюючих в Україні забезпечують функціонування 40% усіх суб'єктів підприємницької діяльності [12].

Виникло протиріччя: кількість стаціонарних об'єктів торгівлі зменшується, а кількість суб'єктів підприємницької діяльності збільшується. Поясненням цього є особливості вітчизняного законодавства в сфері оподаткування підприємницької діяльності. Для користування пільговим режимом оподаткування значна частина торговельних підприємств штучно переносить свою діяльність на групу приватних підприємств з незначними торговельними оборотами та прийнятною системою оподаткування економічної діяльності. Зважаючи на зростання обсягів товарообігу, можна засвідчити, що за умов врегулювання проблем оподаткування, вказане протиріччя поступово зникло і почало б формуватися стійке прогресивне середовище розвитку внутрішнього ринку в Україні [13, с. 9].

Окремим суперечливим чинником розвитку вітчизняної системи роздрібно-го торгівлі є існування значної кількості ринків. Позитивним моментом їх функціонування є те, що вони формують пропозицію з порівняно низькими цінами для населення з недостатнім рівнем платоспроможності, що сприяє задоволенню попиту з боку основної маси населення, хоч і рівень обслуговування на ринках є низьким.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, розвиток торгівлі можна проаналізувати на основі товарообігу, сутність якого полягає в економічних відносинах стадії виробництва і роздрібно-го торгівлі і на останньому етапі – особистого споживання – в обмін на грошові доходи населення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика. – Навч. посіб. / Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. – Київ: ВД «Професіонал», 2004. – 288 с.
2. Варналії З.С. Основи підприємництва: Навч. посіб. / З.С. Варналії. – Київ: Знання-Прес, 2002. – 239 с.
3. Територіальна організація внутрішньої торгівлі України / А.А. Мазаракі, В.І. Карсекін, Є.М. Воронова, В.І. Дорошенко. – Київ: КТЕІ, 1992. – 84 с.
4. Економіка торгівлі: учебник для торг. вузів / Б.А. Солов'єв, Л.А. Алькевич, В.И. Андросов и др.: Рук. авт. кол. Б.А. Солов'єв. – М.: Економіка, 1990. – 414 с.
5. Іваницький В.И. Економіка торгівлі / В.И. Іваницький. – Киев: Высшая школа, 1978. – 408 с.
6. Марцин В.С. Економіка торгівлі: Підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. / В.С. Марцин. – Київ, 2008. – 603 с.
7. Громова Т.М. Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери обігу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / Т.М. Громова. – Київ, 2007. – 25 с.
8. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – Москва: Юнити-Дана, 2000. – 623 с.
9. Переверзева С.О. Механізм регулювання комерційної діяльності авіакомпаній України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.07.04 «Економіка транспорту і зв'язку» / С.О. Переверзева. – Київ, 2003. – 17 с.
10. Словник сучасної економіки Макміллана / Пер. з англ. – К.: АртЕк, 2000. – 640 с.
11. Безгінова Л.І. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібно-го торгівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.07.05 «Економіка торгівлі та послуг» / Л.І. Безгінова. – Харків, 2004. – 18 с.
12. Державний комітет статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Соболев В.О. Формування та розвиток роздрібно-го торговельної мережі в умовах ринкової економіки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / В.О. Соболев. – Донецьк, 2005. – 17 с.