

КОНЦЕПТ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

© 2014 БАРНА М. Ю.

УДК 339.3:33.012.23

Барна М. Ю.

Концепт трансформації системи внутрішньої торгівлі

Мета статті полягає в обґрунтуванні концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі, в основу якого закладено базові концепції організації та який буде збалансований з основними концептуальними положеннями розвитку та управління торгівлею. За результатами проведеного аналізу, систематизації та узагальнення підходів вчених до трансформації системи внутрішньої торгівлі було проведено визначення ступеню відповідності концептуальних положень розвитку та управління торгівлею з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі, визначено ступінь узгодженості базових концепцій організації з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі. У результаті дослідження було встановлено, що в Україні не існує чинної дієвої концепції розвитку внутрішньої торгівлі. Вирішити цю практичну проблему можливо на основі обґрунтованого концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є дослідження трансформації системи внутрішньої торгівлі з метою чіткого встановлення проблем розвитку галузі, проблем, які виникають у кожній з підсистем та у системі в цілому, проведення діагностики стану змін у самій системі та галузі у цілому. Вирішення цього науково-практичного завдання зумовлює необхідність відбору показників, які характеризують вплив чинників і стан кожної з підсистем системи внутрішньої торгівлі, обґрунтування принципів оцінки системи внутрішньої торгівлі та розробки відповідної методики оцінки ефективності цієї системи в умовах змін, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі галузі.

Ключові слова: внутрішня торгівля, система, трансформація, концепт

Рис.: 1. Табл.: 2. Бібл.: 27.

Барна Марта Юрїївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент, кафедра експертизи товарів та послуг, Львівська комерційна академія (вул. Туган-Барановського, 10, Львів, 79005, Україна)

Email: martabarna@ukr.net

УДК 339.3:33.012.23

UDC 339.3:33.012.23

Барна М. Ю. Концепт трансформации системы внутренней торговли**Barna M. Yu. The Transformation Concept of the Home Trade System**

Цель статьи заключается в обосновании концепта трансформации системы внутренней торговли, в основу которого заложены базовые концепции организации и который будет сбалансирован с основными концептуальными положениями развития и управления торговлей. По результатам проведенного анализа, систематизации и обобщения подходов ученых к трансформации системы внутренней торговли было проведено определение степени соответствия концептуальных положений развития и управления торговлей с концептом трансформации системы внутренней торговли, определена степень согласованности базовых концепций организации с концептом трансформации системы внутренней торговли. В результате исследования было установлено, что в Украине не существует действующей концепции развития внутренней торговли. Решить эту практическую проблему возможно на основе обоснованного концепта трансформации системы внутренней торговли. Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является исследование трансформации системы внутренней торговли с целью четкого установления проблем развития отрасли, проблем, которые возникают в каждой из подсистем и в системе в целом, проведение диагностики состояния изменений в самой системе и области в целом. Решение этого научно-практического задания предопределяет необходимость отбора показателей, характеризующих влияние факторов и состояние каждой из подсистем системы внутренней торговли, обоснование принципов оценки системы внутренней торговли и разработки соответствующей методики оценки эффективности этой системы в условиях изменений, которые происходят во внутренней и внешней среде отрасли.

Ключевые слова: внутренняя торговля, система, трансформация, концепт

Рис.: 1. Табл.: 2. Библ.: 27.

Барна Марта Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент, кафедра экспертизы товаров и услуг, Львовская коммерческая академия (ул. Туган-Барановского, 10, Львов, 79005, Украина)

Email: martabarna@ukr.net

The objective of the article consists in providing rationale for the transformation concept of the home trade system, whose foundation is formed by basic organization frameworks and which is balanced with basic conceptual provisions of trade development and regulation. The results of the conducted analysis, systematization, and generalization of scientific approaches to home trade system transformation were used to determine the degree of correspondence between conceptual provisions of trade development and regulation and the transformation concept of the home trade system, to identify the degree of agreement between basic organization frameworks and the transformation concept of the home trade system. The results of the study allowed establishing that there is currently no functional framework for home trade development in Ukraine. This practical task can be solved using a substantiated transformation concept of the home trade system as a foundation. Prospects for future research in this field consist in studying home trade system transformation with a view to clear identification of problems hampering the development of the sphere, problems arising in each subsystem and the system overall, diagnostic checks of the status of changes taking place in the system itself and the sector in general. Finding a solution to this research-to-practice task requires selecting the indicators which describe the influence of factors and the state of each subsystem forming the home trade system, substantiating principles of assessment of the home trade system and developing a corresponding methodology for efficiency evaluation of this system within the context of changes occurring both inside the sector and in its external environment.

Keywords: home trade, system, transformation, concept

Fig.: 1. Tabl.: 2. Bibl.: 27.

Barna Marta Yu. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor, Department of Expertise of Goods and Services, Lviv Academy of Commerce (vul. Tugan-Baranovskogo, 10, Lviv, 79005, Ukraine)

Email: martabarna@ukr.net

Постановка проблеми. Результати проведених наукових досліджень щодо визначення передумов трансформації та теоретичних основ формування системи внутрішньої торгівлі з урахуванням особливостей розвитку галузі в Україні зумовлюють необхідність обґрунтування принципово нового концепту. Передусім, вирішення цієї проблеми має як теоретичне, так і практичне значення для розвитку внутрішньої торгівлі на сучасному етапі в умовах змін курсу держави на зовнішньому торговельному ринку, пов'язані з прискоренням євроінтеграційних процесів і порушенням зовнішньоекономічних зв'язків із традиційним зарубіжним торговельним партнером (Російською Федерацією), проявом інших інституціональних чинників, які гальмують розвиток галузі на внутрішньому торговельному ринку (нестабільної політичної ситуації, втрати економічного потенціалу, товарообігу та прибутку, надходжень до Державного бюджету України внаслідок бойових дій на Сході України та анексії Криму тощо).

Негативні виклики сьогодення, які ще у більшій мірі загострюють проблеми розвитку внутрішньої торгівлі, що виникли на попередніх етапах її трансформації, починаючи з часу переходу на ринкові важелі державного регулювання національної економіки, актуалізують необхідність обґрунтування принципово нових концептуальних положень трансформації самої системи внутрішньої торгівлі, в яких: враховується багаторівневість взаємодії між суб'єктами та об'єктами системи; визначається пріоритет суб'єкта управління національного рівня; визнається залежність економічного і соціального розвитку внутрішньої торгівлі від впливу інституціонально-трансформаційних чинників; сама система внутрішньої торгівлі зорієнтована на досягнення ефективності (збільшення обсягу товарообігу та зростання прибутку); виконується передумова щодо збалансованості між собою інституціонально-трансформаційної, соціальної та економічної підсистем, серед яких базовою визнано інституціонально-трансформаційну, керованість якою нейтралізує негативний вплив чинників гальмування у соціальній та економічній сферах, що забезпечує соціально-економічний розвиток внутрішньої торгівлі в умовах її трансформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнюючи результати досліджень учених, якими обґрунтовуються концептуальні положення щодо розвитку внутрішньої торгівлі, слід виділити дві принципові відмінності: Н. Ф. Басій [9], Г. Г. Савіна [19], С. В. Скибінський [20] та М. В. Шаповалюк [23; 24] при обґрунтуванні концептуальних положень використовують суто маркетинговий підхід, у той час як В. В. Апопій [3; 4], Н. Ю. Возіяною [12; 13], Л. О. Лігоненко [15; 16] та Ю. Ю. Юрченко [14] висловлено інше – більш широке та комплексне – концептуальне бачення до вирішення проблеми розвитку торгівлі.

Відак, більш глибокого дослідження потребують концептуальні підходи вчених, які досліджують процеси управління торгівлею, або управління розвитком торгівлі, оскільки сама система внутрішньої торгівлі має керуючу підсистему, яка трансформується під впливом низки чинників і створює передумови для розвитку як системи, так і галузі у цілому. У цьому контексті певний інтерес для обґрунтування концепту трансформації системи внутрішньої

торгівлі мають результати досліджень Н. І. Алексеевої [1; 2], О. О. Бакунова [6], Г. С. Баламут (Мамаєвої) [7; 8; 17], О. В. Виноградової [10; 11], В. О. Соболева [21], Р. С. Шостак [25; 26; 27].

На основі проведених наукових досліджень та узагальнення точок зору вчених-економістів, які займаються пошуком шляхів вирішення проблем розвитку внутрішньої торгівлі в Україні у методологічній площині (зокрема – на концептуальних засадах), можна дійти висновку, що на цей час не обґрунтовано концепт трансформації системи внутрішньої торгівлі, який відповідає принципам положенням.

Метою дослідження є обґрунтування збалансованого з основними концептуальними положеннями розвитку та управління торгівлею концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі, в основу якого закладено базові концепції організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Узагальнюючи результати проведених досліджень щодо розкриття сутності концептуальних підходів учених, метою обґрунтування яких стало вирішення проблем розвитку та управління торгівлею на різних рівнях національної економіки та за різними об'єктами досліджень (розвитку галузі в цілому та управління галуззю), можна дійти висновку про те, що для обґрунтування концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі окремі здобутки цих учених можуть бути врахованими та визнаними такими, що мають певну цінність (табл. 1).

Очевидно, що при наявності різних об'єктів дослідження відмічені концептуальні положення не суперечать, а в окремих випадках доповнюють теоретичні засади формування системи внутрішньої торгівлі та, відповідно, можуть бути використаними при обґрунтуванні концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі.

У той же час, не менш важливим завданням при обґрунтуванні концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі є усвідомлення наступної наукової проблеми: використання окремими дослідниками словосполучень з корінним походженням «концепт» з метою придання значущості отриманим науковим результатам при тому, що ними не дотримується сутність і методологічне значення цієї дефініції, прийняте у науковому обігу.

Не менш корисними для вирішення цього наукового завдання є узагальнення сутності так званих «базових концепцій організації» М. Вебера, концепції Т. Парсона, Ф. Селзника та Ч. Перроу, концепції Р. Аркоффа та Ф. Емері, концепцій Я. Щепанського та А. Пригожина [5]. Окремі з положень цих концепцій можуть бути узгодженими з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі, виходячи з сутності базових понять (табл. 2).

Отже, на основі проведеного узагальнення основних положень базових концепцій організації з метою їх використання при обґрунтуванні концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі можна дійти висновку, що у кожній з них домінує системний підхід, передбачено взаємозв'язок між підсистемними елементами (чинниками підсистем), сама система зорієнтована на досягнення визначеного результату, що не суперечать теоретичним засадам формування системи внутрішньої торгівлі, а конкретизує їх.

Визначення ступеню відповідності концептуальних положень розвитку та управління торгівлею з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі

Автор	Характеристика концептуального положення за об'єктом дослідження на відповідність концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі / джерело
<i>Розвиток торгівлі на засадах маркетингового підходу</i>	
М. В. Шаповалюк, Г. Г. Савіна	Орієнтація на задоволення потреб споживача; врахування соціальної складової системи внутрішньої торгівлі [24, с. 8], [19, с. 157 – 158].
Н. Ф. Басій, С. В. Скибінський	Чітке визначення взаємодії між суб'єктами господарської діяльності у галузі на основі відбудови цілісної торговельної системи, до якої входять державні органи, бізнесові структури та торговельні підприємства з метою задоволення потреб споживача; врахування впливу зовнішнього середовища та його трансформації; врахування соціальної складової системи внутрішньої торгівлі [9, с. 4; 20, с. 164].
<i>Розвиток торгівлі на засадах комплексного системного підходу</i>	
Н. Ю. Возіянова	Врахування інституціональної складової системи внутрішньої торгівлі; взаємодія між суб'єктами на різних рівнях національної економіки; максимальне задоволення потреб споживача з урахуванням впливу зовнішнього середовища та його трансформації; врахування соціальної складової системи внутрішньої торгівлі; пріоритет інституціонально-трансформаційної підсистеми системи внутрішньої торгівлі [13, с. 109].
Ю. Ю. Юрченко	Необхідність збереження системою торгівлі в умовах трансформації своєї стійкості, стабільності, цілісності; визначення рівнів ієрархії між підсистемами та елементами системи; пріоритет інституціонально-трансформаційної підсистеми системи внутрішньої торгівлі [14, с. 27 – 28, 51, с. 68 – 70].
В. В. Апопій, Л. О. Лігоненко	Пріоритет інституціонально-трансформаційної підсистеми системи внутрішньої торгівлі; врахування соціальної складової системи внутрішньої торгівлі – необхідності задоволення потреб споживача; врахування змін і трансформації системи торгівлі [4, с. 39-40; 3, с. 171, 178 – 180; 15, с. 305 – 342; 16, с. 94 – 96].
<i>Розвиток торгівлі на засадах удосконалення процесу управління</i>	
Н. І. Алексєєва	Урахування впливу зовнішнього середовища та відповідних
Г. С. Баламут (Мамаєва)	Урахування впливу чинників зовнішнього середовища та взаємозв'язку між елементами системи та ними; визнання практичного базису управління в якості інституціональних чинників; узгодженість і збалансованість економічної, соціальної та інноваційної складових стійкого розвитку / [7, с. 4, 7; 8, с. 52, 55; 17, с. 37 – 38].
Р. С. Шостак	Орієнтир на ефективність системи; визнання інституціональних чинників у якості пріоритетних; взаємозв'язок між рівнями управління / [25, с. 14-15; 26, с. 171, 246; 27, с. 255].
О. О. Бакунов	Орієнтир на ефективність системи; визнання управління в якості домінанти ефективного розвитку; чіткий взаємозв'язок між управляючою та керованою системами; адаптація системи до змін у зовнішньому середовищі; визнання інституціональних чинників у якості пріоритетних / [6, с. 20, 21].
В. О. Соболев	Взаємозв'язок усіх рівнів системи та всіх процесів у ній; необхідність підвищення ефективності торгівлі з урахуванням зміни показників за відповідними групами чинників, впливу зовнішнього середовища; визнання інституціональних чинників у якості пріоритетних / [21, с. 112 – 113, 116].
О. В. Виноградова	Підвищення конкурентоспроможності торгівлі – як основної мети концепту; урахування соціальної підсистеми та, зокрема – вмотивованості персоналу до підвищення конкурентоспроможності торгівлі; урахування зміни показників за відповідними групами чинників, ефективності та впливу на систему чинників зовнішнього середовища внаслідок трансформації у прогнозованому періоді; врахування соціальної складової системи внутрішньої торгівлі (задоволення потреб споживачів) – як основи поліпшення роботи та досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності; визнання інституціональних чинників у якості пріоритетних; узгодженість і збалансованість між групами чинників за всіма підсистемами системи внутрішньої торгівлі / [10 с. 431 – 433; 11 с. 7 – 9].

Виходячи зі зроблених висновків на основі визначення ступеню узгодженості базових концепцій організації з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі, сформовано необхідний теоретичний базис для обґрунтування останнього. При цьому звертає на себе увагу актуальність обґрунтування такого концепту, виходячи з практичної проблеми, що констатує факт недосконалості існуючих концепцій розвитку внутрішньої торгівлі в Украї-

ні, виходячи зі змісту однойменного рамкового документу уряду України, схваленого постановою Кабінету Міністрів України від 20 грудня 1997 р. за № 1449 [18].

Слід зазначити, що це єдина Концепція, що була схваленою Рішенням уряду України протягом 1997 – 2014 рр. І лише 01.12.2014 р. за останні 17 років Міністерство економічного розвитку і торгівлі України зробило певний початковий крок до розробки нового проекту

Визначення ступеню узгодженості базових концепцій організації з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі*

Базова концепція	Основні положення базової концепції, що узгоджуються з концептом трансформації системи внутрішньої торгівлі
Концепція М. Вебера	Об'єкт дослідження являє собою структуру керованих частин, управління якими здійснюється з метою досягнення визначеної мети перевтілення.
Концепція Т. Парсона, Ф. Селзника та Ч. Перроу	Об'єкт дослідження являє собою єдине ціле, як функціональна гомеостатична система, модель якої є інституціонально-політичною субструктурою, сукупністю взаємопов'язаних і взаємозалежних частин. Система є відкритою, функціонує на основі зворотних зв'язків, що забезпечує можливість корекції відхилень від стану рівноваги та стійкості з метою розвитку. Інтеграція системи у зовнішньому середовищі може мати позитивні та негативні наслідки (відповідно – розвиток або гальмування – Авт.). Система, що є інтегрованою, відбиває всі властивості суспільної системи.
Концепція Р. Аркоффа та Ф. Емері	Об'єктом дослідження є соціальною системою, в якій стан будь-якої з її частин (підсистеми) можна визначити, виходячи зі стану всієї системи. Кожна з підсистем є інструментом для розвитку системи у цілому та досягнення нею ефективності розвитку.
Концепція Я. Щепанського	Об'єктом дослідження є об'єднанням людей, які намагаються досягти мети організованим способом; керівництво та організація людей дозволяє вирішити завдання щодо досягнення визначеної мети на основі порядку та відсутності конфліктів у соціальному житті. Основу такого порядку складає реалізація обсягу очікувань, задоволення потреб, усунення протиріч між суб'єктами системи.
Концепція А. Пригожина	Об'єктом дослідження є штучне об'єднання інституційного характеру, діяльністю якого визнано реалізація функцій, встановлення зв'язків, координація; має упорядковану структуру, устрій, тип зв'язків між окремими частинами. Має чітку ієрархічну структуру, частини якої намагаються досягти єдиної визначеної мети.

* – таблицю складено за даними джерела [5].

Концепції реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі, про що повідомила прес-служба цього центрального органу виконавчої влади на своєму урядовому порталі [22].

Спонукальним мотивом чинного Уряду України щодо розробки нової Концепції стало «...вирішення конкретних больових питань і прискорення виконання Плану заходів з імплементації Угоди про асоціацію України в ЄС, які допоможуть збільшити товарообіг і забезпечити сталий розвиток цієї сфери; наявність проблем невідповідності українського законодавства європейському, неузгодженість і суперечливість регуляторних норм і регламентуючих документів, недосконалість розподілу функцій та завдань між центральними і місцевими органами виконавчої влади; вплив негативних чинників – значна частка тіньового ринку, недостатній розвиток форм самоорганізації бізнесу, нерівномірність розміщення торговельних об'єктів у містах і сільській місцевості, високий рівень порушень прав споживачів та інше...» [22]. Для вирішення цих проблем проектом Концепції передбачається «...удосконалити нормативно-правову базу, яка регулює торговельну діяльність і захист прав споживачів, відповідно до законодавства ЄС; посилити відповідальність за порушення правил торгівлі, ліквідувати стихійну торгівлю, удосконалити державну цінову політику й поліпшити регулювання ціноутворення на соціально значущі товари та дитяче харчування; розширити практику застосування безготівкових розрахунків, зменшити регуляторний тиск на підприємства торгівлі, забезпечити ефективний контроль за якістю й безпечністю харчової і нехарчової продукції, удосконалити систему підготовки спеціалістів у сфері торгівлі та послуг...» [22], а та-

кож «...забезпечити розподіл функцій та завдань між центральними й місцевими органами виконавчої влади із запровадженням нових механізмів та інструментів (розвиток торгівлі у регіонах за рахунок створення привабливих умов ведення бізнесу й ефективного контролю за діяльністю підприємств торгівлі, сприяння залученню інвестиційних і кредитних коштів у розвиток матеріально-технічної бази, запровадження інноваційних технологій у цій сфері, забезпечення доступності товарів для населення, підвищення конкурентоспроможності підприємств, підтримка національних виробників, урегулювання відносин, пов'язаних із організацією та функціонуванням роздрібних ринків, створення умов для продажу сільськогосподарської продукції безпосередньо її виробниками...» [там само]. Внаслідок реалізації Концепції, урядом України очікується «...зростання обігу роздрібною торгівлі щороку на 2 – 6,5 %, що, своєю чергою, збільшить надходження до державного й місцевих бюджетів щороку на 3,5 – 4 млрд гривень; збільшення торговельної площі й чисельність додаткових робочих місць у сфері торгівлі (приблизно на 9 %) через відкриття нових об'єктів роздрібною торгівлі, зокрема у сільській місцевості...» [там само].

Порівнюючи зміст цих намірів щодо розробки нової Концепції розвитку внутрішньої торгівлі з тими, що були затвердженими урядом України у попередній Концепції від 1997 р. [18], можна дійти наступних висновків: окрім намірів вдосконалення законодавства на відповідність європейському, спонукальні проблеми до розробки нової Концепції є частиною таких саме, як і у 1997 р., про що свідчить зміст розділу I Концепції, прийнятої у цьому році; окрім шляхів вирішення проблем у проекті нової Концепції, за винятком

удосконалення національного законодавства відповідно до вимог законодавства ЄС, інші фактично продублювали незначну частину тих, що були передбаченими за змістом розділів II і III Концепції від 1997 року [18]. Відтак, можна припустити, що й наповнення самої нової Концепції не буде відрізнятися за своєю сутністю від тієї, що була прийнятою у 1997 році при тому, що виходячи зі спонукальних мотивів розробки нової, фактично залишилися не вирішені концептуальні положення старої Концепції.

Отже, підходи уряду України до розробки та реалізації концептуальних положень розвитку внутрішньої торгівлі можна визнати суто декларативним заходом, який не має практичної цінності та не приносить бажаного результату розвитку галузі, як це декларується та очікується. Ця практична проблема ще у більшому ступені актуалізує необхідність обґрунтування концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі, який повинен стати основою для розробки нової концепції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

Виходячи із сутності самого поняття «концепт», концепт трансформації системи внутрішньої торгівлі може бути обґрунтованим текстом, або графічно в об'єктній моделі, який, виходячи з логіки, повинен передувати опису.

В основу обґрунтування концепту нами закладено гіпотезу щодо трансформації внутрішньої, згідно з якою її стан може змінюватися шляхом гальмування, або розвитку. Відтак, сукупність взаємозв'язаних і взаємообумовлених ознак майбутніх змін – як однієї з головної характеристики будь-якого концепту – полягає у тому, що трансформаційні зміни самої системи внутрішньої торгівлі залежать від впливу інституціонально-трансформаційних чинників на соціально-економічний розвиток галузі.

Керівною (головною) ідеєю, або задумом, який визначає стратегію дій в умовах трансформації системи внутрішньої торгівлі, є вирішення проблем розвитку внутрішньої торгівлі в Україні та підвищення її конкурентоспроможності. При цьому проблеми вирішуються з двох позицій: наукової, що є свідченням відсутності дієвих концептуальних підходів серед учених щодо системного сприйняття сутності внутрішньої торгівлі, передумов її трансформації, основ формування самої системи внутрішньої торгівлі, для чого, власне, й обґрунтовується концепт; практичної, що є свідченням: виникнення протиріч і неузгодженості дій між керуючою та керованою системами управління галуззю (в інституційній підсистемі) та призводить до виникнення гальмівних чинників розвитку в економічній (погіршення економічних показників) і соціальній (неможливість задовольнити потреби покупців у якісних товарах за доступною ціною) підсистемах; виникнення протиріч на національному, регіональному, галузевому та (або) локальному рівнях національної економіки, що створюють передумови гальмування розвитку внутрішньої торгівлі.

Провідна ідея (або конструктивний принцип) полягає у максимальному врахуванні чинників, які пов'язують між собою інституціонально-трансформаційну, соціальну та економічну підсистеми системи внутрішньої торгівлі, що змінюються у часі під впливом зовнішнього середовища, серед яких базовою є інституціонально-трансформаційна

підсистема, що витікає з самого обґрунтованого поняття «система внутрішньої торгівлі». Сформованість та керованість системи внутрішньої торгівлі в умовах трансформації дозволяє нейтралізувати негативний вплив чинників гальмування у соціальній та економічній сферах та, на цих основах, забезпечити соціально-економічний розвиток внутрішньої торгівлі.

Конструктивність полягає у дотриманні трьох основних принципів, які властиві системі внутрішньої торгівлі, а саме: в умовах трансформації система повинна бути результативною та забезпечити ефективність розвитку внутрішньої торгівлі, що дозволить збільшити обсяги товарообігу та прибутку; система повинна бути керованою, що дозволить управляти внутрішньою торгівлею на основі вжиття протекціоністських заходів та регулювати процеси, які протікають в соціальній та економічній сферах за допомогою усунення негативного впливу чинників гальмування, і використати чинники розвитку; система повинна бути динамічною з метою її адаптації до трансформації зовнішнього середовища.

Основою розуміння глибини проблеми розвитку внутрішньої торгівлі в умовах змін є усвідомлення неоднозначності зміни системи внутрішньої торгівлі в Україні в сучасних умовах розвитку ринкової економіки та євроінтеграційних процесів, які на тлі виявлених протиріч ускладнюють її розвиток під впливом чинників усіх трьох груп, серед яких поштовхом гальмування можна визнати базові (інституціонально-трансформаційні), що деформує саму систему, а відтак характеризується не тільки позитивними процесами (розвитком), але й гальмуванням як системи, так і розвитку галузі. Відтак, для вирішення проблем розвитку буде необхідним виявлення передумов трансформації внутрішньої торгівлі, які спричиняють порушення порядку взаємодії між постачальниками, торговельними підприємствами (підприємцями) і споживачами у процесі закупівлі та продажу товарів і послуг, що не дозволяє задовольнити потреби останніх у якісних товарах і послугах, деформує взаємовідносини на товарному ринку між суб'єктами оптової та роздрібною торгівлі зі споживачами товарів і послуг, не дозволяє внутрішній торгівлі досягти конкурентоспроможності на національному та внутрішньому товарному ринках в умовах зміни державою моделі управління національною економікою.

Ключ до розуміння глибини проблеми розвитку внутрішньої торгівлі в умовах змін визначає методи та способи їх вирішення за всіма причинами виникнення, вирішення яких є орієнтиром реалізації керівної (головної) ідеї та її втілення на практиці.

Найголовнішим способом вирішення проблем є використання протекціоністських підходів до управління національною економікою загалом та, зокрема – при формуванні системи внутрішньої торгівлі, що полягає у створенні надійної системи захисту внутрішнього ринку від несумлінної конкуренції з боку інших держав на засадах встановлення мит на ввезення товарів, квотування на певні види товарів, прийняття державою стимулюючих заходів щодо розвитку внутрішнього ринку торгівлі тощо.

Отже, в умовах трансформації системи внутрішньої торгівлі в Україні, для вирішення проблем розвитку галузі

використовуються у поєднанні протекціоністські та стимулюючі методи розвитку галузі в економічній та соціальній підсистемах.

Очевидно, що методи, які використовуються в умовах трансформації системи внутрішньої торгівлі, повинні забезпечити реалізацію внутрішньою торгівлею своїх функцій (інституціональної, економічної та соціальної), з урахуванням чинників усіх складових підсистем, які формують систему. При цьому, використання методів в умовах трансформації системи внутрішньої торгівлі повинні охоплювати всі чотири рівня національної економіки, на кожному з яких між суб'єктами управління формується механізм взаємодії щодо використання внутрішніх чинників розвитку, або нейтралізації їх негативного впливу на розвиток галузі.

Відтак, на відповідність концептуальним положенням розвитку та управління торгівлею, поруч із методами, що забезпечують розвиток внутрішньої торгівлі для реалізації нею інституціональної, економічної та соціальної функцій, концептуальними методами в умовах трансформації системи внутрішньої торгівлі, без яких не можливо ані вирішити проблеми розвитку галузі, ані досягти керівної ідеї, на якій базується обґрунтування концепту, можна визнати: в інституціональній підсистемі – координація діяльності суб'єктів системи для налагодження взаємодії між ними на всіх рівнях національної економіки; забезпечення стійкості, стабільності та цілісності системи в умовах трансформації; адаптація системи до змін у зовнішньому середовищі; в економічній підсистемі – моніторинг системи на основі збалансованих за підсистемами показників із метою підвищення її дієздатності та досягнення ефективності розвитку галузі; в соціальній підсистемі – вмотивованість суб'єктів системи до задоволення потреб споживача у якісних товарах за доступною ціною та підвищення рівня конкурентоспроможності галузі.

За умови застосування цих методів суб'єктами управління системи внутрішньої торгівлі на всіх рівнях створюються обґрунтовані передумови для розвитку галузі, а не її гальмування. При цьому, використання методів суб'єктом управління системи внутрішньої торгівлі в умовах трансформації пов'язується з низкою наступних принципів дієздатності системи, які витікають з базових концепцій організації Р. Аркоффа та Ф. Емері, Я. Щепанського, А. Пригожина, що розглянуто вище, а саме: кожна з підсистем системи внутрішньої торгівлі є інструментом для розвитку системи у цілому, її дієвості для підвищення ефективності розвитку галузі та досягнення нею конкурентоспроможності; дієвість системи внутрішньої торгівлі не можливо забезпечити без умотивованості працівників торговельних підприємств та суб'єктів управління галуззю на всіх рівнях національної економіки щодо задоволення потреб споживача; для задоволення потреб споживача суб'єкт управління системи внутрішньої торгівлі намагається виключити конфлікти інтересів у соціальному житті між продавцями та споживачами товарів і послуг щодо якості та ціни на них, що дозволить задовольнити потреби останніх і усунути протиріччя між двома сторонами торговельних відносин;

Система внутрішньої торгівлі повинна мати чітку ієрархічну структуру управління, на кожній з ланок якої

суб'єкти управління намагаються досягти єдиної визначеної генеральної мети концепту та втілити її керівну (голови) ідею на практиці.

Отже, на основі вищевикладеного концепту трансформації можна обґрунтувати схематично (рис. 1).

Схематичний вираз надає змогу усвідомити сутність обґрунтованого концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі, його зміст і призначення, теоретичну та практичну значущість і відзнаку від існуючих концептуальних положень щодо розвитку та управління внутрішньою торгівлею.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Отже, на основі проведених наукових досліджень щодо обґрунтування концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі можна дійти наступних висновків:

- концепт збалансовано з основними концептуальними положеннями розвитку та управління торгівлею;
- при обґрунтуванні концепту враховано не тільки його сутність, а й близькі за значенням поняття «концепція»;
- в основу обґрунтування концепту закладено також базові концепції організації;
- в Україні не існує чинної дієвої концепції розвитку внутрішньої торгівлі. Вирішити цю практичну проблему можна на основі обґрунтованого концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі.

Поруч із теоретичним обґрунтуванням концепту трансформації системи внутрішньої торгівлі, необхідне його практичне використання для розробки сучасної концепції розвитку внутрішньої торгівлі. Як свідчить сутність обґрунтованого концепту, для вирішення цього практичного завдання необхідно максимально врахувати вплив і стан усіх чинників, що характеризують розвиток галузі та визначають стан дієвості системи внутрішньої торгівлі. Відтак, необхідно провести дослідження трансформації системи внутрішньої торгівлі з метою чіткого встановлення проблем розвитку галузі, проблем, які виникають у кожній з підсистем та у системі в цілому, провести діагностику стану змін у самій системі та галузі у цілому. Вирішення цього науково-практичного завдання зумовлює необхідність відбору показників, які характеризують вплив чинників і стан кожної з підсистем системи внутрішньої торгівлі, обґрунтування принципів оцінки системи внутрішньої торгівлі та розробки відповідної методики оцінки ефективності цієї системи в умовах змін, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева Н. І. Управление реализацией стратегий роста торгового предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / Н. І. Алексеева. – Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2014. – 22 с.
2. Алексеева Н. І. Управление реализацией стратегий роста торгового предприятия : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / Алексеева Наталья Ивановна. – Донецьк, 2014. – 192 с.

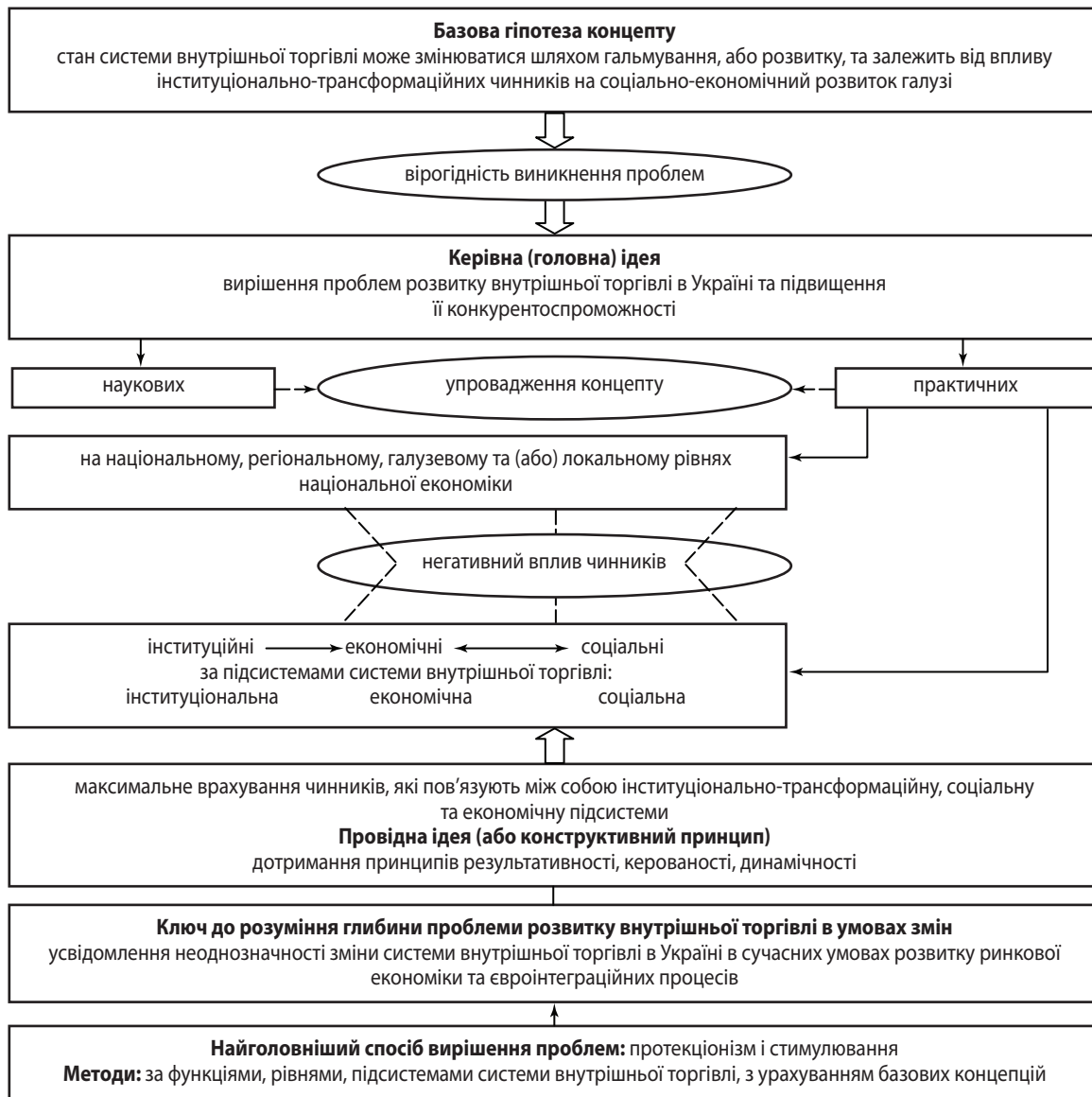


Рис. 1. Концепт трансформації системи внутрішньої торгівлі (розроблено автором)

3. Апопій В. В. Потребительская кооперация : новые концептуальные подходы развития / В. В. Апопій // Материали Международного форума «Совершенствование кооперативного управления, повышение эффективности деятельности». – Белгород : БелГУ, 1999. – С. 170 – 180.

4. Апопій В. В. Сучасні трансформації в сфері товарного обороту // В. В. Апопій / Економіка України. – 1998. – № 6. – С. 33 – 41.

5. Базовые концепции организации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.market-journal.com/psihupravlenie/152.html>

6. Бакунов О. О. Концептуальний підхід до управління інноваційним розвитком торговельного підприємства / О. О. Бакунов, М. С. Рощка // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – Т. 2, № 1 (5). – С. 19 – 25.

7. Баламут Г. С. Управління стійким розвитком підприємств роздрібною торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Г. С. Баламут. – Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2014. – 20 с.

8. Баламут Г. С. Управління стійким розвитком підприємств роздрібною торгівлі : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Баламут Ганна Сергіївна. – Харків, 2014. – 164 с.

9. Басій Н. Ф. Маркетингова концепція торговельної діяльності підприємств споживчої кооперації : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Басій Наталія Федорівна. – Львів, 2003. – 195 с.

10. Виноградова О. В. Реінжиніринг торговельних підприємств: теорія та методологія : дис. ... д-ра екон. наук : 08.06.01 / Виноградова Олена Володимирівна. – Донецьк, 2006. – 435 с.

11. Виноградова О. В. Реінжиніринг бізнес-процесів торговельних підприємств : монографія / О. В. Виноградова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 183 с.

12. Возіянова Н. Ю. Організаційно-економічний механізм розвитку внутрішньої торгівлі України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Н. Ю. Возіянова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2013. – 36 с.

13. Возіянова Н. Ю. Організаційно-економічний механізм розвитку внутрішньої торгівлі України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Возіянова Наталія Юріївна. – Донецьк, 2013. – 527 с.

14. Юрченко Ю. Ю. Трансформація інституту оптової торгівлі України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Юрченко Юлія Юрївна. – Донецьк, 2013. – 370 с.

15. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 580 с.

16. Лігоненко Л. О. Проблеми та перспективи розвитку роздрібно торгівлі / Л. О. Лігоненко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2003. – Вип. 14. – С. 90 – 97.

17. Мамаєва Г. С. Концептуальні положення управління стійким розвитком торговельного підприємства / Г. С. Мамаєва // СХІД : аналітично-інформаційний журнал. – 2013. – № 3 (123). – С. 34 – 39.

18. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України : Постанова КМУ від 20 грудня 1997 р. № 1449 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1058.1173.0>

19. Савіна Г. Г. Еволюція концепцій брендингу в соціальному контексті / Г. Г. Савіна, М. В. Шаповалюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2012. – Т. 2, № 3. – С. 156 – 159.

20. Скибінський С. В. Впровадження концепції маркетингу у кооперативному секторі економіки / С. В. Скибінський, Н. Ф. Басій, І. С. Скоропад // Збірник наукових праць учасників конференції «Національний кооперативний рух та структурні зміни в економіці України XXI століття». – Київ : Укоопосвіта, 2001. – С. 163 – 165.

21. Соболев В. А. Концептуальна модель системи управління розвитком розничної торгівлі / В. А. Соболев // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 1. – С. 112 – 120.

22. У Мінекономрозвитку працюють над проектом Концепції реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі / Прес-служба Міністерства економічного розвитку і торгівлі України // Урядовий портал ; єдиний веб-портал органів виконавчої влади України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247785444&cat_id=244277212

23. Шаповалюк М. В. Рекламування в торговельно-виробничих ланцюгах за умов соціалізації споживчого ринку : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Шаповалюк Микола Вікторович. – Херсон, 2014. – 207 с.

24. Шаповалюк М. В. Рекламування в торговельно-виробничих ланцюгах за умов соціалізації споживчого ринку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / М. В. Шаповалюк. – Херсонський національний технічний університет, 2014. – 22 с.

25. Шостак Р. С. Ефективність розвитку торговельних мереж в системі національного господарства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Р. С. Шостак. – Класичний приватний університет. – Запоріжжя, 2014. – 20 с.

26. Шостак Р. С. Ефективність розвитку торговельних мереж в системі національного господарства : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Шостак Руслан Станіславович. – Запоріжжя, 2014. – 190 с.

27. Шостак Р. С. Концепція соціальної відповідальності торговельних мереж / Р. С. Шостак // Наука і вища освіта : тези доп. учасників XX Міжнар. наук. конф. студентів і молодих учених 06 квітня 2012 р. : у 3 т.; Класичний приватний ун-т. – Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2012. – Т. 2. – С. 254 – 255.

REFERENCES

Alieksieieva, N. I. "Upravlinnia realizatsiieiu stratehii zrostantia torhovelnoho pidpriemstva" [Manage the implementation of growth strategies of commercial enterprise]. avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04, 2014.

Alieksieieva, N. I. "Upravlinnia realizatsiieiu stratehii zrostantia torhovelnoho pidpriemstva" [Manage the implementation of growth strategies of commercial enterprise]. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04, 2014.

Apopiy, V. V. "Potrebitel'skaia kooperatsiia : novye kontseptualnye podkhody razvitiia" [Consumer cooperatives, new conceptual approaches development]. Sovershenstvovanie kooperativnogo upravleniia, povyshenie effektivnosti deiatelnosti. Belgorod: BelGU, 1999. 170-180.

Apopii, V. V. "Suchasni transformatsii v sferi tovarnoho oborotu" [Modern transformation in the field of trade turnover]. Ekonomika Ukrainy, no. 6 (1998): 33-41.

"Bazovye kontseptsii organizatsii" [Basic concepts of organization]. <http://www.market-journal.com/psihupravlenie/152.html>

Bakunov, O. O., and Roshka, M. S. "Kontseptualnyi pidkhid do upravlinnia innovatsiinym rozvytkom torhovelnoho pidpriemstva" [A conceptual approach to the development of innovative commercial enterprise]. Biuletyn Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu vol. 2, no. 1 (5) (2012): 19-25.

Balamut, H. S. "Upravlinnia stiikym rozvytkom pidpriemstv rozdrubnoi torhivli" [Managing sustainable development of retailers]. avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04, 2014.

Balamut, H. S. "Upravlinnia stiikym rozvytkom pidpriemstv rozdrubnoi torhivli" [Managing sustainable development of retailers]. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04, 2014.

Basii, N. F. "Marketynhova kontseptsii torhovelnoi diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii" [The marketing concept of trade enterprises of consumer cooperatives]. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.01, 2003.

Lihonenko, L. O. Antykrizove upravlinnia pidpriemstvom: teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychni instrumentarii [Crisis management now: theoretical and methodological principles and practical tools]. Kyiv: KNEU, 2004.

Lihonenko, L. O. "Problemy ta perspektyvy rozvytku rozdrubnoi torhivli" [Problems and prospects of retailers]. Visnyk Lvivskoi komertsiiinoi akademii. Serii ekonomichna, no. 14 (2003): 90-97.

[Legal Act of Ukraine] (1997). <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1058.1173.0>

Mamaieva, H. S. "Kontseptualni polozhennia upravlinnia stiikym rozvytkom torhovelnoho pidpriemstva" [Conceptual theses of sustainable development of commercial enterprise]. SKhID, no. 3 (123) (2013): 34-39.

Savina, H. H., and Shapovaliu, M. V. "Evolutsiia kontseptsii brendingu v sotsialnomu konteksti" [The evolution of concepts of branding in a social context]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky vol. 2, no. 3 (2012): 156-159.

Skybinskyi, S. V., Basii, N. F., and Skoropad, I. S. "Vprovadzhennia kontseptsii marketynhu u kooperativnomu sektori ekonomiky" [The introduction of the concept of marketing in the cooperative sector]. Natsionalnyi kooperativnyi ruh ta strukturi zminy v ekonomitsi Ukrainy KhKhI stolittia. Kyiv: Ukooposvita, 2001. 163-165.

Sobolev, V. A. "Kontseptualnaia model systemy upravleniia rozvytkom roznichnoi torgovli" [Conceptual model of development

management system retailers]. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, no. 1 (2009): 112-120.

Shapovalyuk, M. V. "Reklamuvannia v torhovelnovyrobnychkykh lantsiuhakh za umov sotsializatsii spozhyvchoho rynku" [Advertising in trade and production chains under conditions of socialization consumer market]. *dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.04, 2014.

Shapovalyuk, M. V. "Reklamuvannia v torhovelnovyrobnychkykh lantsiuhakh za umov sotsializatsii spozhyvchoho rynku" [Advertising in trade and production chains under conditions of socialization consumer market]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.04, 2014.

Shostak, R. S. "Efektyvnist rozvytku torhovelnnykh merezh v systemi natsionalnoho hospodarstva" [The effectiveness of retailers in the system of national economy]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.03, 2014.

Shostak, R. S. "Efektyvnist rozvytku torhovelnnykh merezh v systemi natsionalnoho hospodarstva" [The effectiveness of retailers in the system of national economy]. *dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.03, 2014.

Shostak, R. S. "Kontsepsiia sotsialnoi vidpovidalnosti torhovelnnykh merezh" [The concept of social responsibility of retailers]. *Nauka i vyshcha osvita. Zaporizhzhia: Vyd-vo KPU*, 2012. 254-255.

"U Minekonomrozvytku pratsiuiut nad proektom Kontsepsiis realizatsii derzhavnoi polityky rozvytku vnutrishnyoi torhivli" [Ministry of Economic Development of the Concept working on the

project implementing state policy of domestic trade]. http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247785444&cat_id=>id=244277212

Voziianova, N. Yu. "Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm rozvytku vnutrishnyoi torhivli Ukrainy" [Organizational-economic mechanism of internal trade Ukraine]. *dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.00.03, 2013.

Voziianova, N. Yu. "Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm rozvytku vnutrishnyoi torhivli Ukrainy" [Organizational-economic mechanism of internal trade Ukraine]. *avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.00.03, 2013.

Vynohradova, O. V. "Reinzhynirnykh torhovelnnykh pidpriemstv: teoriia ta metodolohiia" [Reengineering commercial enterprises: the theory and methodology]. *dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.06.01, 2006.

Vynohradova, O. V. *Reinzhynirnykh biznes-protsesiv torhovelnnykh pidpriemstv* [Business process reengineering commercial enterprises]. Donetsk: DonDUET, 2006.

Yurchenko, Yu. Yu. "Transformatsiia instytutu optovoi torhivli Ukrainy" [Transformation Institute wholesale Ukraine]. *dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.00.03, 2013.