

О. В. Пустовойт

Економіка торгівлі

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ – галузь економічної науки, що вивчає проблеми ефективного використання обмежених виробничих ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових) у сфері товарного обміну для максимального задоволення сукупного попиту на внутрішньому ринку національної економіки. Вироб. ресурси у сфері товар. обміну використовують власники товарів для здійснення торг. діяльності на ринку, що складається з актів купівлі-продажу товарів та операцій неторг. характеру – їх реклами, транспортування, пакування, сортування, фасування, комплектування асортименту, зберігання та ін. Технології здійснення цих операцій досліджують торг.-технол. дисципліни (товарознавство, маркетинг, логістика, складське і тарне госп-во тощо) і частково регулює держава через закони та нормативні акти. Держ. регулювання спрямоване на гарантування безпеки споживання товарів, що перебувають в обігу на внутр. ринку країни. Е. т. вивчає ефективність використання вироб. ресурсів шляхом аналізу результатів торг. діяльності юрид. і фіз. осіб, які на товар. ринках діють у ролях постачальника, продавця, покупця, комітента, комісіонера, консигнанта, консигнатора, посередника, торг. агента, представника, дилера. Їхню діяльність групують за двома видами: оптова та роздрібна торгівля. Оптова торгівля – вид екон. діяльності у сфері товар. обміну, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінц. споживачеві через роздрібну торгівлю або для вироб. споживання та надання пов'язаних з цим торг. послуг. Найбільш вагомі серед них: закупівля й розширення асортименту товарів для роздріб. торговців, зберігання і сортування товар. запасів; надання товар. кредиту, цінової, кон'юктур. та ін. комерц. інформації для покупців і виробників оптових партій товарів. Роздрібна торгівля – вид екон. діяльності у сфері товар. обміну, пов'язаної з купівлею-продажем товарів кінц. споживачеві й наданням йому послуг щодо придбання, транспортування, використання та ремонту товарів. В Україні суб'єкти господарювання, що забезпечують перепродаж (продаж без перероблення) будь-яких товарів і надання послуг, пов'язаних із торгівлею товарами згідно з нац. класифікацією видів екон. діяльності, що відповідає класифікації ЄС, утворюють торг. галузь. Вона об'єднує торгівлю автомобілями та мотоциклами, їх тех. обслуговування і ремонт, оптову торгівлю та посередництво у ній, роздрібну торгівлю, ремонт побут. виробів і предметів особистого вжитку.

Для вивчення результатів торг. діяльності суб'єктів господарювання на ринку Е. т. використовує методи мікро- та макроаналізів. За допомогою мікроаналізу вивчають вплив на результативність торг. діяльності фіз. і юрид. осіб таких чинників, як кон'юнктура ринку, ризики здійснення торг. діяльності (конкуренція, ринк. влада, держ. регулювання та ін.), альтернативні стратегії її розвитку тощо. Для оцінки результатів торг. діяльності використовують показники: валові доходи підприємства торгівлі; його витрати обігу; величина прибутків, рентабельності, активів, капіталу; інвестиц. діяльність; фінанс. стан та ін. Мікроаналіз торг. діяльності є аналіт. основою для вибору оптимальної стратегії розвитку підприємства на ринку, підвищення рівня його конкурентоспроможності. За допомогою макроаналізу досліджують результати функціонування торг. галузі, закономірності її розвитку, вплив на відтворюв. процеси у нац. економіці під дією екон. чинників, осн. серед яких – обсяг товар. ринку; спожив., інвестиц. і держ. витрати, ціни на нац. та імпорتنі вироб. ресурси, продуктивність праці у галузі, правові норми (податки з підприємств торгівлі, держ. регулювання цін на торг. послуги); рівень цін на товар. ринках; розвиток інфраструктури (транспорт., склад. господарства, фінанс.). Торг. галузь вивчають як таку, де надають послуги для споживачів внутр. і зовн. ринків, що є критерієм для її поділу на два сегменти – внутр. та зовн. торгівля. Складова частина макроаналізу – система екон. показників результативності функціонування торг. галузі: частка галузі у структурі ВВП; обсяг, структура, швидкість товарообороту, зокрема зовн.-торг.; географія торгівлі, величина товар. запасів галузі, її забезпеченість об'єктами оптової та роздріб. торгівлі, склад. господарства; інвестиц. діяльність у галузі; фінанс. результат підприємств торгівлі тощо. Їх розрахунок у переважній більшості країн здійснюють на основі даних статист. спостережень за торг. діяльністю юрид. осіб, відокремлених підрозділів юрид. осіб, фіз. осіб. Макроаналіз є аналіт. основою для формування екон. політики держави щодо регулювання внутр. і зовн. ринків торг. послуг.

Об'єктивні істор. умови для становлення сучас. Е. т. виникли з появою на поч. 18 ст. у нац. економіках розвинутих країн світу спеціалізов. торг. посередників у сучас. їх розумінні (підпр-в торгівлі). Наступ. етапом розвитку торг. галузі стало формування у ній двох видів діяльності – оптової та роздріб. торгівлі. Структура торгівлі на основі цих видів діяльності склалась у 2-й пол. 19 ст. Впродовж 20 ст. торгівля у розвинутих країнах перетворилась в індустріально організов. галузь, що включала дрібні, середні та великі підприємства з механізов. або автоматизов. торг.-технол. процесами й управлін. операціями і мала знач. вплив на зростання нац. економік. Торг. галузь у нац. економіках розвивалась завдяки тому, що сукупні витрати вироб. ресурсів торг. посередників на обслуговування процесу товар. обміну завжди менші за ті, яких зазнали б товаровиробники у випадку самот. реалізації своєї продукції кінц. споживачам. Сучасні дослідж. у галузі Е. т. свідчать, що у розвинутих країн світу частка торг. галузі у структурі ВВП коливається у межах 15–25 %. У 2000–08 в Україні цей показник становив 10–12 %, при цьому в структурі вип. сфери послуг

торгівля склала найбільшу частку. Осн. користувачі послуг торгівлі – харч., маш.-буд., нафтопереробна та металург. промисловості. Порівняно з розвинутими країнами світу, менший вплив торгівлі на зростання нац. економіки в Україні пов'язаний з обмеженим асортиментом трансакц. послуг, що надають в галузях оптової та роздріб. торгівлі. Це спричинено недосконалістю держ. регулювання діяльності монопол. утворень на ринку торг. послуг, знач. розвитком позамагазин. торгівлі (через кіоски, палатки, ін. малі архіт. форми), нерозвиненістю склад. господарства тощо. Осн. центри дослідж. проблем Е. т. і підготовки кадрів у цій сфері: Київ. торг.-екон. університет, Львів. комерц. академія, Донец. університет економіки і торгівлі, Укр. університет фінансів та міжнар. торгівлі, Інститут економіки та прогнозування НАНУ (обидва – Київ).

Рекомендована література

1. Петров В. П., Соломатин А. П. Экономика товарного обращения: Учеб. Москва, 2001;
2. Мазаракі А. П., Бланк І. О., Лігоненко Л. О. та ін. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку. К., 2006;
3. Азарян О. М., Антонюк Я. М., Апопій В. В. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку. Д., 2007.

Бібліографічний опис:

Економіка торгівлі / О. В. Пустовойт // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. – Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-18748>

2001-2025 © Ця енциклопедична стаття захищена авторським правом згідно з чинним законодавством України ([докладніше](#)).