

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ

© 2015 БАРНА М. Ю.

УДК 339.3:33.012.23

Барна М. Ю. Аналіз соціально-економічної складової системи внутрішньої торгівлі в Україні в умовах трансформації

Метою статті є діагностика та аналіз стану системи внутрішньої торгівлі з урахуванням економічних і соціальних чинників як на загальнонаціональному рівні, так і у розрізі регіону (Львівської області). На основі обґрунтованої методології дослідження трансформації системи внутрішньої торгівлі проведено емпіричні та соціологічні дослідження для аналізу як економічної, так і соціальної складової системи в умовах трансформації в Україні. За результатами проведеного емпіричного та соціологічного досліджень у процесі аналізу соціально-економічної складової системи внутрішньої торгівлі в Україні в умовах трансформації сформульовано висновки щодо впливу на розвиток галузі економічної та соціальної підсистем та, відповідно, – щодо проблем, що виникають у підсистемах і гальмують цей розвиток. У результаті дослідження було встановлено, що найбільш суттєві проблеми (нерозвиненість торговельної та транспортної інфраструктур, нестабільність політичної ситуації в країні тощо), які гальмують розвиток внутрішньої торгівлі та свідчать про невиконання галуззю своєї соціально-економічної функції, виникають в інституціонально-трансформаційній підсистемі системи внутрішньої торгівлі, в якій, з урахуванням думки споживачів, утворюються найбільш впливові гальмівні чинники. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є необхідність дослідження процесу регулювання трансформаційних змін у системі внутрішньої торгівлі України.

Ключові слова: внутрішня торгівля, система, трансформація, аналіз, діагностика.

Рис.: 12. **Табл.:** 5. **Бібл.:** 15.

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

E-mail: martabarna@ukr.net

УДК 339.3:33.012.23

UDC 339.3:33.012.23

Барна М. Ю. Анализ социально-экономической составляющей системы внутренней торговли в Украине в условиях трансформации
Целью статьи является диагностика и анализ состояния системы внутренней торговли с учетом экономических и социальных факторов как на общенациональном уровне, так и в разрезе региона (Львовской области). На основе обоснованной методологии исследования трансформации системы внутренней торговли проведены эмпирические и социологические исследования для анализа как экономической, так и социальной составляющей системы в условиях трансформации в Украине. По результатам проведенного эмпирического и социологического исследований в процессе анализа социально-экономической составляющей системы внутренней торговли в Украине в условиях трансформации сформулированы выводы относительно влияния на развитие отрасли экономической и социальной подсистем и, соответственно, – о проблемах, возникающих в подсистемах и тормозящих это развитие. В результате исследования было установлено, что наиболее существенные проблемы (неразвитость торговой и транспортной инфраструктур, нестабильность политической ситуации в стране и т. п.), которые тормозят развитие внутренней торговли и свидетельствуют о невыполнении отраслью своей социально-экономической функции, возникают в институционально-трансформационной подсистеме системы внутренней торговли, в которой, учитывая мнение потребителей, образуются наиболее влиятельные тормозящие факторы. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является необходимость исследования процесса регулирования трансформационных изменений в системе внутренней торговли Украины.

Ключевые слова: внутренняя торговля, система, трансформация, анализ, диагностика.

Рис.: 12. **Табл.:** 5. **Библ.:** 15.

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

E-mail: martabarna@ukr.net

Barna M. Yu. Analysis of the Socio-Economic Component in the Internal Trade System of Ukraine under Conditions of Transformation

The article is aimed at diagnostics and analysis of state of the internal trade system, taking into account economic and social factors as at the national level, so in the terms of region (Lviv region). On the basis of a substantiated methodology for researching transformation of the internal trade system, empirical and sociological studies were conducted to analyze both the economic and the social component of the system under conditions of transformation in Ukraine. Based on the results of the conducted empirical and sociological research as part of analysis of the socio-economic component in the internal trade system of Ukraine under conditions of transformation, conclusions were formulated regarding the influence of economic and social subsystems on development of the industry and, accordingly, – regarding the problems emerging in the subsystems and impeding the development. As result of the study has been determined that the most significant problems (underdeveloped both trade and transport infrastructure, instability of the political situation in the country and so on) that hamper development of internal trade and testify the industry's failure against its social and economic functions, emerge in the institutional-transformational subsystem of the internal trade system, in where, taking into account the opinions of the consumers, the most influential impeding factors occur. Prospect of further research in this area is the necessity to study the process of regulating the transformational changes in the internal trade system of Ukraine.

Key words: internal trade, system, transformation, analysis, diagnostics.

Pic.: 12. **Tabl.:** 5. **Bibl.:** 15.

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)
E-mail: martabarna@ukr.net

В останні роки Україна стикається зі значною кількістю перешкод у розвитку внутрішньої торгівлі – як галузі національної економіки та системи, що зумовлено негативним проявом як економічних, так і соціальних чинників, а саме: уповільненням темпів зростання обороту роздрібно торгівлі за рахунок наявності

непогашеної заборгованості по заробітній платі; скороченням купівельної спроможності населення через значне уповільнення зростання реальної заробітної плати в умовах девальвації офіційного курсу гривні; зростанням цін на споживчому ринку; падінням курсу національної валюти; складною ситуацією у східних регіонах країни,

зокрема руйнування об'єктів промисловості та транспортної інфраструктури; окупацією території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя тощо.

Трансформація внутрішньої торгівлі на сучасному етапі зумовлена, передусім, гальмуванням розвитку галузі, що зумовлює необхідність аналізу та діагностики системи внутрішньої торгівлі в умовах її змін.

Діагностика економічної складової стану системи внутрішньої торгівлі та встановлення умов і проблем розвитку і трансформації внутрішньої торгівлі відображені в працях вчених-економістів В. В. Апопій [1], Н. Ю. Возіянова [3], Н. Голошубова [4], Л. О. Лігоненко [9, 14], А. А. Мазаракі [10], О. Омелянович [12], А. С. Савощенко [13], О. О. Шубін [2], Л. М. Яцун [15] та ін.

Аналіз економічної літератури, присвяченої даній проблемі, свідчить, що практично неопрацьованими залишились питання, пов'язані дослідженнями аналізу соціально-економічної складової системи внутрішньої торгівлі. Поєднання цих двох складових зумовлено, передусім, тим, що на основі їх аналізу можна зробити висновок не тільки про стан змін відповідно в економічній та соціальній підсистемах, але й про виконання (невиконання) внутрішньою торгівлею своєї основної (соціально-економічної) функції з установами чинників гальмування розвитку галузі.

Метою статті є діагностика та аналіз стану системи внутрішньої торгівлі з урахування економічних та соціальних чинників як на загальнонаціональному рівні, так і у розрізі регіону (Львівської області).

Аналіз стану системи внутрішньої торгівлі (СВТ) передбачає дослідження основних економічних показників, які свідчать про стан розвитку галузі як на рівні національної економіки, так і на регіональному рівні. До таких показників слід віднести зміну структури внутрішньої торгівлі (обсягів оптової та роздрібною торгівлі), обсягів роздрібного товарообігу торгової мережі підприємств – юридичних осіб, обсягів роздрібного товарообігу підприємств, що здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, чисельності прибуткових і збиткових підприємств у галузі та кількості прибутків (збитків), які ними отримано, загальної суми надходжень обов'язкових платежів (податків) до Зведеного бюджету України від сфери торгівлі, обсягів інвестицій у галузь (у т. ч. іноземних).

Діагностика та аналіз системи внутрішньої торгівлі за цими показниками дасть можливість виявити основні проблеми економічної складової та тенденції змін на основі емпіричних досліджень.

Водночас, для діагностики соціальних чинників недостатнім може виявитися результат емпіричних досліджень та аналізу соціальних показників. З нашої точки зору, для визначення соціальних чинників СВТ в умовах трансформації необхідним є виявлення змін у галузі з урахуванням думки головного суб'єкта, потреби якого власне й повинна задовольнити внутрішня торгівля, а саме – споживача. Для вирішення цього науково-практичного завдання необхідним є проведення соціологічного дослідження та анкетування.

На основі обґрунтованої методології дослідження трансформації системи внутрішньої торгівлі проведені емпіричні та соціологічні дослідження для аналізу як економічної, так і соціальної складової системи в умовах трансформації в Україні.

Для того, щоб зрозуміти сучасний стан внутрішньої торгівлі України, доцільно розглянути зміни її розвитку в період з січня по вересень 2014 р. та у порівнянні з аналогічним періодом 2013 р. на основі окремих відібраних у методиці показників – обсягу та структури торгівлі (рис. 1, рис. 2).

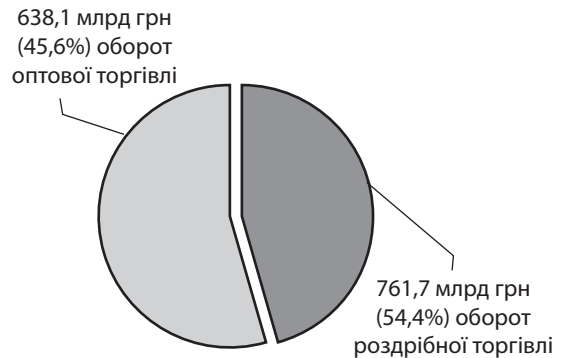


Рис. 1. Обсяги та структура внутрішньої торгівлі в Україні торгівлі у січні – вересні 2013 р. [7]

У наведеній структурі, за даними джерела [7], за результатами 2013 р. обсяг роздрібного товарообігу торгової мережі підприємств – юридичних осіб склав 302,3 млрд грн (або 47,4%), у той час, як обсяг продажу товарів на ринках і фізичними особами – підприємцями – 335,8 млрд грн (або 52,6%). Загальний оборот торгівлі за січень – вересень 2013 р. склав 1399,8 млрд грн.

За аналогічний період 2014 р. у внутрішній торгівлі України відбулися негативні зміни, про що свідчить рис. 2.

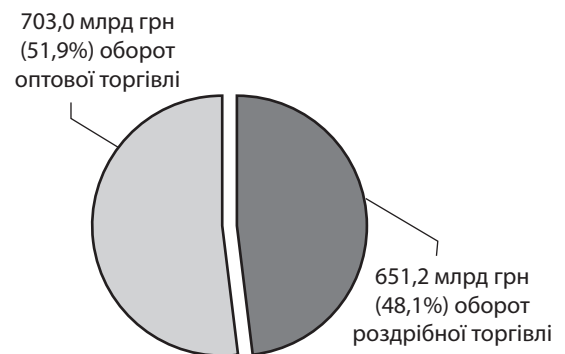


Рис. 2. Обсяги та структура внутрішньої торгівлі в Україні торгівлі у січні – вересні 2014 р. [7]

У наведеній структурі, за даними джерела [7], обсяг роздрібного товарообігу торгової мережі підприємств – юридичних осіб у 2014 р. склав 307,7 млрд грн (47,3%), а обсяг продажу товарів на ринках і фізичними особами – підприємцями – 343,5 млрд грн (52,7%). У цілому загальний оборот торгівлі за січень – вересень 2014 р. склав 1354,2 млрд грн.

Таким чином, у січні – вересні 2014 р. загальний оборот торгівлі (без урахування тимчасово окупованої

території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя) склав 1354,2 млн грн. Скорочення обороту торгівлі відбулося за рахунок зменшення обороту роздрібно торгівлі (на 5,3%) та обороту оптової торгівлі (на 14,0%).

Ситуація з падінням обсягів обороту оптової торгівлі зумовлена:

- ✦ зменшенням обсягу зовнішньої торгівлі товарами;
- ✦ нестійким попитом на послуги оптової торгівлі з боку виробничого сектора через скорочення виробництва в окремих секторах переробної промисловості.

Падіння обсягів обороту роздрібно торгівлі, до якого включено роздрібний товарообіг підприємств – юридичних осіб, які здійснюють діяльність з роздрібно торгівлі, відбулося в половині регіонах та в цілому по Україні. За розрахунками, наведеними у джерелі [7], дані щодо обсягів продажу товарів на ринках і фізичними особами – підприємцями за січень – ве-

ресень 2014 р. становили 651,2 млрд грн (без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим та м. Севастополя), що у порівнянних цінах на 5,3% менше, ніж обсяг січня – вересня 2013 р. (табл. 1).

Після уповільнення темпів зростання обороту роздрібно торгівлі протягом I півріччя 2014 р. у вересні спостерігалось подальше падіння його обсягів на 5,3% при прояві негативної динаміки соціальних чинників – наявності непогашеної заборгованості по заробітній платі, скорочення купівельної спроможності населення через значне уповільнення зростання реальної заробітної плати в умовах девальвації офіційного курсу гривні, зростання цін на споживчому ринку.

Також слід відмітити, що стримуючим чинником розвитку роздрібно торгівлі у 2014 р. стала складна ситуація у східних регіонах країни, зокрема – руйнування об'єктів промисловості та транспортної інфраструктури (скорочення обсягів роздрібно торгівлі у Донецькій та Луганській областях проти січня – вересня 2013 р. становило 19,9% та 35,0% відповідно).

Таблиця 1

Обсяги обороту роздрібно торгівлі за регіонами України за січень-вересень 2014 р.

Регіон, область	Оборот роздрібно торгівлі			Темпи зростання обороту роздрібно торгівлі (у порівнянних цінах)	
	млн грн	питома вага, %	місце	2014 до 2013, %	місце
Україна	651172,7	100,0	х	94,7	х
Вінницька	20669,9	3,2	9	101,2	7
Волинська	14115,1	2,2	19	93,4	23
Дніпропетровська	57097,1	8,8	2	100,9	8
Донецька	56728,9	8,7	3	80,1	24
Житомирська	16249,7	2,5	15	100,7	11
Закарпатська	14398,7	2,2	18	101,3	6
Запорізька	29190,7	4,5	8	97,8	18
Івано-Франківська	18768,3	2,9	12	98,0	17
Київська	30863,5	4,7	7	103,0	2
Кіровоградська	12704,4	1,9	23	103,4	1
Луганська	20439,8	3,1	10	65,0	25
Львівська	31644,0	4,9	6	98,8	16
Миколаївська	18200,9	2,8	13	95,7	20
Одеська	43208,8	6,6	5	95,6	21
Полтавська	18939,5	2,9	11	99,2	14
Рівненська	13266,6	2,0	22	99,5	13
Сумська	13358,6	2,1	20	100,4	12
Тернопільська	11751,5	1,8	24	99,2	15
Харківська	50009,2	7,7	4	100,9	9
Херсонська	15451,8	2,4	17	100,8	10
Хмельницька	16096,9	2,5	16	97,3	19
Черкаська	17102,0	2,6	14	101,7	4
Чернівецька	10444,5	1,6	25	101,4	5
Чернігівська	13332,4	2,0	21	101,9	3
м. Київ	87139,9	13,4	1	94,9	22

Джерело: розраховано за даними [7].

Обсяг роздрібного товарообігу підприємств – юридичних осіб, які здійснюють діяльність із роздрібною торгівлю та ресторанного господарства, за січень – вересень 2014 р. становив 315,9 млрд грн (без урахування тимчасово окупованих територій Автономній Республіці Крим та м. Севастополя), що в порівнянних цінах на 6,5% менше від обсягу січня – вересня 2013 р. (табл. 2).

Зростання обсягів роздрібного товарообігу підприємств у 2014 р. (I квартал) відбулося в Київській, Кіровоградській та Херсонській областях від 1,9% до 1,1% у порівнянні з січнем – вереснем 2013 р. В інших регіонах відбулося зниження обсягу роздрібного товарообігу на 0,1 – 36,4% з максимальним значенням у Донецькій та Луганській областях.

Зміни обсягу роздрібного товарообігу підприємств в Україні, що здійснюють діяльність з роздрібною

торгівлю та ресторанного господарства, за 2013 – 2014 рр. наведено на рис. 3, рис. 4.

З даних рис. 3, рис. 4 видно, що обсяг роздрібно-го товарообігу підприємств, що здійснюють діяльність з роздрібною торгівлю та ресторанного господарства, за вересень 2014 р. становив 39,3 млрд грн (без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим та м. Севастополя), що в порівнянних цінах на 10,9% менше від вересня 2013 р., та більше від серпня 2014 р. – на 3,0%.

Середньомісячний товарообіг підприємств на одну особу за січень – вересень 2014 р. по Україні склав 815,0 грн (без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим та м. Севастополя). Найнижчий товарообіг на одну особу спостерігався у Тернопільській (442,5 грн) та Луганській (390,3 грн) областях, а найвищий – у місті Києві (2255,8 грн).

Таблиця 2

Обсяг роздрібного товарообігу підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібною торгівлю та забезпечення стравами та напоями, за січень – вересень 2014 р.

Регіон, область	Роздрібний товарообіг			Темпи зростання роздрібного товарообігу (у порівнянних цінах)		Середньомісячний товарообіг на 1 особу	
	млн грн	питома вага, %	місце	2014 до 2013, %	місце	грн	місце
Україна	315935,1	100,0	х	93,5	х	815,0	х
Вінницька	7241,9	2,3	11	97,5	10	497,2	21
Волинська	6135,3	1,9	19	85,3	23	654,7	12
Дніпропетровська	30325,4	9,6	2	97,2	11	1023,4	4
Донецька	26575,2	8,4	3	81,3	24	679,8	10
Житомирська	6619,8	2,1	16	98,8	7	582,6	17
Закарпатська	6896,4	2,2	13	98,4	9	609,6	14
Запорізька	13665,9	4,3	8	94,2	19	855,1	6
Івано-Франківська	6145,6	1,9	18	96,3	15	494,1	22
Київська	18644,7	5,9	6	101,9	1	1200,6	2
Кіровоградська	5588,7	1,8	22	101,6	2	628,8	13
Луганська	7866,4	2,5	10	63,6	25	390,3	25
Львівська	16188,2	5,1	7	96,2	16	708,6	7
Миколаївська	7220,4	2,3	12	95,7	18	686,6	9
Одеська	22563,5	7,2	4	94,2	20	1046,1	3
Полтавська	8634,1	2,7	9	93,8	21	657,9	11
Рівненська	5623,4	1,8	21	98,8	8	539,2	19
Сумська	4873,0	1,5	23	97,2	12	477,9	23
Тернопільська	4274,6	1,4	25	97,2	13	442,5	24
Харківська	22501,0	7,1	5	99,9	4	913,4	5
Херсонська	6760,7	2,1	15	101,1	3	700,4	8
Хмельницька	6266,8	2,0	17	96,4	14	532,8	20
Черкаська	6828,1	2,2	14	96,0	17	602,1	15
Чернівецька	4587,6	1,5	24	99,7	6	561,1	18
Чернігівська	5666,7	1,8	20	99,8	5	590,2	16
м. Київ	58241,7	18,4	1	90,9	22	2255,8	1

Джерело: розраховано за даними [7].

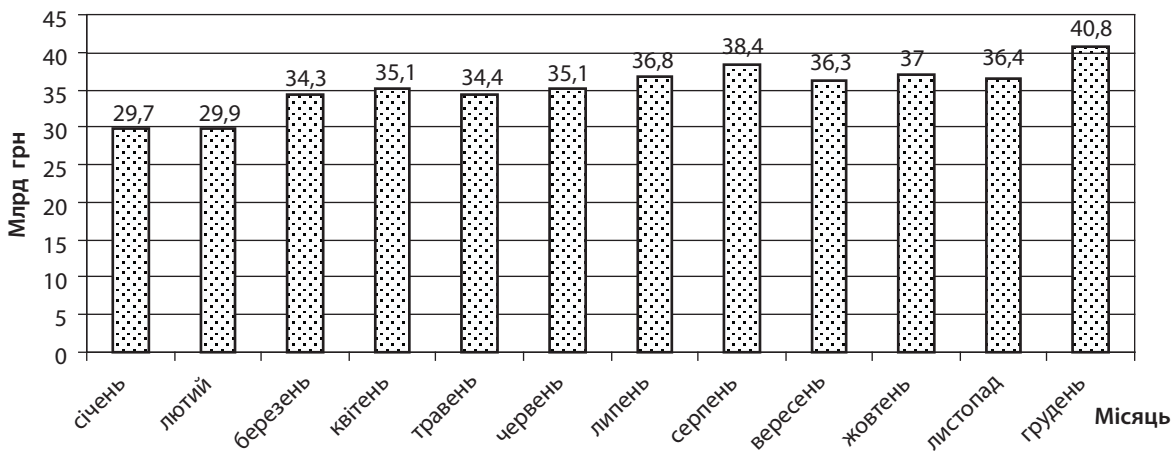


Рис. 3. Обсяг роздрібного товарообігу підприємств України, що здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, 2013 р.

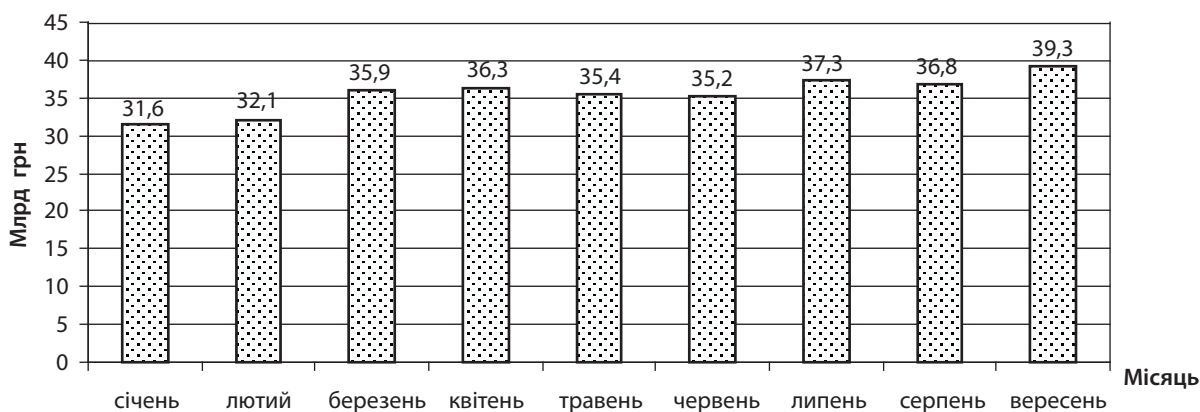


Рис. 4. Обсяг роздрібного товарообігу підприємств України, що здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі та ресторанного господарства, 2014 р.

Оборот ресторанного господарства (з урахуванням обороту фізичних осіб – підприємців) за січень – вересень 2014 р. зменшився на 10,4% у порівнянні з відповідним періодом 2013 р. і становив 15,8 млрд грн.

Застосування норм Податкового кодексу, перехід суб'єктів господарювання на КВЕД-2010, складна ситуація у південно-східних регіонах країни відобразились на фінансових результатах підприємств сфери торгівлі (за підсумком I півріччя 2014 р. «мінус» 41,8 млрд грн).

У цілому за I півріччя 2014 р. чисельність прибуткових підприємств перевищувала чисельність збиткових (56,6% проти 43,4% загальної кількості підприємств), але кількість збиткових підприємств проти відповідного періоду 2013 р. зросла на 6,8%. Прибутків було отримано на суму 15,3 млрд грн, що на 4,0% більше від показника відповідного періоду 2013 р., а збитків допущено на 57,2 млрд грн (більше від відповідного періоду 2013 р. у 3,6 разу).

За інформацією Міністерства доходів та зборів України, у 2013 р. загальна сума надходжень обов'язкових платежів (податків) до Зведеного бюджету від сфери торгівлі становила 44,8 млрд грн (або 15,2% від загальної кількості платежів) [8].

Розвитку підприємств внутрішньої торгівлі значною мірою сприяє залучення в країну прямих іноземних інвестицій. За I півріччя 2014 р. загальний обсяг

прямих іноземних інвестицій в розвиток підприємств торгівлі (без урахування тимчасово окупованих територій Автономної Республіки Крим та м. Севастополя) склав 6424,3 млн дол. США (12,8% загального обсягу іноземних інвестицій в економіку України), що на 4,0% менше від відповідного періоду 2013 р. (-265,4 млн дол. США). За цим показником торгівля серед інших галузей посідає третє місце (після промисловості та фінансової і страхової діяльності).

Таким чином, у січні – вересні 2014 р. усі сегменти торгівлі демонстрували погіршення результатів: темпи обороту роздрібною торгівлі скоротилися на 5,3%, а обороту оптової торгівлі – на 14,0% (найгірші показники з початку 2010 р.).

Динаміка обох сегментів торгівлі формувалася під впливом посилення негативних очікувань у суспільстві, зважаючи на нестабільність макроекономічного середовища та складну ситуацію у південно-східному регіоні країни (зокрема руйнування об'єктів промисловості та транспортної інфраструктури), що позначилося на ускладненні торговельно-економічних відносин між суб'єктами господарювання.

Частка оптової торгівлі в загальному обороті торгівлі продовжує зменшуватися (порівняно з відповідним періодом 2013 р. на 2,5 відс. пункти), що зумовлено зменшенням обсягу зовнішньої торгівлі товарами, ско-

роченням виробництва в окремих секторах переробної промисловості, звуженням попиту на послуги оптової торгівлі з боку виробничого сектору.

Також загальна ситуація в Україні погіршилася у зв'язку зі скороченням обсягів роздрібною торгівлі в Донецькій та Луганській областях проти січня – вересня 2013 р. на 19,9% та 35,0% відповідно, і зі зменшенням частки цих регіонів у структурі роздрібною торгівлі на 3,3 відс. пункти.

Таким чином, можна констатувати, що загальний розвиток внутрішньої торгівлі гальмувався негативним впливом інституціональних чинників, що призвело до погіршення економічної підсистеми СВТ та, відповідно, основних економічних показників.

Не менш складною виявилася й трансформація соціальної підсистеми галузі, з метою аналізу якої було організовано та проведено моніторинг переваг торгівлі методом анкетного опитування споживачів.

У дослідженні взяли участь 1500 осіб, з них 1000 жінок, 500 чоловіків. Основний контингент опитаних мав вік 16 – 70 років, з них одружені (заміжні) 62% чоловіків (67% жінок відповідно), 82% опитаних мають від 2 до 4 членів сім'ї. За географічним принципом розподілу респонденти були визначені в усіх областях України (окрім окупованої території Автономної Республіки Крим та м. Севастополя): м. Київ – 7,2%, Чернігівська – 2,3%, Чернівецька – 0,9%, Черкаська – 1,2%, Хмельницька – 2,1%, Херсонська – 0,6%, Харківська – 10,1%, Тернопільська – 0,7%, Сумська – 1,2%, Рівненська – 2%, Полтавська – 4,1%, Одеська – 5,4%, Миколаївська – 3%, Львівська – 10,1%, Луганська – 4,1%, Кіровоградська – 1,1%, Київська – 10,9%, Івано-Франківська – 2,1%, Запорізька – 4%, Закарпатська – 3,5%, Житомирська – 4,7%, Донецька – 10,2%, Дніпропетровська – 4%, Волинська – 2,6%, Вінницька – 1,9%.

У процесі проведення соціологічного дослідження було поставлено такі завдання:

- ✦ здійснити аналіз попиту на послуги різних видів суб'єктів внутрішньої торгівлі;
- ✦ визначити рейтинг популярності видів суб'єктів внутрішньої торгівлі, що мають потенційну перспективу розвитку на території України;
- ✦ виявити вимоги до рівня сервісу пропонованого продукту внутрішньої торгівлі;
- ✦ визначити чинники (проблеми), що заважають користуватися послугами внутрішньої торгівлі в повному обсязі;
- ✦ виявити фінансові можливості потенційного споживача;
- ✦ обґрунтувати основні компоненти розвитку внутрішньої торгівлі за її основними видами (суб'єктами);
- ✦ дослідити регіони за територіальною організацією торгівлі.

Отримані результати дозволили проаналізувати ситуацію, що склалася у сфері внутрішньої торгівлі України, і виявити потенційні резерви її розвитку в країні в цілому.

Проведене дослідження показує, що 69 % опитаних жінок і 52% чоловіків користуються майже всіма послугами внутрішньої торгівлі, окрім послуг, що надають біржі, причому 41% жінок і 25% чоловіків отримують подібні послуги більше, ніж два рази на тиждень. Велика частка респондентів вважає, що краще закуповувати товари у великих супермаркетах, гіпермаркетах або на оптових базах (67% жінок і 59% чоловіків). Відповідаючи на питання про якість послуг, територіальне розміщення суб'єктів сфери внутрішньої торгівлі в Україні, 50% чоловіків і 35% жінок дали позитивні відповіді.

На питання про те, що перешкоджає розвитку внутрішньої торгівлі в Україні, думки респондентів розподілилися в такій послідовності (за ступенем зменшення значущості): 1. Зростання цін на споживчому ринку. 2. Скорочення купівельної спроможності населення. 3. Недостатній рівень сервісу послуг. 4. Недостатня кількість підприємств внутрішньої торгівлі за територіальною ознакою. 5. Зменшення кількості підприємств роздрібною торгівлі. 6. Небезпека неотримання товару чи послуги при купівлі в інтернет-магазинах. 7. Невідповідність співвідношення «ціна – якість», неотримання стандартів якості. 8. Недостатня кваліфікація тих, хто працює безпосередньо у цій сфері.

Важливо відзначити, що такий суб'єктивний чинник, як невідповідність співвідношення «ціна – якість», неотримання стандартів якості, опинився далеко не на першому за важливістю місці. А чинники, представлені під номерами 1 – 4, цілком регульовані.

На питання про популярність підприємств або суб'єктів внутрішньої торгівлі за типами (форматами) організації думки респондентів розподілилися за зниженням у такій ранговій послідовності: 1) гіпермаркет; 2) універсам (супермаркет); 3) міні-маркет; 4) інтернет-магазин; 5) торговельний центр (комплекс); 6) універмаг; 7) аптека; 8) гастроном; 9) об'єкти ресторанного господарства; 10) оптові бази; 11) спеціалізовані магазини; 12) ринки.

Отримані результати дозволили проаналізувати ситуацію, що склалася, у сфері внутрішньої торгівлі України і виявити, що майже всі форми внутрішньої торгівлі присутні на ринку України. Торговельна діяльність може здійснюватись у сферах: роздрібною торгівлі, дрібнороздрібною торгівлі, оптової торгівлі і торговельно-виробничої діяльності (ресторанне господарство). Виходячи з аналізу відповідей респондентів, позиції лідера займають суб'єкти роздрібною торгівлі. Також слід зазначити, що такий суб'єкт, як інтернет-магазини, мають, на наш погляд, значний потенціал, але поки що не одержали достатнього розвитку. Зазначимо і значне зниження ролі оптової ланки торгівлі як суб'єкта ринку, що призвело до порушення зв'язків між виробниками та покупцями.

На думку опитаних, найбільш популярними видами підприємств внутрішньої торгівлі є види підприємств, зазначені в *табл. 3*.

Переважним попитом серед чоловіків користуються такі види внутрішньої торгівлі, як міні-маркет, інтернет-магазин та гіпермаркет. Це можна пояснити

наявністю у респондентів чоловічої статі прихильності до швидкої купівлі товарів, а наявність у цьому переліку гіпермаркетів пояснюється тим, що чоловіки відвідують їх з жінками.

Серед жінок переважним попитом користуються гіпермаркети, інтернет-магазини, торговельні центри (комплекси) та універсами (супермаркети). Це зумовлено тим, що жінки, переважно, обирають більш розмірний спосіб купівлі товарів.

Таблиця 3

Найбільш популярні види підприємств внутрішньої торгівлі серед опитаних (за статевою ознакою)

Види підприємств внутрішньої торгівлі	Питома вага, %	
	чоловіки	жінки
Гіпермаркет	16	22
Універсам (супермаркет)	11	14
Міні-маркет	18	4
Інтернет-магазин	16	16
Торговельний центр (комплекс)	11	15
Універмаг	2	2
Аптека	4	6
Гастроном	7	1
Об'єкти ресторанного господарства	6	7
Оптові бази	6	4
Спеціалізовані магазини	1	4
Ринки	2	5
Разом	100	100

У зв'язку з тим, що респонденти, які взяли участь в анкетуванні, представлені всіма областями України, то в такому випадку доцільно розглянути кількість підприємств роздрібною торгівлі (2013 р.) за областями та адміністративними регіонами України (рис. 5).

Порівняння кількості підприємств роздрібною торгівлі України та Львівської області наведено на рис. 6.

Розподіл підприємств торгівлі за спеціалізацією (продовольчі та непродовольчі магазини) Львівської області наведено на рис. 7.

Суттєве зменшення кількості магазинів, як продовольчих, так і непродовольчих (більше непродовольчих) можна пояснити активним зростанням кількості Інтернет-користувачів, які збільшують обсяг покупок через Інтернет за допомогою платіжних карт (безготівковкові розрахунки). Більш низькі ціни, порівняно зі звичайними магазинами, свідчить про високий потенціал Інтернет-торгівлі та інтернет-магазинів.

Найбільш емним в Україні є сектор продажу через Інтернет товарів побутової техніки та електроніки, одягу, парфумерно-косметичних товарів. Меншим попитом серед споживачів користуються Інтернет-продажі подарунків, аксесуарів та продовольчих товарів.

За даними Держстату України, у I півріччі 2014 р. із загального обсягу роздрібного товарообігу підприємств –

юридичних осіб обсяги продажу через Інтернет збільшились на 21,9%, порівняно з відповідним періодом 2013 р., а обсяги продажу за допомогою платіжних карток – у 1,7 разу [11].

Мережа аптечних закладів, а саме: аптеки й аптечні пункти (Львівська область) представлені на рис. 8.

Спеціалізація об'єктів ресторанного господарства підприємств, а саме: ресторани, кафе, бари та їдальні (Львівська область) наведено на рис. 9. За даними рис. 9 видно тенденцію до зменшення усіх видів об'єктів ресторанного господарства.

Спеціалізація ринків Львівської області, а саме: продовольчих, непродовольчих і змішаних наведена на рис. 10.

Респонденти обирали у своїх відповідях і об'єкти оптової торгівлі, тому доцільно розглянути стан оптового товарообігу на прикладі Львівської області (рис. 11). З даних рис. 11 видно, що після тенденції до зростання впродовж 2000 – 2011 рр. у 2012 р. спостерігався стан стагнації, що зумовлено економічною кризою та подальшим зменшенням обсягу оптового товарообороту.

За віком респонденти розподілилися таким чином (табл. 4).

Таблиця 4

Найбільш популярні серед опитаних види підприємств внутрішньої торгівлі (за віковою ознакою)

Види підприємств внутрішньої торгівлі	Питома вага, %					
	16 – 18	18 – 25	25 – 35	35 – 45	45 – 55	55 – 70
1. Гіпермаркет	15	18	20	22	24	15
2. Універсам (супермаркет)	15	12	13	20	20	17
3. Міні-маркет	5	3	3	3	7	12
4. Інтернет-магазин	20	21	16	13	7	3
5. Торговельний центр (комплекс)	21	25	20	15	9	3
6. Універмаг	1	3	2	3	5	5
7. Аптека	1	3	3	4	6	8
8. Гастроном	–	–	2	3	4	5
9. Об'єкти ресторанного господарства	15	10	13	7	5	3
10. Оптові бази	1	2	3	5	5	2
11. Спеціалізовані магазини	1	1	1	1	1	1
12. Ринки	5	2	2	4	7	26
Разом	100	100	100	100	100	100

Зі всього контингенту респондентів можна виділити ряд груп, особливості яких варто враховувати при організації роботи підприємств внутрішньої торгівлі.

У даному дослідженні за віковою ознакою виділимо види внутрішньої торгівлі (за типами) для молоді, сімей з дітьми, самотніх людей та пенсіонерів.

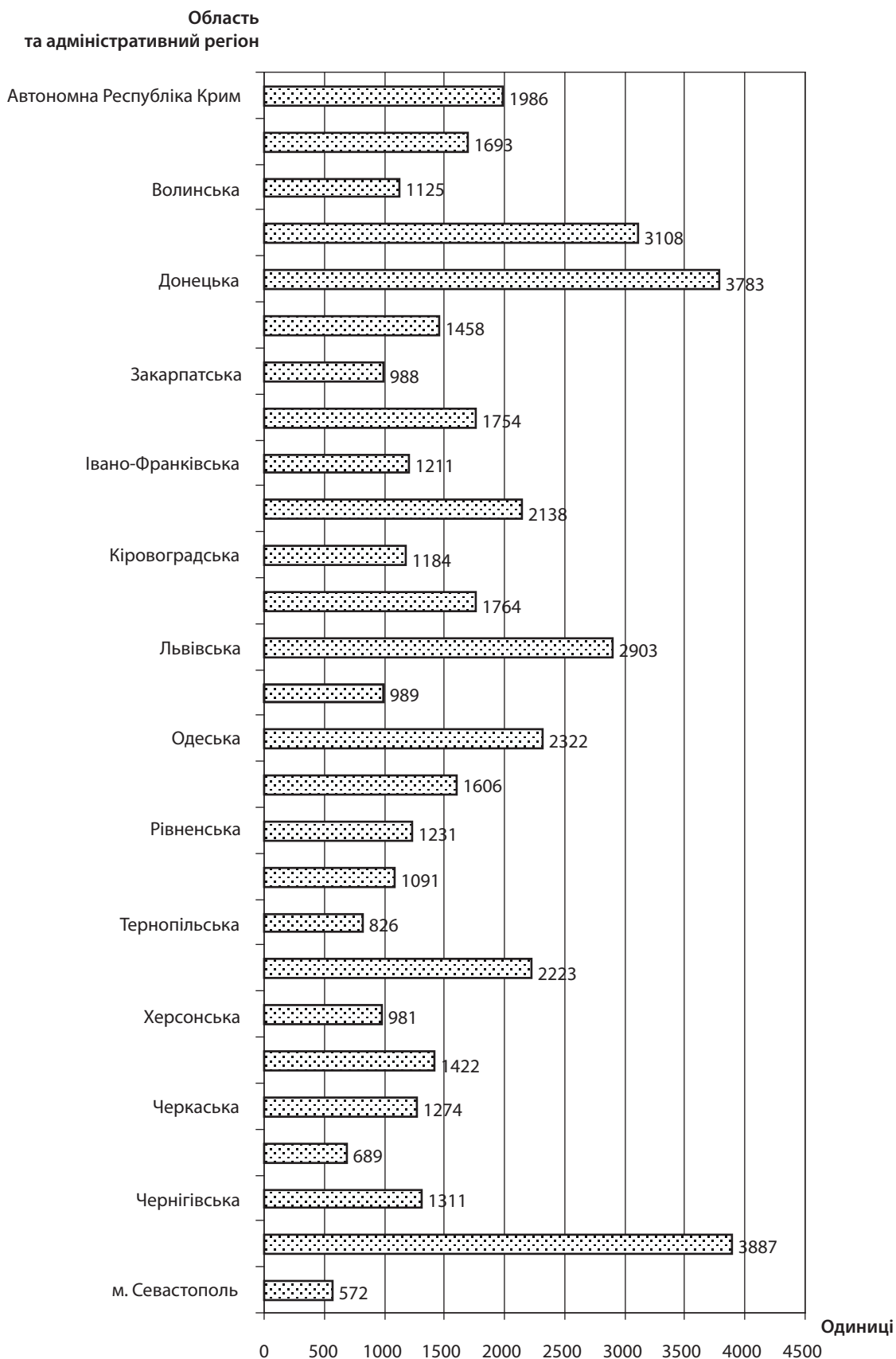


Рис. 5. Підприємства роздрібної торгівлі за областями та адміністративними регіонами України, 2013 р. [5; 6]

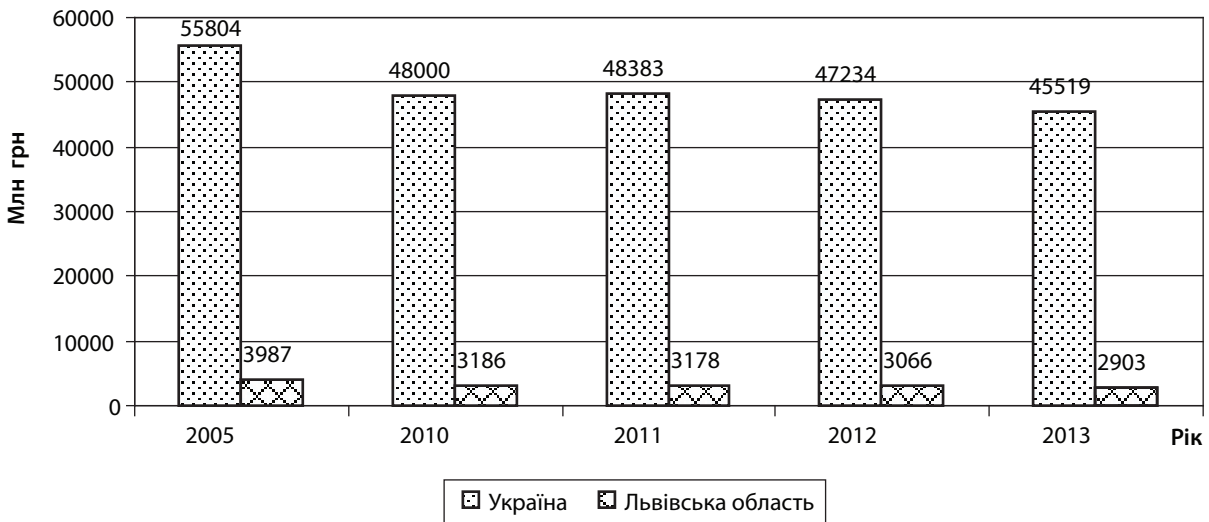


Рис. 6. Кількість підприємств роздрібної торгівлі в Україні та Львівській області [5; 6]

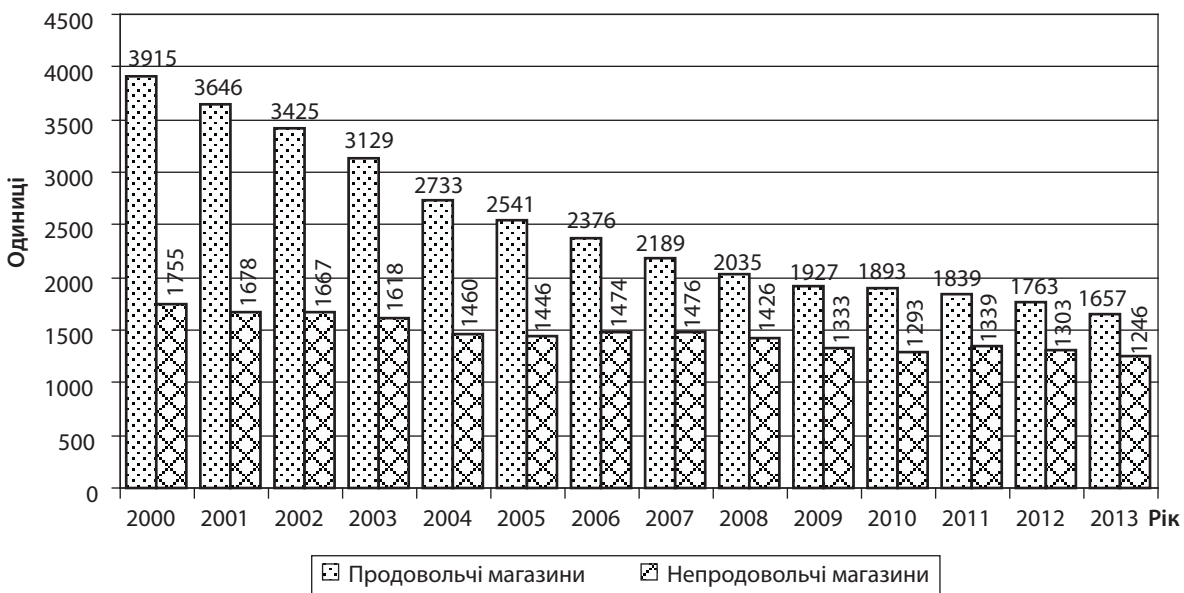


Рис. 7. Розподіл підприємств торгівлі за спеціалізацією (Львівська область) [5]

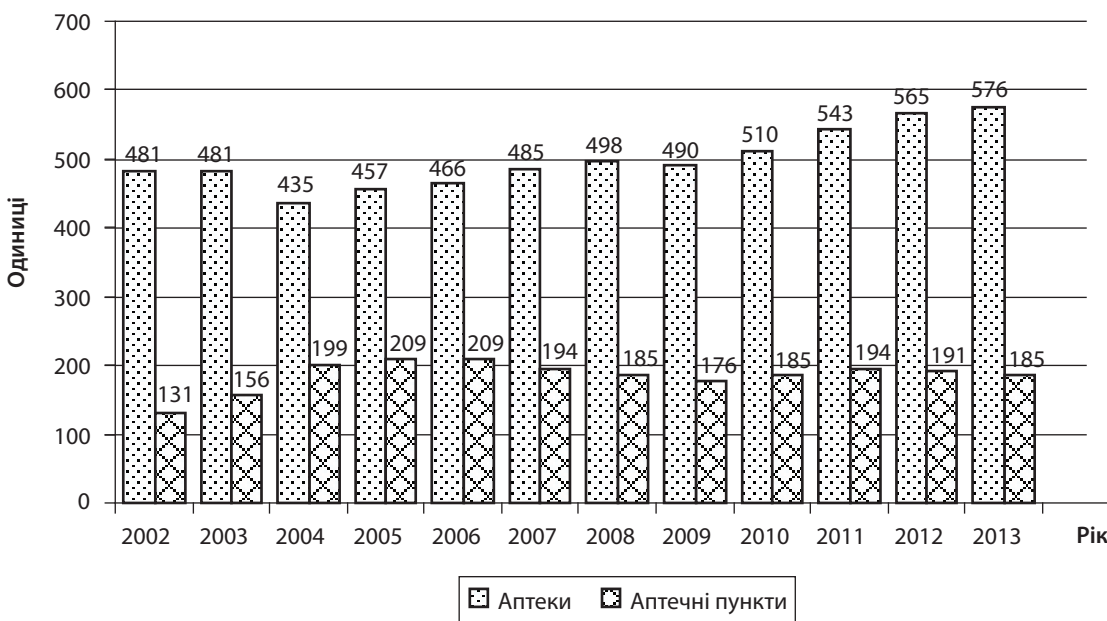


Рис. 8. Мережа аптечних закладів (Львівська область) [5]

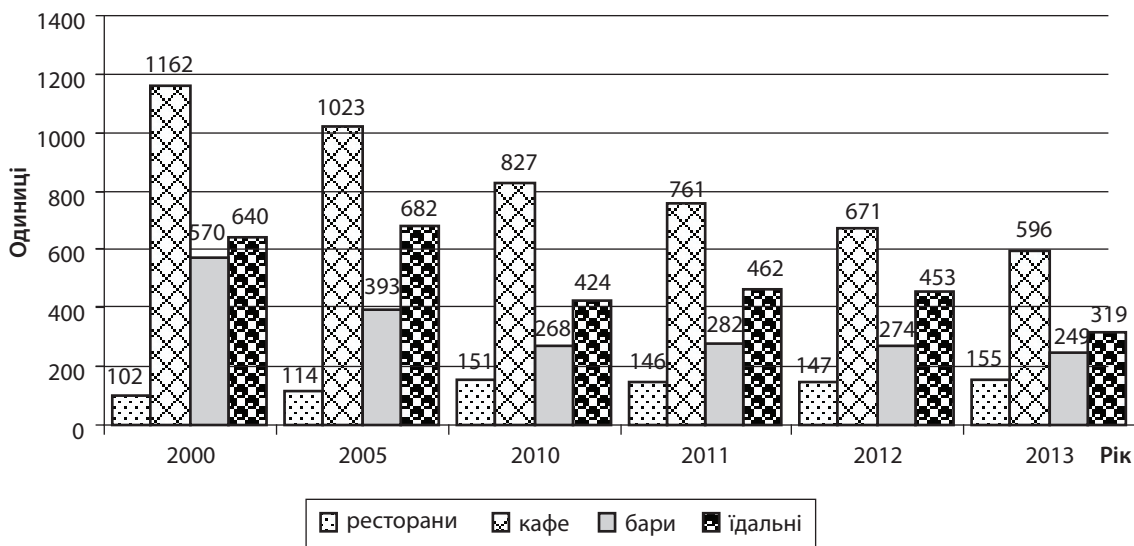


Рис. 9. Спеціалізація об'єктів ресторанного господарства підприємств (Львівська область) [5]

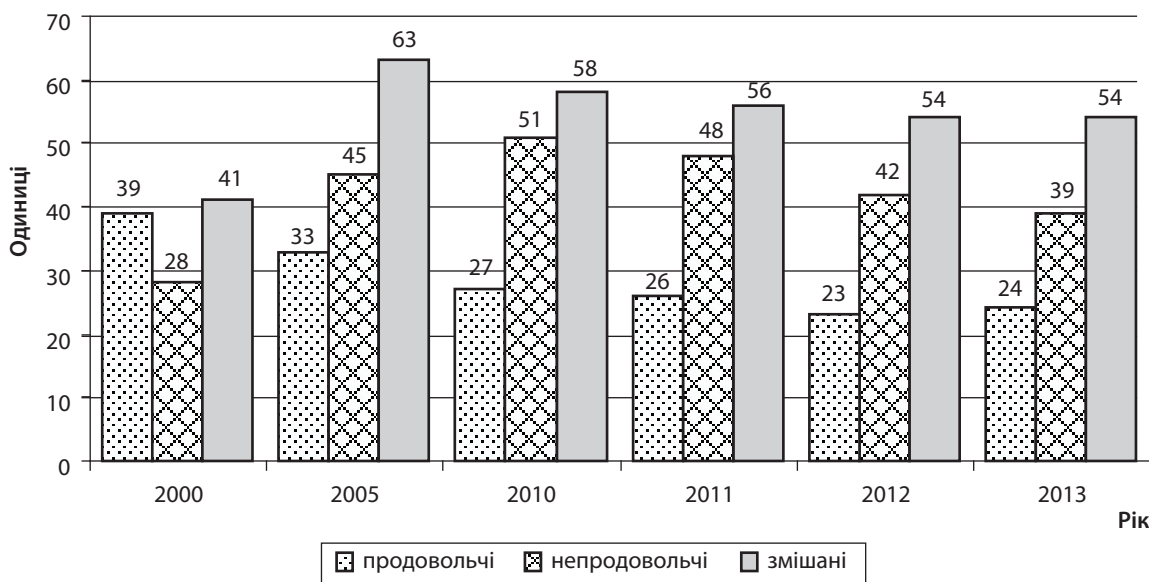


Рис. 10. Спеціалізація ринків (Львівська область) [5]

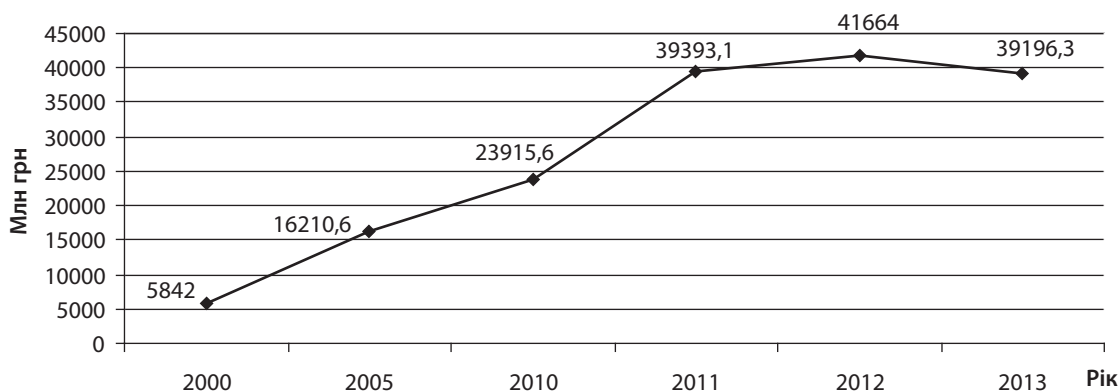


Рис. 11. Оптовий товарообіг (Львівська область) [5]

Згідно з результатами моніторингу, ці вікові групи були розподілені за прихильністю до окремих видів внутрішньої торгівлі (за типами) наступним чином (рис. 12).

Одержані відповіді на питання про рівень сервісу підприємств внутрішньої торгівлі дозволяють зробити висновок про те, що значну частину респондентів (68% чоловіків і 75% жінок) цікавить професійно організований, якісний продукт підприємств внутрішньої торгівлі.

Ціна, яку готовий витратити потенційний споживач, коливається в досить широкому діапазоні (від 50 до 500 гривень у день). При цьому, 50 – 100 гривень у день готові витратити 22% чоловіків і 32% жінок. У зазначеному ціновому діапазоні оптимальним може бути вибір таких видів підприємств внутрішньої торгівлі (за типами): міні-маркети, аптеки, ринки.

У ціновому діапазоні від 100 до 500 гривень можуть бути запропоновані, крім вищезазначених видів, гіпермаркети, універсами (супермаркети), універмаги, гастрономи, оптові бази, в яких організоване обслуговування з наданням більш комфортних умов. Вказані послуги готові отримати 46% чоловіків і 56% жінок.

За товари та послуги вартістю від 500 гривень готові сплачувати 38% чоловіків і 12% жінок. У даному ціновому сегменті може бути присутній різноманітний спектр підприємств внутрішньої торгівлі.

Разом з такими загальновідомими чинниками, що заважають користуватися послугами у сфері внутрішньої торгівлі, як «брак часу» і «грошей», респонденти вказали на «недостатній рівень якості послуг» – 12% чоловіків і

26% жінок, на «недостатній рівень додаткового сервісу», що надається, вказали 11% чоловіків і 25% жінок; істотну вагу має такий чинник, як «небезпека неотримання товару чи послуги при купівлі в інтернет-магазинах» – його відзначили 10% чоловіків і 15% жінок, та ін.

Усім респондентам було запропоновано відзначити ступінь важливості (ранг) основних чинників впливу на СВТ ззовні. Результати анкетування наведено в табл. 5.

Таким чином, як видно з даних табл. 5, найбільш важливим чинником впливу на СВТ ззовні є рівень доходів населення. Другим за рейтингом став чинник розвиненості торговельної інфраструктури. Лише третє місце в рейтингу посідає розвиненість транспортної інфраструктури.

Водночас, якщо проаналізувати вплив груп чинників на СВТ, то з урахуванням середнього значення за кожною з підсистем можна відмітити, що, на думку респондентів, найбільш впливовими є інституціонально-трансформаційні (коєф. = 9,0), на другому місці – соціальні (коєф. = 5,2), а менш впливові – економічні (коєф. = 4,2).

За інституціонально-трансформаційною підсистемою, на думку респондентів, виділяються такі чинники впливу на СВТ, як розвиненість торговельної інфраструктури, розвиненість транспортної інфраструктури, політична ситуація в країні та кількість суб'єктів господарської діяльності у галузі (оптових і роздрібних), значення яких перевищує вплив всіх інших чинників за будь-якою підсистемою, окрім найвпливовішого – рівня доходів населення.

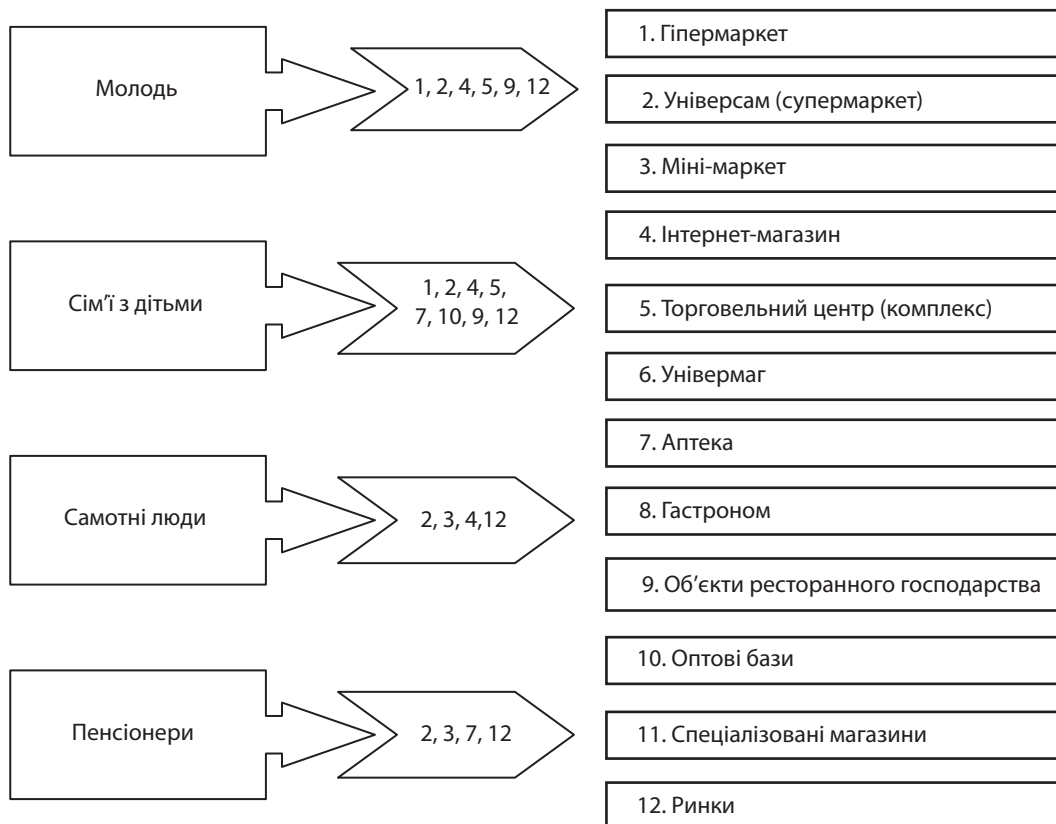


Рис. 12. Співвідношення прихильності респондентів до видів підприємств внутрішньої торгівлі (за типами) за віковою ознакою

Джерело: складено автором за результатами моніторингу.

Таблиця 5

Оцінка чинників впливу на систему внутрішньої торгівлі ззовні

Підсистема	Чинники впливу	Питома вага, %	Рейтинг
Інституціонально-трансформаційна	Імідж країни на міжнародному ринку	5,4	8
	Політична ситуація в країні	12,5	4
	Розвиненість торговельної інфраструктури	14,0	2
	Розвиненість транспортної інфраструктури	13,5	3
	Розвиненість галузевих інформаційно-комунікаційних мереж	5,5	7
	Наявність об'єднань та асоціацій у галузі	1,4	12
	Кількість суб'єктів господарської діяльності у галузі (оптових і роздрібних)	11,0	5
Соціальна	Рівень доходів населення	15,0	1
	Структура витрат населення (витрати на споживчі товари)	0,3	13
	Фонд робочого та вільного часу населення	0,4	14
Економічна	Макроекономічна ситуація в країні	5,2	9
	Стадія економічного розвитку країни	1,0	11
	Рівень інфляції у країні	5,0	10
	Стан конкуренції на внутрішньому та зовнішньому товарному ринках	9,5	6
	Якість постачальників	0,3	15
Розрахункові значення	Разом	100,0%	1
	Разом за інституціонально-трансформаційною підсистемою	63,3%	1
	Разом за соціальною підсистемою	15,7%	3
	Разом за економічною підсистемою	21,0%	2
	Середнє значення за інституціонально-трансформаційною підсистемою	63,3 : 7 = 9,0	1
	Середнє значення за соціальною підсистемою	15,7 : 3 = 5,2	2
	Середнє значення за економічною підсистемою	21,0 : 5 = 4,2	3

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами проведеного емпіричного та соціологічних досліджень у процесі аналізу соціально-економічної складової СВТ в Україні в умовах трансформації можна дійти висновків щодо впливу на розвиток галузі економічної та соціальної підсистем і, відповідно, – щодо проблем за цими підсистемами, які гальмують цей розвиток.

В економічній підсистемі виникають проблеми, що призводять до зниження обсягів товарообігу за рахунок скорочення обсягів роздрібного обороту торгівлі як по Україні в цілому, так і в половині регіонів, зменшення обсягу зовнішньої торгівлі товарами, падіння попиту на послуги оптової торгівлі з боку виробничого сектора, погіршення фінансових результатів підприємств сфери торгівлі, зростанням кількості збиткових підприємств у галузі, зменшенням загального обсягу прямих іноземних інвестицій в розвиток підприємств торгівлі.

У соціальній підсистемі виникають проблеми, які стримують розвиток галузі та викликані наявністю непогашеної заборгованості по заробітній платі, скороченням купівельної спроможності населення через значне уповільнення зростання реальної заробітної плати в умовах девальвації офіційного курсу гривні, зростанням цін на споживчому ринку, недостатнім рівнем сервісу

торговельних послуг, невідповідністю співвідношення «ціна – якість», недотриманням стандартів якості, недостатньою кваліфікацією працівників галузі.

Водночас, найбільш суттєві проблеми (нерозвиненість торговельної та транспортної інфраструктур, нестабільність політичної ситуації в країні тощо), які гальмують розвиток внутрішньої торгівлі та свідчать про невиконання галуззю своєї соціально-економічної функції, виникають в інституціонально-трансформаційній підсистемі СВТ, в якій, з урахуванням думки споживачів, утворюються найбільш впливові гальмівні чинники. Це зумовлює необхідність дослідження процесу регулювання трансформаційних змін в СВТ України. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2005. – № 4. – С. 145 – 153.
2. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку / За ред. О. О. Шубіна. – Донецьк; Львів: ЛКА; ДонНУЕТ, 2007. – 415 с.
3. Возіянова Н. Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку: монографія / Н. Ю. Возіянова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського; наук. ред. О. М. Азарян. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 516 с.

- 4. Голошубова Н.** Роздрібна торгівельна мережа України: стан і тенденції розвитку / Н. Голошубова // Економіка України. – 2008. – № 9. – С. 74 – 85.
- 5.** Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області. Торгівля Львівської області. – Львів, 2014. – 96 с.
- 6.** Державна служба статистики України. Роздрібна торгівля України у 2013 році. – К., 2014. – 177 с.
- 7.** Держстат, розрахунки Мінекономрозвитку, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України Державна політика у сфері торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavnaPolitikaUSferiTorgivli>
- 8.** Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ua/media/news/179274.html> – Заголов. з екрану ; Міністерство доходів і зборів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ovu.com.ua/articles/595-ministerstvo-dohodiv-i-zboriv-ukrayini/publisher> – Заголов. з екрану.
- 9. Лігоненко Л. О.** Інвестиційна привабливість української торгівлі: реалії та перспективи / Л. О. Лігоненко // Україна торгівельна. Імідж торгівлі та сервісу. – 2007. – Вип. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.who-is-who.com.ua>.
- 10. Мазаракі А. А.** Всі дороги ведуть... до торгівлі / А. А. Мазаракі // Вісник Пенсійного фонду України. – 2006. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.vpf.com.ua
- 11.** Міністерство економічного розвитку і торгівлі України Державна політика у сфері торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavnaPolitikaUSferiTorgivli>
- 12. Омелянович Л. О.** Торгівля України: еволюційні зміни і сучасний стан / Л. О. Омелянович // Україна торгівельна. Імідж торгівлі та сервісу. – 2007. – Вип. 2. – С. 43 – 47.
- 13. Савощенко А. С.** Інфраструктура товарного ринку / А. С. Савощенко. – К. : КНЕУ, 2005. – 336 с.
- 14.** Трансформаційні процеси в торгівлі України : монографія / [Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, Г. Л. Піратовський та ін.] ; за ред. Л. О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – С. 114 – 117.
- 15. Яцун Л. М.** Тенденції розвитку роздрібної торгової мережі / Л. М. Яцун, Г. С. Винокурова // Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 79 – 87.
- Holoshubova, N. "Rozdribna torhivnelna merezha Ukrainy: stan i tendentsii rozvytku" [Retail chains Ukraine: state and development trends]. *Ekonomika Ukrainy*, no. 9 (2008): 74-85.
- Lihonenko, L. O. "Investytsiina pryvablyvist ukrainskoi torhivli: realii ta perspektyvy" [Investment attractiveness of Ukrainian trade: Realities and Prospects]. <http://www.who-is-who.com.ua>
- Lihonenko, L. O. et al. *Transformatsiini protsesy v torhivli Ukraini* [Transformation processes in Ukraine trade]. Kyiv: KNTEU, 2009.
- Mazaraki, A. A. "Vsi dorohy vedut... do torhivli" [All roads lead to... trade]. www.vpf.com.ua
- "Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy Derzhavna polityka u sferi torhivli" [Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine State policy in the sphere of trade]. <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavnaPolitikaUSferiTorgivli>
- Omelianovych, L. O. "Torhivlia Ukrainy: evoliutsiini zminy i suchasnyi stan" [Trade Ukraine: evolutionary changes and current status]. *Ukraina torhivnelna. Imidzh torhivli ta servisu*, no. 2 (2007): 43-47.
- Savoshchenko, A. S. *Infrastruktura tovarnoho rynku* [Infrastructure commodity market]. Kyiv: KNEU, 2005.
- Vozianova, N. Yu. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: teoretychnyi bazys, monitorynh, modeli rozvytku* [Internal trade Ukraine: theoretical basis, monitoring, model development]. Donetsk: DonNUET, 2013.
- Vnutrishnia torhivlia: rehionalni aspekty rozvytku* [Internal trade: regional development aspects]. Donetsk; Lviv: LKA; DonNUET, 2007.
- Yatsun, L. M., and Vynokurova, H. S. *Tendentsii rozvytku rozdribnoi torhovoivoi merezhi* [Trends in the retail distribution network], no. 22/2 (2009): 79-87.

REFERENCES

- Аропій, В. В. "Suchasni problemy ta stratehichni priorytety rozvytku vnutrishnoyi torhivli Ukrainy" [Current problems and strategic priorities of domestic trade Ukraine]. *Visnyk DonDUET*, no. 4 (2005): 145-153.
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Holovne upravlinnia statystyky u Lvivskii oblasti. Torhivlia Lvivskoi oblasti* [State Statistics Service of Ukraine. Department of Statistics in the Lviv region. Trade Lviv region]. Lviv, 2014.
- Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Rozdribna torhivlia Ukrainy u 2013 rotsi* [State Statistics Service of Ukraine. Retail Ukraine in 2013]. Kyiv, 2014.
- "Derzhstat, rozrakhunky Minekonomrozvytku, Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy. Derzhavna polityka u sferi torhivli" [State Statistics calculations Minister, Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. The state policy in the field of trade]. <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=DerzhavnaPolitikaUSferiTorgivli>
- Derzhavna fiskalna sluzhba Ukrainy; Ministerstvo dokhodiv i zboriv Ukrainy. <http://sfs.gov.ua/ua/media/news/179274.html>; <http://ovu.com.ua/articles/595-ministerstvo-dohodiv-i-zboriv-ukrayini/publisher>