

ФУНКЦІІ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Процес адаптації внутрішнього товарного ринку до вимог міжнародного товарного ринку з метою можливості конкурувати на ньому безпосередньо впливають на деформацію системи внутрішньої торгівлі в Україні, що вимагає більш ретельного вивчення її сутності як з економічної, так і з соціальної точок зору. З цією метою у статті встановлено роль внутрішньої торгівлі у національній економіці; узагальнено підходи до визначення функцій внутрішньої торгівлі; проаналізовано існуючі класифікації функцій внутрішньої торгівлі. Проведено уточнення функцій внутрішньої торгівлі з їх поділом на соціальну, економічну та інституціонально-трансформаційну та подана їх характеристика за переліком завдань, на вирішення яких направлена реалізація кожної функції.

Ключові слова: внутрішня торгівля, класифікація, функції, завдання, ознаки.

M. Barna

DOMESTIC TRADE FUNCTIONS IN MODERN CONDITIONS

The adaptation process of domestic commodity market to the international commodity market requirements is considered. The author stresses that this adaptation process impact directly on the domestic trade system deformation in Ukraine. To this end, the role of domestic trade within the frame of national economy is established. The author generalizes the approaches to determining the domestic trade functions and domestic trade classifications. The clarifying of domestic trade functions with their division on social, economic, institutional and transformational is suggested.

Keywords: domestic trade, classification, functions, task, features.

Вступ. Сучасний період розвитку національної економіки трансформується під впливом євроінтеграції, лібералізації зовнішньоекономічних відносин країни у глобальному просторі, розширення зовнішньоекономічних зв'язків і поглиблення процесів міжнародних економічних відносин. У цих умовах змінюються пріоритети економічних і товарних відносин України, що вимагає адаптуватися внутрішньому товарному ринку до вимог міжнародного товарного ринку з метою можливості конкурувати на ньому. У свою чергу, ці процеси безпосередньо впливають на деформацію системи внутрішньої торгівлі в Україні, що вимагає більш ретельного вивчення її сутності як з економічної, так і з соціальної точки зору.

Очевидно, що проблеми економічного та соціального порядку, що перешкоджають розвитку внутрішньої торгівлі на сучасному етапі й виокремлюються вченими, доповнюються проблемами інституціональними, які виникають внаслідок неефективного регулювання процесів у галузі та неякісного управління з боку державних органів. Наявність таких проблем є свідченням незбалансованої системи внутрішньої торгівлі України – дисбалансу між її підсистемними елементами (керуючими та керованими суб'єктами системами), що потребує її формування на принципово нових засадах, які відповідатимуть трансформаційним змінам, пов'язаним із міжнародною та європейською інтеграцією національної економіки на сучасному етапі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наявність встановлених практичних проблем і їх групування за соціальною, економічною та інституціональною сутністю є наслідком невірної сприйняття методології внутрішньої торгівлі та, зокрема, не усвідомлення важливої ролі цього виду економічної діяльності для розвитку національної економіки та соціальної сфери. При цьому, на основі проведеного контент-аналізу праць учених І. В. Крючкової [13], М. П. Бутка. [2], В. М. Геєця, А. А. Мазаракі [9], В. С. Марцина [7], І. Л. Чічланової [16], Н. Ю. Возіянової [4, 5], В. О. Соболева [12], Ю. Ю. Юрченко [15], С. В. Васильчака, О. Р. Жидяк [3], Н. М. Рушишиної [11], В. В. Апопія, І. А. Лопашук [1], М. С. Молодожені [8], доходимо висновку, що серед результатів їх досліджень не існує чіткого уявлення про роль внутрішньої торгівлі з урахуванням її соціальної та економічної сутності, що можна визнати науковою проблемою.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед учених існують різні підходи до визначення ролі внутрішньої торгівлі, про що свідчать результати досліджень, узагальнених у табл. 1.

Визначення вченими ролі внутрішньої торгівлі з соціально-економічної точки зору (узагальнено автором)

Вчений, джерело	Роль внутрішньої торгівлі
	<i>Акцент на економічну роль</i>
Крючкова І. В. [13, с. 238]	Виконує роль економічного двигуна для інших галузей, сприяє безперервності відтворювальних процесів, здійснює ринкове узгодження споживчого попиту і пропозиції, забезпечує ефективні народногосподарські та міжрегіональні зв'язки.
Бутко М. П. [2, с. 40]	Виконує роль економічного рушія для всіх інших видів економічної діяльності та функціонує як складова єдиного цілого – відтворювального процесу – на основі взаємодії його учасників.
	<i>Акцент як на соціальну, так і економічну ролі</i>
Гесць В. М., Мазаракі А. А. [9, с. 130]	Сприяє підвищенню конкурентоспроможності України в глобальному економічному просторі, оскільки вона є замовником виробництва потрібних споживачу товарів і їх продавцем.
Марцин В. С. [7, с. 16, 23]	Забезпечує взаємозв'язок між промисловістю та сільським господарством, між виробництвом загалом та споживанням товарів – зокрема; здійснює вплив на промисловість та сільське господарство – з однієї сторони, та на споживання людей – з іншої.
Чічланова І. Л. [16]	Забезпечує товарні зв'язки між виробництвом, обміном і споживанням, раціональну відповідність між суспільними потребами та виробничими ресурсами, сприяє задоволенню платоспроможного попиту населення у споживчих товарах і послугах.
Возіянова Н. Ю. [5, с. 74]	Виконує самостійну роль у кругообігу капіталу та відтворенні в тому випадку, якщо торговець авансує промислому капіталу частину капіталу на просування товару й тоді проявляються економічні переваги торгівлі, створюється можливість виконання нею системних функцій, і торговець одержує соціальну й економічну роль.
Соболев В. О. [12, с. 17, 25-26]	Виступає каталізатором розвитку країни; є конденсатором фактичних та потенційних потреб споживачів та координатором адекватності виробництва цим потребам.
Юрченко Ю. Ю. [15, с. 87]	Сприяє оптимальному розподілу товарних ресурсів, гармонізації єдиного споживчого ринку країни, покликана здійснювати господарські зв'язки між виробництвом і роздрібною торгівлею, товарний обмін між різними сферами економіки і районами країни, впливає на виробництво товарів, їх якість і на ефективність самого торговельного процесу.

Однак, очевидно, що переважна більшість учених-економістів, при різному сприйнятті ролі торгівлі, виокремлюють як її економічну, так і соціальну сутність у комплексі, що полягає в одночасному задоволенні потреб виробників і споживачів товарів на внутрішньому ринку на різних рівнях національної економіки та споживчого ринку, та між різними видами економічної діяльності.

На нашу думку, на практиці внутрішня торгівля в Україні не виконує притаманних їй функцій, при визначенні яких серед учених існують певні розбіжності як за кількістю, так і за трактуванням.

Перш за все, протиріччя при встановленні функцій внутрішньої торгівлі торкаються таких сторін, як: виділення кількості самих функцій та їх визначення; сприйняття вченими головної функції; визначення головної мети реалізації функцій; чітке визначення соціальної та економічної функції.

На основі проведеного узагальнення підходів щодо визначення функцій внутрішньої торгівлі за змістом першоджерел можна зазначити, що не існує не тільки загально визнаної класифікації за їх кількістю та назвою, але й відсутнє в окремих вчених уявлення про призначення функцій, де замість них визначаються завдання, що повинна виконувати внутрішня торгівля. У цьому контексті найбільш проблематичними з наукової точки зору є такі підходи:

- класифікація, запропонована М. П. Балабановим, якій Ю. Ю. Юрченко надана характеристика, з якою можна цілком погодитися, а саме: “Представлена М. П. Балабановим класифікація в макроекономічному аспекті виявляє тавтологію в тому, що в числі функцій називається посередниця, тоді як посередництво – це сама сутність оптової торгівлі; на мікрорівні представлена класифікація є недостатньо обґрунтованою” [15, с. 103-104]; отже, по-

годжуючись з такою характеристикою, саму необґрунтованість можна визнати й у сприйнятті функцій іншими вченими (у т.ч. самою Ю. Ю. Юрченко), які замість функцій визначають завдання, що стоять перед внутрішньою торгівлею (Г. М. Магомедмірзаєвою, Н. Ю. Возіяновою, А. М. Виноградською);

- класифікації, що містяться у Державних стандартах Російської Федерації (ГОСТ Р 51773-2001 “Розничная торговля” [10] та ГОСТ Р 51303-99 “Торговля” [14]), в яких функції внутрішньої торгівлі підмінені загально відомими функціями менеджменту; надані Д. Гілбертом та О. М. Шкановою, якими функції замінені як завданнями внутрішньої торгівлі, так і доповнені функціями менеджменту;

- класифікація, надана В. О. Соболевим, яким до основної функції внутрішньої торгівлі необґрунтовано віднесено функцію, властиву для виробничої сфери, а логістичну необґрунтовано виділено із завдання, що полягає в “обслуговуванні покупців і надання їм різного роду послуг” [12, с. 24-26, 81].

Отже, серед представлених точок зору вчених, більшість можна визнати нелогічними щодо виділення функцій внутрішньої торгівлі, та лише деякі з них такими, що гармонують із соціально-економічною сутністю та роллю внутрішньої торгівлі, а саме: С. В. Васильчак, О. Р. Жидяк [3, с. 147] і Н. М. Рушишиною [11, с. 8], якими поруч із комерційною (торгівельною) та технологічною, виділяється й соціальна та економічна, та В. В. Апоп'єм, І. А. Лопашук [1, с. 6] і М. С. Молодоженою [8, с. 15], якими безпосередньо виділяються дві основні, на наше переконання, функції внутрішньої торгівлі – соціальна та економічна (забезпечення товарообігу).

Певні суперечності виникають також при сприйнятті вченими головної функції внутрішньої торгівлі. Так, зокрема, В. С. Марцин головною функцією визнає “найбільш повне задоволення потреб як індивідуальних, так і колективних” [7, с. 23], тобто віддає перевагу соціальній сутності виконання внутрішньої торгівлею своїх функцій; В. В. Аполій та І. А. Лопашук, навпаки, пріоритет визнають за економічною сутністю, стверджуючи, що “...за основними функціями торгівлі найбільш узагальненим і важливим результатом її діяльності є товарооборот..., отже, правомірно віднести товарооборот до основного результату діяльності торгівлі” [1, с. 6]; у дослідженнях М. П. Бутко стверджується, що “...торгівля функціонує як складова єдиного цілого – відтворювального процесу – на основі взаємодії його учасників, з яких виконує певні функції і керується власними економічними інтересами...” [2, с. 40], що також виділяє пріоритет економічної сутності при визначенні головної функції внутрішньої торгівлі; Н. Ю. Возіянова стверджує, що “основною функцією торгівлі є реалізація товарів споживачам, яка супроводжується зміною товарної форми вар-

Отже, виходячи з вищевикладеного, можна констатувати, що реалізація головної функції внутрішньої торгівлі має на меті вирішення її соціальних та економічних завдань одночасно та, відповідно, досягнення соціально-економічної мети розвитку цього виду економічної діяльності. У цьому полягає як сутність, так і роль внутрішньої торгівлі.

Реалізація як соціальної, так і економічної функції внутрішньої торгівлі спирається на виконання відповідних економічних і соціальних завдань, які стоять перед цим видом економічної діяльності, та які забезпечують її розвиток. Виконання цих завдань повинно вирішити існуючі проблеми розвитку внутрішньої торгівлі як в економічній та соціальній підсистемах, так і в інституціональній. Відтак, логічним є доповнення соціальної та економічної функції внутрішньої торгівлі не менш важливою – інституціонально-трансформаційною.

Отже, на основі вищевикладеного, уточнено функції внутрішньої торгівлі з їх поділом на соціальну, економічну та інституціонально-трансформаційну, характеристику яких надано у табл. 2.

Таблиця 2

Класифікація функцій внутрішньої торгівлі (авторська розробка)

Функція	Характеристика функції внутрішньої торгівлі за переліком завдань, на вирішення яких скерована реалізація функції
Соціальна	Вирішення соціальних проблем розвитку внутрішньої торгівлі шляхом: задоволення потреб споживачів і населення в товарах; розширення асортименту та підвищення обсягу товарної маси; вдосконалення технології торгівлі з метою покращення обслуговування покупців; підвищення якості обслуговування споживачів.
Економічна	Вирішення економічних проблем розвитку внутрішньої торгівлі шляхом: задоволення потреб виробників; відшкодування витрат на виробництво товарів; кредитування оптових покупців; удосконалення системи ціноутворення.
Інституціонально-трансформаційна	Вирішення інституціональних проблем розвитку внутрішньої торгівлі в умовах трансформації шляхом: спрощення системи доступу до товарів; забезпечення зв'язків між галузями народного господарства й регіонами країни; рекламування товарів; стимулювання збуту товарів вітчизняного виробництва, формуванням іміджу їх товаровиробників; створення розподільчих торговельних центрів; підвищення якості обслуговування споживачів; розширення каналів постачання та збуту товарів; удосконалення процесу регулювання галузевих і регіональних товарних ринків; забезпечення ритмічності та оптимізації поставок партій товарів; удосконалення складування.

тості на грошову...” [4, с. 16]; це дозволяє переконатися у наддані цим ученим пріоритету соціальної сутності при виділенні головної функції торгівлі.

Отже, серед багатьох учених лише деякі чітко усвідомлюють, що реалізація головної функції внутрішньої торгівлі може бути гармонізованою з виконанням цим видом економічної діяльності своєї соціально-економічної сутності. Саме такий підхід є обґрунтованим, витікаючи з характеристик функцій торгівлі, наданими класиком політичної економії К. Марксом у своїй науковій праці “Капітал”, який вважав, що: “функція товарного капіталу обслуговується операціями купця, його купівлею і продажем, так що ці операції відливаються у форму особливого підприємства, окремого від інших функцій промислового капіталу... це – особлива форма суспільного розподілу праці, внаслідок чого деяка частка функції, яка має бути виконана в особливій фазі відтворення капіталу, у цьому випадку у фазі обігу, є винятковою функцією особливого агента обігу, відмінного від виробника” [6, с. 255].

Наведена класифікація дає змогу чітко визначити, для вирішення яких завдань обґрунтовується кожна функція з метою розв'язання відповідно соціальних, економічних та інституціонально-трансформаційних проблем розвитку внутрішньої торгівлі.

Вважаємо, що саме остання функція є базовою для виконання внутрішньою торгівлею своєї сутності та ролі у розвитку національної економіки України на сучасному етапі, оскільки власне в умовах трансформації найбільш гостро проявляється вплив чинників, які змінюють середовище цього виду економічної діяльності, умови функціонування суб'єктів господарської діяльності в ньому та самої системи внутрішньої торгівлі.

Висновки. Отже, підсумовуючи результат проведеного дослідження щодо визначення функцій внутрішньої торгівлі, можна дійти таких висновків:

- розвиток внутрішньої торгівлі в Україні на сучасному етапі відбувається в умовах зміни формату міжнародних економічних відносин та європейської інтеграції, що зумовлює трансформацію системи цього виду економічної діяльності, торговельних відносин між виробниками, споживачами та

посередниками в процесі реалізації та придбання товарів і послуг на внутрішньому національному ринку;

- внутрішня торгівля виконує як економічні, так і соціальні функції, реалізація яких дозволяє вирішити проблеми економічного та соціального порядку; при цьому причиною загострення проблем в економічній та соціальних сферах можна вважати проблеми інституціонального порядку, пов'язані з неефективністю регулювання процесів у торгівлі та неякісного управління ними з боку державних органів; відтак, соціальну та економічну функції внутрішньої торгівлі неможливо реалізувати без реалізації інституціонально-трансформаційної.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Соціально-економічна ефективність торгівлі: теоретико-методологічні аспекти / В. В. Апопій, І. А. Лопашук // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів, 2009. – Вип. 31. – С. 3-9.
2. Бутко М. Інвестиційні аспекти підвищення конкурентоспроможності економіки / М. Бутко // Економіка України. – 2004. – № 4. – С. 40-45.
3. Васильчак С. В. Оцінка ефективності розвитку торговельних підприємств України / С. В. Васильчак, О. Р. Жидяк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 146-149.
4. Возіянова Н. Ю. Організаційно-економічний механізм розвитку внутрішньої торгівлі України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Н. Ю. Возіянова. – Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2013. – 36 с.
5. Возіянова Н. Ю. Організаційно-економічний механізм розвитку внутрішньої торгівлі України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Н. Ю. Возіянова. – Донецьк, 2013. – 527 с.
6. Маркс К. Капітал / К. Маркс, Ф. Енгельс. Соч. – М. : 1964. – Т. III, ч. 1. – 674 с.
7. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 402 с.
8. Молодоженя М. С. Управління результативністю інноваційної діяльності підприємств торгівлі : дис. канд. екон. наук за спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / М. С. Молодоженя. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 166 с.
9. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів : монографія / [у 2 ч. – Ч. 2, за ред. В. М. Геєця, А. А. Мазаракі]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 273 с.
10. Розничная торговля. Классификация предприятий : ГОСТ Р 51773-2001. [Введен в действие с 2002-01-01]. – М. : Изд-во стандартов, 2001. – 16 с.
11. Руцишин Н. М. Ефективність функціонування торговельних підприємств в умовах розвитку національної економіки : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.07.05 / Н. М. Руцишин ; Львівська комерційна академія Укоопспілки. – Львів, 2006. – 24 с.
12. Соколов В. О. Організаційно-економічний механізм розвитку роздрібно торгівлі : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / В. О. Соколов. – Донецьк, 2010. – 450 с.
13. Структурна гармонізація економіки України як чинник економічного зростання : монографія / [за ред. І. В. Крючкової]. – К. : Експрес, 2007. – 520 с.
14. Торговля. Термины и определения : ГОСТ Р 51303-99. [Введен в действие с 2000-01-01]. – М. : Изд-во стандартов, 1999. – 16 с.
15. Юрченко Ю. Ю. Трансформація інституту оптової торгівлі України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Ю. Ю. Юрченко. – Донецьк, 2013. – 370 с.
16. Чичиланова И. Л. Основные проблемы сбалансированного развития предприятий торговли / И. Л. Чичиланова : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.jurnal.org/articles/2011/ekon46.html>.