

ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧИМИ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

КАЧАН Олег

Львівський торговельно-економічний університет

<https://orcid.org/0009-0001-0496-0186>

e-mail: kachan71y@icloud.com

У статті внутрішня торгівля розглядається як сектор економіки, що опосередковує процеси виробництва, збуту і споживання продукції (товарів, послуг). Виділено склад та інтереси стейкхолдерів в контексті розвитку й ефективного функціонування внутрішньої торгівлі. Наголошено, що внутрішня торгівля відіграє системоутворюючу роль в структурі національного господарства та є одним з провідних індикаторів економічного зростання країни і сталого розвитку регіональної (місцевої) економіки. Визначено ключові блоки галузево-секторальної підсистеми внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами – функціональний, організаційний, соціальний та територіальний. Надано характеристики особливостям функціонування та розвитку системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами визначаючи формування й надалі використання її соціально-економічного потенціалу. Запропоновано, особливості, виходячи із їх впливу на формування і реалізацію практично всіх компонентів соціально-економічного потенціалу розвитку системи внутрішньої торгівлі, ідентифікувати за елементами цієї системи – функціональним, організаційним, соціальним, територіальним, інституційно-ресурсним, оперативним, наглядовим.

Ключові слова: внутрішня торгівля, споживчі товари і послуги, соціально-економічний потенціал, підприємства, населення.

<https://doi.org/10.31891/mdes/2023-10-38>

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Внутрішня торгівля на ринку споживчих товарів (послуг) відіграє системоутворюючу роль в структурі національного господарства країни та її регіонів. По суті, цей сектор економіки опосередковує процеси виробництва, збуту і споживання продукції (товарів, послуг), задовольняючи, з одного боку, інтереси підприємництва (в частині продажу готової продукції, надання послуг, отримання доходів, а, відтак, і прибутку, що створює умови для неперервності відтворення виробничої та фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання), а, з іншого боку, інтереси населення (у придбанні потрібних товарів та послуг для задоволення власних споживчих потреб).

Однак на цьому склад стейкхолдерів розвиненого й ефективно функціонуючої внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами не обмежується. Це й центральні, регіональні та місцеві органи влади (інтереси яких в розвитку країни, території за рахунок податкових надходжень, інвестицій, новостворених робочих місць, ділової активності, зайнятості та місцевого економічного розвитку), й громадськість (розвиток інфраструктури, створення сучасних об'єктів торгівлі та сервісу, становлення фінансово потужних місцевих компаній готових реалізувати соціально відповідальні заходи, здійснювати меценатство тощо), й фінансово-кредитний сектор (збільшення обсягів банківського обслуговування населення та бізнесу, кредитування (особливо споживчого) підприємств і організацій, надання інших фінансових послуг, у т. ч. страхування тощо), й суб'єкти бізнес-інфраструктури (зростання місткості внутрішнього ринку обслуговування бізнес-процесів і бізнес-комунікацій економічних агентів та населення і т. п.) та ін.

Без перебільшення буде вказати на те, що розвинений внутрішній ринок та зокрема торгівля споживчими товарами й послугами є одним з провідних індикаторів економічного зростання країни та сталого розвитку регіональної (місцевої) економіки. При тому ці процеси позитивно позначаються не тільки на макроекономічних характеристиках, але й на якості життя, розвитку інфраструктури, у т. ч. соціальної, демократизації суспільства, поступу сфери культури і т. п.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Внутрішня торгівля споживчими товарами і послугами є об'єктом значної уваги та посиленого інтересу з боку економічної науки. Наукові дослідження внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами вже сформували різні історичні епохи у пізнанні економіки та її розвитку. При цьому з кожним новим етапом економічного розвитку значення внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами лише посилювалось і в теперішніх глобалізаційних та неоіндустріальних умовах її розбудова є чи не основним завданням держави для становлення динамічного, з високим рівнем безпеки і конкурентоспроможності національного господарства.

Сутнісні характеристики внутрішньої торгівлі споживчими товарами й послугами вивчені у роботах багатьох економістів, але, як сказано, торговельні відносини активно трансформуються і її елементний склад підлягає змінам, що вимагає постійних досліджень і вироблення прогресивних підходів для розвитку понятійного апарату, методичного інструментарію, алгоритмів аналізування внутрішньої торгівлі. Тут варто виділити праці таких науковців, як В. Апопія [1, с. 148–162], А. Афенді [2], Л. Безуглої [3, с. 112–114], Т. Васильціва [4, с. 10–19; 5, с. 71–79], М. Гомба [6, с. 240–246], Н. Демчук [3, с. 112–114], А. Кашперська [7, с. 120–127], П. Куцика [8, с. 5–12], А. Лизанець [6, с. 240–246], Р. Лупака [4, с. 10–19; 5, с. 71–79; 9, с. 136–142], Т. Пашкуда [2], К. Пугачевської [8, с. 240–246], Б. Семака [5, с. 71–79], О. Ткаліч [3, с. 112–114], О. Трут [10, с. 37–43], М. Флейчук [4, с. 10–19], М. Чорної [1, с. 148–162].

Попри численну кількість наукових підходів до питань розвитку системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами, подальше дослідження в такому напрямі обумовлене високою динамічністю потреб населення, посиленням глобалізації виробничих відносин, постійно зростаючим рівнем технологізації бізнесу та іншими чинниками, які активують масштабні зміни у середовищі торговельних відносин.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ ЧАСТИН

Концептуальна структура системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами й послугами розглядається з позиції, коли у центрі системи – визначення мети, на досягнення якої спрямовується і функціонування елементів цієї системи як суто галузевої системи, так і системи регулювання внутрішньої торгівлі. Фактично, єдина мета опосередковує і узгоджує відповідні процеси, визначає і склад і структуру цієї системи, і водночас спектр тих дій та заходів, які мають бути реалізованими.

Логічно, коли відповідна мета закріплюється у стратегічних та програмних документах збалансування і забезпечення системного розвитку внутрішньої торгівлі споживчими товарами й послугами, а також визначає сукупність критеріїв – індикаторів моніторингу, контролю й оцінювання ефективності державної політики в аналізованій сфері. Така мета не може бути частковою, а має бути системною і комплексною, орієнтуватися на базисні зміни і зрушення, параметри якості та ефективності. Відтак, найбільш оптимальним варіантом є повноцінна реалізація функцій внутрішньої торгівлі в системі національної економіки, зокрема щодо забезпечення процесів обміну товарів та послуг на гроші, задоволення економічних інтересів продавців та потреб покупців.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є наукове обґрунтування особливостей та соціально-економічного потенціалу системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами виходячи з складу її функціонально-структурних елементів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Видається доцільним визначити чотири ключові блоки галузево-секторальної підсистеми внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами, зокрема (1) функціональний, (2) організаційний, (3) соціальний та (4) територіальний. Перший відповідальний за побудову системних зв'язків (сукупності) та ефективне функціонування суб'єктів торгівлі (товароруху), що утворюють такі її ланки, як збут, посередництво, опт та роздріб. Як відомо, першою ланкою, що є найкоротшою та може забезпечувати обмін товарів на гроші, є виробництво або імпорт і продаж товарів одразу «з перших рук» чи від представників виробника / імпортера. Слід вказати, що у системі внутрішньої торгівлі безпосередньо споживчими товарами та послугами такий канал використовується в меншій мірі, однак існує і задовольняє частину потреб населення та підприємств.

Аналогічною є ситуація з посередницькою ланкою, утвореною з представників, дистриб'юторів, агентів, брокерів і т. п. Як правило, такі суб'єкти не мають власних торговельних площ, здійснюючи головно посередницькі функції, проте придбання в них товарів населенням може відбуватися через електронну комерцію, інструменти мережевого маркетингу, на виставках і т. п.

Також традиційно незначною є частка продажу споживчих товарів у системі оптової торгівлі, головним призначенням якої є доведення товарів до роздрібною торговельною мережі, їх транспортування у великих обсягах з подальшим розподіленням на дрібніші партії. Водночас, окремі оптовики (особливо на оптових ринках з продажу сільськогосподарської продукції,

крафтових товарів, продукції малих фермерських господарств тощо) практикують збут товарів й кінцевому споживачеві.

Позаяк, найбільшу частку та роль в системі внутрішньої торгівлі споживчими товарами й послугами, беззаперечно, виконують суб'єкти саме роздрібної торгівлі та надання послуг населенню. Це супер- та гіпермаркети, крамниці біля дому, об'єкти роздрібної мережевої торгівлі, інші форми та формати продажу товарів у роздріб, об'єкти надання споживчих послуг населенню, ринки зі збуту продовольчих та непродовольчих товарів, торгово-розважальні центри, а також суб'єкти, які здійснюють електронну комерцію.

Важливою є роль організаційного блоку функціонування системи внутрішньої торгівлі, адже він покликаний забезпечити процеси організації та управління розвитком внутрішньої торгівлі, причому на різних рівнях економічних відносин – макроекономічному, регіональному та корпоративному (суб'єктів, що здійснюють торговельну діяльність та/чи надання споживчих послуг населенню). Слід вказати на те, що загальна система організації управління внутрішньою торгівлею достатньо складна і розлога, що обумовлено широким спектром завдань і функцій, які вона реалізує. Зокрема для торгівлі та сфери споживчих послуг чи не найбільш актуальними є питання якісного та безпечного обслуговування споживача, задоволення його потреб тощо. Відтак, для внутрішньої торгівлі має бути вибудованою комплексна ієрархія центральних, галузевих, громадських та корпоративних структур (зі зв'язками між ними), відповідальних за менеджмент розвитку і галузі, і її суб'єктів, і реалізацію при тому провідних функцій та завдань, особливо суспільних і соціально значимих.

З таких же позицій невід'ємним блоком елементів системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами слід розглядати соціальний, існування якого покликане мінімізувати виклики і загрози соціальній безпеці суспільства під час споживання товарів / послуг, суб'єктів господарювання, соціально-трудових відносин, персоналу підприємств торгівлі та сфери послуг засобами реалізації соціально-відповідальної поведінки суб'єктів господарювання, які спеціалізуються на торгівлі і послугах для населення.

Оскільки внутрішня торгівля є сектором економіки, функціонування якого може стати імпульсом розвитку депресивних і менш економічно розвинених територій, чинником зростання ділової активності населення, розвитку локального малого підприємництва і т. п., тут критично актуальними стають питання територіального (просторового) збалансування й розвитку. Ці аспекти мають високий потенціал зокрема в частині державної політики вирівнювання та подолання дисбалансів соціально-економічного поступу регіонів / територій крізь призму (механізми, інструментарій) регулювання системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами / послугами.

Відтак, друга сторона системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами й послугами – підсистема регулювання внутрішньої торгівлі. По суті, це набір механізмів, засобів, інструментів, які можуть використовуватися суб'єктами управління заради впливу на зміни в характеристиках тих об'єктів та предметів, на які здійснюється вплив. Однак, при тому розуміємо, що політика держави в будь-якій сфері виходить зі вже сформованих або таких, що склалися на певний момент часу, інституційних, середовищних, ресурсних і т. п. умов, а також орієнтується на досягнення запланованих результатів, якими є макро-, регіональні та мікроекономічні ефекти.

Закономірно, що визначені елементи системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами характеризуються властивими їм особливостями (табл. 1), які мають також вплив й на параметри соціально-економічного потенціалу цього сектора національної економіки. До прикладу, торгівля має специфіку, пов'язану з проходженням товарами низки ланків товароруку і це значно актуалізує питання розвитку інфраструктурного та логістичного складових потенціалу, посилює потребу в значному ресурсному забезпеченні (ресурсного потенціалу), яке буде алоковане та раціонально використане на кожній зі стадій просування товарів від сектора виробництва до сфери їх споживання.

Особливості складної організаційно-управлінської системи менеджменту процесів становлення і розвитку внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами накладають свої обмеження у вигляді формування та повноцінної реалізації організаційного потенціалу галузі.

Згадувана проблематика здійснення покладених на внутрішню торгівлю соціальних функцій і завдань надає більш яскравого вираження соціальній, інтелектуальній і суспільно-політичній компонентам соціально-економічного потенціалу внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами.

Таблиця 1

Елементи системи внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами: особливості та соціально-економічний потенціал

Елементи системи	Особливості	Вплив на соціально-економічний потенціал
Функціональний	Передбачає поетапне проходження низки ланок товароруху від виробництва до збуту товарів (послуг), кожен з яких, по суті, є окремим галузевим утворенням	Потребує формування інфраструктурного та логістичного компонент потенціалу, визначається можливостями нарощення ресурсного потенціалу
Організаційний	Визначається більш складною різномірною та багато суб'єктною системою організації й управління розвитком	Базується на системі колективного інституційно-договірному регулювання (організаційний потенціал)
Соціальний	Значно вищий рівень зорієнтованості на соціальну ефективність та реалізацію зовнішніх соціальних функцій і завдань	Характеризується вираженою соціальною складовою потенціалу, високим рівнем залежності від формування та ефективної реалізації інтелектуальної і суспільно-політичної складових потенціалу
Територіальний	На відміну від виробничих об'єктів, що локалізуються, потребує розгалуженої мережі об'єктів торгівлі	У значній мірі визначається демографічною складовою та істотним впливом на ресурсну та макроекономічну складові потенціалу
Інституційно-ресурсний	Високий рівень залежності від якості економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності, державної підтримки розвитку малого і середнього бізнесу, регулювання продажу споживчих товарів і надання послуг населенню, розвитку систем транспортування і логістики, якісного інтелектуально-кадрового забезпечення, систем виробництва / імпорту товарів	Потребує належного рівня сформованості та високої ефективності використання таких компонент потенціалу, як транспортно-логістична, інноваційна, інформаційно-технологічна, інтелектуально-кадрова, товарна; стосується тісної залежності з процесами діджиталізації та цифрових комунікацій
Оперативний	Більша увага на врегулюванні викликів та проблемних аспектів функціонування і розвитку внутрішньої торгівлі, гарантування безпеки споживання	Орієнтується на посилення продовольчої, соціальної, демографічної, зовнішньоекономічної компонент потенціалу
Наглядний	Головний акцент на реалізації макроекономічних і соціальних функцій внутрішньої торгівлі	Потребує реалізації макроекономічного, виробничого, інвестиційно-інноваційного, економіко-трудоного та суспільного складників потенціалу

Джерело: авторська розробка.

Завдання, пов'язані зі забезпеченням збалансованого просторового розвитку, мають специфікою вплив на демографічну та макроекономічну компоненти соціально-економічного потенціалу внутрішньої торгівлі, особливо коли йдеться про задоволення потреб населення і перебіг процесів його відтворення.

Становлення якісної системи, а також сталий розвиток внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами має властиву специфіку й під час організації та реалізації державної політики в цій сфері. Особливості пов'язані і з інституційно-ресурсним забезпеченням галузі, і з оперативним рівнем (впровадження механізмів, інструментів та засобів регулювання), і з контролем та очікуваними результатами поступу цього сектора національного господарства та внутрішнього ринку.

Їх урахування актуалізує проблематику формування й раціонально-ефективного використання більшості макроекономічних та соціальних компонент потенціалу внутрішньої торгівлі споживчими товарами та послугами, зокрема макроекономічної, транспортно-логістичної, інноваційної, інформаційно-технологічної, ресурсної, а також продовольчої, соціальної та демографічної.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Характеристичні особливості функціонування та розвитку системи внутрішньої торгівлі визначають специфіку формування й надалі використання соціально-економічного потенціалу цієї

секторально-галузевої системи. Вказані особливості, а, відтак, їх вплив на формування та реалізацію практично всіх компонент соціально-економічного потенціалу розвитку системи внутрішньої торгівлі товарами та послугами, доречно ідентифікувати за елементами цієї системи, зокрема функціональним, організаційним, соціальним, територіальним, інституційно-ресурсним, оперативним, наглядом.

Перспективи подальших досліджень варто пов'язувати із дослідженням механізмів державної політики розвитку внутрішньої торгівлі споживчими товарами і послугами і, таким чином, здійснивши розширення теоретико-методичних положень модернізації системи внутрішньої торгівлі.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Апопій В. В., Чорна М. В. Ключові макроекономічні тенденції сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 1(31). С. 148–162.
2. Пашкуда Т. В., Афенді А. І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759>.
3. Демчук Н. І., Безугла Л. С., Ткаліч О. В. Внутрішня торгівля в Україні: стан та перспективи розвитку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 112–114.
4. Васильців Т. Г., Флейчук М. І., Лупак Р. Л. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2017. Вип. 53. С. 10–19.
5. Семак Б. Б., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Напрями формування інтелектуально-кадрового забезпечення підприємств роздрібною торгівлі. *Економічний дискурс*. 2016. Вип. 2. С. 71–79.
6. Пугачевська К. Й., Лизанець А. Г., Гомба М. В. Детермінанти розвитку внутрішньої торгівлі в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 10. С. 240–246.
7. Кашперська А. І. Ринок роздрібною торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 120–127.
8. Куцик П. О. Внутрішня торгівля України у системі міжгалузевих зв'язків: сучасні тенденції та ключові диспропорції. *Підприємництво і торгівля*. 2021. Вип. 31. С. 5–12.
9. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку України. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 22. С. 136–142.
10. Трут О. О. Передумови та фактори результативного розвитку внутрішньої торгівлі України. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2021. № 20. С. 37–43.

REFERENCES:

1. Apopi, V. V., Chorna, M. V. (2020). Key macroeconomic trends in the modern development of internal trade of Ukraine. *Economic strategy and prospects for the development of trade and services*. Issue 1(31). P. 148–162.
2. Pashkuda, T. V., Afendi, A. I. (2022). Directions of trade development in Ukraine under martial law. *Economy and society*. Issue 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759>.
3. Demchuk, N. I., Bezugla, L. S., Tkalych, O. V. (2019). Domestic trade in Ukraine: state and development prospects. *Investments: practice and experience*. No. 11. P. 112–114.
4. Vasylytsiv, T. G., Fleichuk, M. I., Lupak, R. L. (2017). Priorities and means of state policy to ensure economic security of the development of the domestic market in Ukraine. *Bulletin of the Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences*. Issue 53. P. 10–19.
5. Semak, B. B., Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L. (2016). Directions of formation of intellectual and personnel support of retail trade enterprises. *Economic discourse*. Issue 2. P. 71–79.
6. Pugachevska, K. Y., Lyzanets, A. G., Gomba, M. V. (2021). Determinants of the development of domestic trade in Ukraine. *Business Inform*. No. 10. P. 240–246.
7. Kashperska, A. I. (2021). Retail market of Ukraine: state and development trends. *Business Inform*. 2021. No. 4. P. 120–127.
8. Kutsyk, P. O. (2021). Domestic trade of Ukraine in the system of inter-industry relations: modern trends and key disparities. *Entrepreneurship and trade*. Issue 31. P. 5–12.
9. Lupak, R. L. (2018) Development of entrepreneurship in conditions of import saturation of the domestic market of Ukraine. *Entrepreneurship and trade*. Issue 22. P. 136–142.
10. Trut, O. O. (2021). Prerequisites and factors of effective development of internal trade of Ukraine. *Economic bulletin of NTUU «Kyiv Polytechnic Institute»*. No. 20. P. 37–43.

ELEMENTS OF THE DOMESTIC TRADE SYSTEM IN CONSUMER GOODS AND SERVICES:
FEATURES AND SOCIO-ECONOMIC POTENTIAL

KACHAN Oleh

Lviv University of Trade and Economics

In the article, domestic trade is considered as a sector of the economy that mediates the processes of production, sale and consumption of products (goods, services). The composition and interests of stakeholders in the context of the development and effective functioning of domestic trade are highlighted. It is emphasized that internal trade plays a system-forming role in the structure of the national economy and is one of the leading indicators of the country's economic growth and sustainable development of the regional (local) economy. The key blocks of the sectoral and sectoral subsystem of internal trade in consumer goods and services are defined - functional, organizational, social and territorial. The first is responsible for the construction of system connections (aggregate) and the effective functioning of trade subjects (traffic), which form such links as sales, mediation, wholesale and retail. The organizational block is designed to ensure the processes of organization and management of the development of domestic trade, and at different levels of economic relations - macroeconomic, regional and corporate. The existence of the social block is designed to minimize challenges and threats to the social security of society during the consumption of goods and services. Issues of territorial (spatial) balancing and development are becoming critically relevant, since internal trade is a sector of the economy, the functioning of which can become an impetus for the development of depressed and less economically developed territories. The other side of the system of domestic trade in consumer goods and services is the subsystem of regulation of domestic trade and, in fact, it is a set of mechanisms, means, tools that can be used by management subjects to influence changes in the characteristics of those objects and items that are carried out influence. The characteristics of the functioning and development of the system of internal trade in consumer goods and services are given, determining the formation and further use of its socio-economic potential. Based on their impact on the formation and implementation of almost all components of the socio-economic development potential of the internal trade system, it is proposed to identify the features as elements of this system - functional, organizational, social, territorial, institutional-resource, operational, supervisory.

Keywords: internal trade, consumer goods and services, socio-economic potential, enterprises, population.