

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2024. № 8.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.8.57>

УДК 658.85:338.1

Н. І. Райтер,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва та торгівлі,
Львівський національний університет природокористування*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7108-2539>

Г. В. Мацьків,

*к. е. н., доцент, директор Навчально-наукового інституту заочної та
післядипломної освіти,*

Львівський національний університет природокористування

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1329-7355>

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОРГІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

N. Raiter,

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Entrepreneurship and Trade,*

Lviv National Environmental University,

H. Matskiv,

*PhD in Economics, Associate Professor, Director of the Educational and Scientific
Institute of Correspondence and Postgraduate Education*

Lviv National Environmental University,

PECULIARITIES OF BUSINESS ACTIVITY IN THE TRADE BRANCH

У статті досліджено особливості здійснення підприємницької діяльності в торгівельній галузі. Уточнено сутність підприємницької діяльності в галузі торгівлі, як самостійної, систематичної, на власний ризик діяльності щодо купівлі-продажу товарів. Охарактеризовано суб'єкти та об'єкти торгівельного підприємництва. Визначено, що основний зміст торгівельного підприємництва полягає в здійсненні суб'єктами підприємництва товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій.

В результаті оцінки основних динамічних трендів розвитку торгівельного підприємництва виявлено, що протягом останніх років зберігається чітка тенденція до зменшення кількості суб'єктів торгівельної діяльності при одночасному зростанні їх товарообороту. Здійснено структурно-динамічний аналіз розвитку підприємництва в галузі торгівлі. А саме проаналізовано розвиток торгівельного підприємництва за організаційними формами, розмірами та видами діяльності. Виявлено, що протягом останніх років торгівельний бізнес України пережив багато стресових ситуацій, а саме, пандемію COVID-19 та військову агресію рф. Ці стресові ситуації знизили прибутковість торгівельного підприємництва, але показали її стійкість та позитивну результативність. Розглянуто перспективи розвитку підприємницької діяльності в галузі торгівлі, які пов'язані із глобалізацією та діджиталізацією торгівельного бізнесу.

Peculiarities of business activity in the trade branch are investigated in the article. The essence of business activity in the trade is considered as an independent, systematic, at one's own risk activity of entrepreneurs regarding the purchase and sale of goods for the purpose of making a profit. It was found business activity in the trade branch is usually called trading activity or trade entrepreneurship. The main content of trade entrepreneurship consists in commodity-monetary and trade-exchange transactions carried out by the entrepreneurship subjects. Legal entities (trade enterprises) and individual trade entrepreneurs can be subjects of trade entrepreneurship or trade entrepreneurship

entities, according to Ukrainian legislation, was revealed. Objects of commercial activity are defined as goods, i.e. material values specially purchased for the purpose of further sale.

The assessment of the main dynamic trends in the development of trade entrepreneurship was carried out. As a result, a clear trend towards a decrease in the number of trading entities with a simultaneous increase in their turnover has been detected in recent years. A structural and dynamic analysis of the development of trade entrepreneurship was carried out. Namely, the development of trade entrepreneurship was analyzed by organizational forms, sizes and types of activity. The distribution of subjects of trade entrepreneurship by organizational forms showed that individual entrepreneurs usually carry out their activities mainly in retail trade. In wholesale trade sector prevail trade enterprises activities. It was revealed that in recent years, the trade business of Ukraine has experienced many stressful situations, namely, the COVID-19 pandemic and the military aggression of the Russian Federation. These stressful situations reduced the profitability of trading entrepreneurship, but showed its stability and positive performance. Prospects for the development of business activity in trade branch are considered. The future of trade entrepreneurship is linked to the globalization and digitalization of trade.

Ключові слова: підприємницька діяльність, галузь торгівлі, торгівельне підприємництво, суб'єкти торгівельної діяльності, торгівельні підприємства, товарообіг, товар, оптова торгівля, роздрібна торгівля, електронна торгівля.

Keywords: business activity, trade branch, trade entrepreneurship, subjects of trading activity entities, trade enterprises, turnover, commodity, wholesale trade, retail trade, electronic trade.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Торгівля як галузь

економіки відіграє важливу роль в соціально-економічному розвитку України. Торгівля та торговельна галузь є основними каталізаторами розвитку ринкових відносин. Це сполучна ланка між виробниками певних товарів, робіт та послуг та кінцевими споживачами. Значення розвитку торгівлі для української економіки проявляється у її особливій ролі при формуванні економічного потенціалу країни, впливу на розвиток підприємництва, зростання рівня самозайнятості населення та зниження соціальної напруги.

Здійснення підприємницької діяльності в торговельній галузі тісно переплітається із задоволенням споживчих запитів конкретного покупця, а також його ринкової поведінки. Наближеність торговельного підприємництва до споживача робить суб'єкти господарювання в даній галузі більш вразливими до зміни ринкової кон'юнктури.

В умовах глобалізації економічних відносин, розвитку транспортної логістики, що прискорює рух товарів, інформатизації та діджіталізації, підприємницька діяльність в галузі торгівлі трансформується в складну динамічну систему. На розвиток торговельного підприємництва впливає велика сукупність різноманітних чинників, які характеризуються високим рівнем мінливості та нестабільності. Незважаючи на великий рівень підприємницького ризику торгівля є одним із найбільш привабливих видів економічної діяльності. З однієї сторони розвиток торгівлі забезпечує споживчі потреби населення та бізнесу, а з іншої – це каталізатор розвитку малого та середнього бізнесу, вагомий чинник розвитку економіки та джерело наповнення державного бюджету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню основних тенденцій розвитку торговельної галузі, вивченню особливостей організації торговельної діяльності та оцінці основних результатів підприємницької діяльності в торговельній галузі присвячено багато уваги в працях зарубіжних та українських науковців. Так, теоретичний аналіз основних складових категорійного апарату організації торговельної діяльності висвітлений в працях В.В. Апопія, І.О. Бланка, А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко. Сутність та

особливості торгівельного підприємництва, а також основні його структурні складові досліджували: М.Д. Балджи, Н.В. Доброва, В.О. Однолько, М.М. Осипова, М.Л. Балабанова, Л.О. Болтнянська, С.В. Волошина, А.А. Мазаракі, Д.М. Пшеслінський, І.В. Смолін, І.Міщук, Б.Кабаці, С.Середа, В.В. Ровенська, Ю.Ю. Буркацький, Н.М. Ушакова та інші. Проте деякі питання щодо сучасних тенденцій та особливостей розвитку підприємницької діяльності в галузі торгівлі, бачення шляхів розвитку торгівельного підприємництва у майбутньому є дискусійними. Вони потребують уточнення і подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є вивчення сучасного стану розвитку підприємницької діяльності в торгівельній галузі, дослідження особливостей розвитку торгівельного підприємництва в Україні, визначення основних чинників, які формують тенденції розвитку торгівельної галузі та окреслення перспектив подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Правовою основою здійснення підприємницької діяльності в різних сферах господарювання України, в тому числі і в галузі торгівлі, є ст.42 Конституції України, в якій зазначається що: «Кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом...» [4]

Підприємницька діяльність, відповідно до чинного законодавства України являє собою безпосередню самостійну, систематичну, на власний ризик діяльність з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [9].

Суб'єкти підприємницької діяльності, тобто підприємці, можуть здійснювати свою діяльність в сфері виробництва продукції, виконання робіт або надання послуг.

Виходячи з діалектичної логіки підприємницька діяльність в торгівельній галузі, це самостійна, систематична, на власний ризик діяльність щодо купівлі-продажу товарів.

Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова., А.В. Красноусов та К.С. Олініченко зазначають, що торговельне підприємництво це діяльність у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує її реалізацію шляхом надання відповідних послуг (торгові дома, оптові бази, підприємства роздрібно́ї торгівлі, діяльність брокера тощо)» [11, с. 11].

М.Д. Балджи, Н.В. Доброва., В.О. Однолько та М.М. Осипова під торговельним підприємництвом розглядають специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій [1, с.9].

На думку І.М. Шиндировського, торговельне підприємництво це господарська діяльність суб'єктів господарювання в сфері оптової та роздрібно́ї торгівлі [14, с.77].

Об'єктами підприємницької діяльності в галузі торгівлі є матеріальні цінності, а саме товари. Зазвичай, товар – це спеціально куплені з метою подальшого продажу матеріальні цінності. Проте інколи об'єктом торговельного підприємництва може виступати продукція власного виробництва. Н.В. Валінкевич та М.С. Коценко зазначають, що об'єктами торговельного підприємництва можуть виступати також супутні товари та послуги, а саме, пакування товару, фасування товару, післяпродажний сервіс, технічне обслуговування та ін [3].

Особлива роль підприємницької діяльності в сфері торгівлі проявляється в тому, що торговельне підприємництво забезпечує постійний рух товарів зі сфери виробництва до сфери споживання. Основним змістом підприємництва в сфері торгівлі є товарно-грошові та торговельно-обмінні операції.

Л.М. Сатир, В.М Кепко та А.В. Непочатенко зазначають, що історично першою формою підприємницької діяльності був товарообмін, який з часом переріс в торгівлю. Таким чином, торгівельне підприємництво є першоосною для формування усіх інших видів підприємницької діяльності, є фундаментальним базисом формування сучасної ринкової економіки з відповідними типами соціально-економічних відносин [12, с. 96].

Як зазначає Г.М. Коптева, розвиток торгівельного підприємництва є інструментом забезпечення ефективного функціонування системи відтворення, каталізатором розвитку товарно-грошових відносин, соціальним інструментом зниження рівня безробіття та зниження рівня соціальної напруги, а також основним фактором задоволення споживчих потреб населення та бізнесу [5, с.141].

Підприємницьку діяльність в сфері торгівлі, прийнято називати торгівельною діяльністю. Торговельна діяльність – це різновид підприємницької діяльності, який пов'язаний із купівлею-продажем товарів та супутніх послуг з метою отримання прибутку.

Підприємницькою діяльністю в сфері торгівлі займаються як великі рітейлінгові компанії, торгівельні мережі, підприємства торгівлі, а також фізичні особи-підприємці. Завдяки низькому рівню вхідного бар'єру в галузь торгівлі та порівняно високому рівню операційної рентабельності торгівельної діяльності, торгівельне підприємництво характеризується великою кількістю суб'єктів підприємництва, кожен з яких суттєво відрізняється за розмірами торгових площ, кількістю працівників та обсягом товарообігу. Дрібні представники торгівельного підприємництва є найбільш численною групою підприємців в Україні. В одиничних випадках вони не мають впливу на ситуацію на ринку, проте їх сумарний вплив на оновлення економічної системи та формування інноваційного середовища є надзвичайно великий.

В.В. Ровенська та Ю.Ю. Буркацький аналізуючи сучасний стан розвитку торгівельної галузі України, наголошують, що загалом торгівельний

бізнес в Україні характеризується великою кількістю учасників, які перебувають у перманентній, постійній боротьбі за покупців – основних та найвпливовіших зовнішніх суб'єктів впливу на торгівлю [10, с.145].

Зазначимо, що протягом останніх років кількість суб'єктів підприємництва в торгівельній сфері суттєво зменшилась. Так, у 2022 році кількість юридичних та фізичних осіб, які займались торгівлею скоротилась порівняно із 2013 роком майже на чверть або на 229,5 тис.од. Традиційно основними дієвими особами в торгівельній сфері є фізичні особи-підприємці, питома вага яких в загальній кількості суб'єктів торгівельного бізнесу складає близько 90%. Частка підприємств торгівлі в загальній кількості суб'єктів торгівельного підприємництва коливалася від 9,0% у 2016 році до 12,5% у 2021 році. Станом на кінець 2022 року серед суб'єктів торгівельного підприємництва 10,2% складали підприємства торгівлі, а 89,8% – фізичні особи підприємці [13].

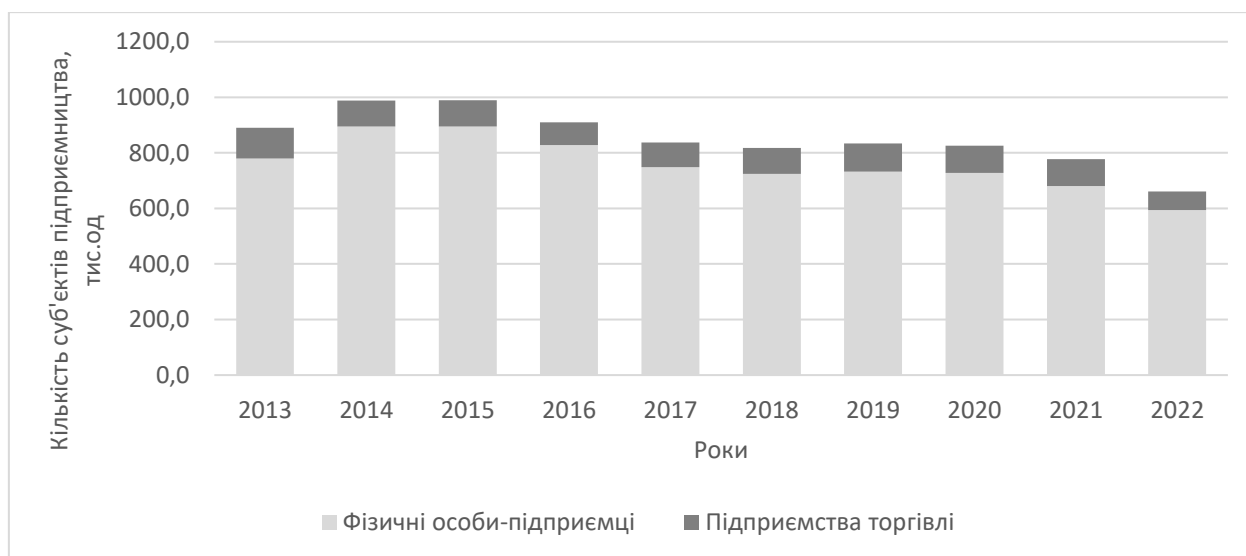


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів підприємництва в торгівельній галузі

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [13].

Зазначимо, що зменшення кількості суб'єктів торгівельного підприємництва пов'язане перш за все із зменшенням кількості фізичних осіб підприємців, які займались торгівельним бізнесом. Можемо, констатувати

факт, що торговельне підприємництво починає набирати більш структурованої форми.

Розподіл суб'єктів торговельного підприємництва за організаційними формами показав, що фізичні особи підприємці у 2022 році здійснюють свою діяльність в основному в роздрібній торгівлі. Даним видом торговельної діяльності у 2022 році займалось 78,2% усіх фізичних осіб-підприємців торговельної галузі. Загалом, серед суб'єктів торговельного підприємництва, які здійснюють роздрібну торгівлю, крім торгівлі автотранспортними засобами на частку фізичних осіб підприємців припадає 97,9%, а підприємства торгівлі складають лише 2,1% в даному виді торговельної діяльності.

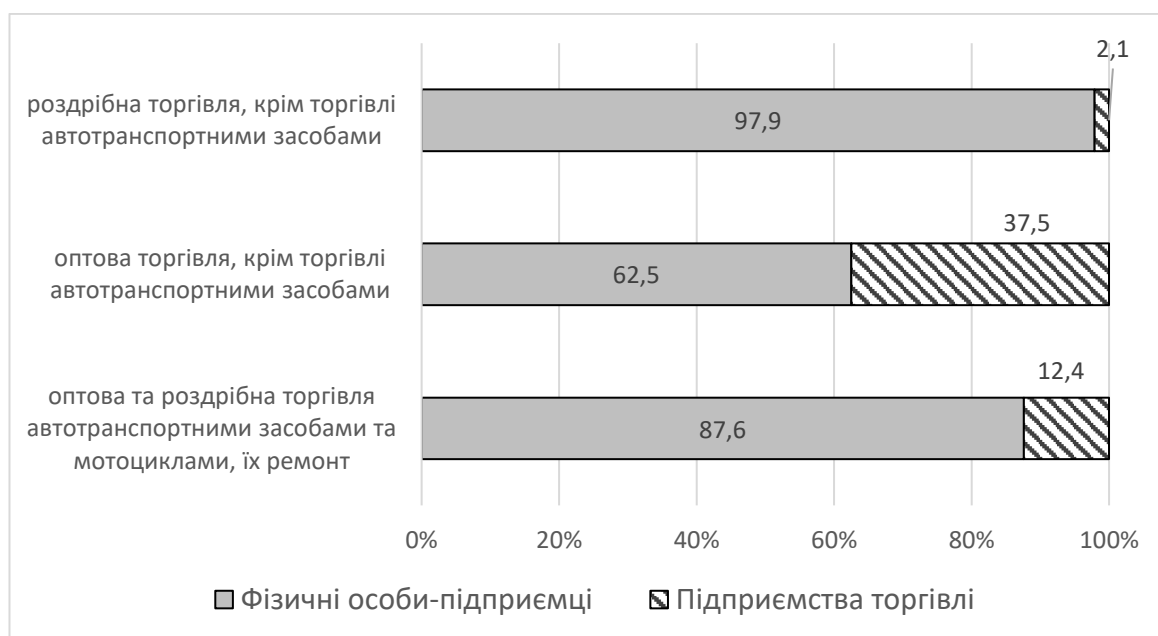


Рис. 2. Аналіз розподілу суб'єктів торговельного підприємництва за видами торговельної діяльності, 2022

Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [13].

На відміну від інших видів торговельної діяльності, оптова торгівля характеризується збалансованішою системою підприємництва. А саме, частка підприємств торгівлі складає в даному секторі бізнесу 37,5%. Загалом оптовою торгівлею займається 76,1% усіх торговельних підприємств.

Аналізуючи структуру розподілу суб'єктів торговельного підприємництва, слід звернути увагу на те, що середня структура розподілу

описана вище притаманна майже усім регіонам країни. Виняток складають лише Тернопільська та Чернівецька область, в яких частка підприємств торгівлі серед усіх суб'єктів торговельного підприємництва складає близько 5%; а також місто Київ, в якому частка підприємств торгівлі сягає – 37,0% [13]. Критичний максимум столиці за аналізованим показником підтверджує високий рівень розвитку інституційного середовища даного регіону.

Отже, ключовими особливостями розвитку галузі торгівлі в Україні є домінування серед суб'єктів торговельного підприємництва фізичних осіб-підприємців. Кількість фізичних осіб, які здійснюють свою підприємницьку діяльність у галузі торгівлі з року в рік скорочується. Натомість кількість підприємств торгівлі є більш сталою. Аналіз динаміки кількості суб'єктів торговельного бізнесу вказує на два періоди зменшення кількості торговельних підприємств. А саме, 2014 рік, коли було зафіксовано зменшення кількості торговельних підприємств на 15%, та 2022 рік, коли кількість підприємств торгівлі зменшилась на 30%. Таким чином, основною причиною зменшення кількості торговельних підприємств є втрата територій внаслідок агресивних військових дій з боку сусідньої держави.

Зазначимо, що скорочення кількості суб'єктів торговельного підприємництва відбувалось на фоні зростання обсягу реалізованої ними продукції, тобто товарообороту. У 2021 році, тобто до початку військового стану обсяг товарообороту фізичних осіб підприємців зріс порівняно із 2011 роком більше ніж у 4,5 рази або на 476,1 млрд. грн, а обсяг товарообігу підприємств торгівлі більше ніж у 3,5 рази або на 3797,9 млрд. грн.

Досліджуючи особливості ведення підприємницької діяльності в галузі торгівлі, звернемо увагу на те, що незважаючи на домінування фізичних осіб-підприємців серед суб'єктів торговельного підприємництва, їх частка в загальному товарообороті протягом останніх десяти років не перевищувала 10%. Основна частка товарообігу припадала на середні за розміром підприємства торгівлі. Так, середніми підприємствами торгівлі реалізовувалось більше 40,0% усього товарообороту, а через великі

торгівельні мережі реалізовувалось близько 30% усього товарообігу галузі торгівлі.

Таблиця 1. Структура товарообігу суб'єктів торгівельного підприємництва

Роки	Частка окремих суб'єктів торгівельного підприємництва у загальному товарообороті галузі, %			
	Торгівельні підприємства, в тому числі			Фізичні особи підприємці
	великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	
2013	27,8	43,2	19,5	9,6
2014	29,2	40,9	20,6	9,2
2015	26,2	43,1	21,2	9,5
2016	26,2	42,8	21,8	9,2
2017	26,1	43,7	21,6	8,6
2018	26,8	44,0	20,8	8,4
2019	28,1	43,6	19,4	8,9
2020	28,7	40,2	21,1	10,0
2021	28,7	41,7	19,4	10,2
2022	33,0	44,0	21,8	1,3

Джерело: Розраховано на основі [13]

Дані про товарообіг суб'єктів торгівельного підприємництва у 2022 році дещо неінформативні, оскільки більшість фізичних осіб підприємців не подавали звітності. Тому, ми можемо говорити, лише про те, що товарообіг підприємств торгівлі зменшився у 2022 році на 18,4% або на 991,3 млрд. грн. При тому, найбільше знизився товарообіг середніх торгівельних підприємств, а саме, зменшився на 21,8% або 545,8 млрд грн. Найбільш стійкими в умовах військового часу виявились великі торгівельні мережі, товарообіг яких зменшився на 14,7% або на 252,3 млрд грн.

Основною причиною скорочення товарообігу у 2022 році стала військова агресія РФ на території України. По-перше, скорочення галузі зумовлене втратою торгівельних потужностей як на окупованих територіях так і в зоні активних бойових дій. По-друге, каталізатором спаду галузі став відтік біженців із території України, що зумовило зниження товарообороту, незважаючи на зростання цін. По-третє, важливим чинником впливу на розвиток торгівлі є транспортна логістика, яка була порушена через

блокування портів Чорного моря. Важливим чинником спаду товарообороту суб'єктів торгівельного підприємництва стали часті повітряні тривоги та перебої з електропостачанням. Проте, незважаючи на виклики військової агресії торгівельна галузь зберегла стійкість та забезпечила позитивну динаміку відносних показників товарообігу.

І.М. Шиндировський зазначає, що первинної ланкою торговельного підприємництва, його основою є торговельне підприємство. Торговельне підприємство це – самостійний суб'єкт господарювання, що створений з метою закупівлі, реалізації, зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг у цілях задоволення потреб ринку, окремих споживачів та отримання прибутку [14, с. 76]

Таблиця 2. Аналіз динаміки відносних показників товарообороту підприємств торгівлі

Показники	Роки					2022 р. у % до:	
	2018	2019	2020	2021	2022	2018 р	2021 р
Кількість підприємств торгівлі, тис. од	93,3	101,8	98,3	97,2	67,4	72,3	69,4
Товарооборот підприємств торгівлі, млрд. грн	3764,4	3985,4	4068,2	5385	4393,7	116,7	81,6
в т.ч. з розрахунку на одне підприємство, млн. грн.	40,4	39,2	41,4	55,4	65,1	161,4	117,6
на одного працівника, млн. грн.	3,6	3,7	3,7	4,8	4,5	124,2	95,3

Джерело: Розраховано на основі [13]

Не зважаючи на спад торгівельної галузі у 2022 році порівняно з попереднім роком, обсяг реалізованої продукції підприємствами торгівлі з розрахунку на одне підприємство зросло порівняно з 2021 роком на 17,6% або на 9,7 млн. грн. Що стосується обсягу проданої продукції з розрахунку на одного працівника, тобто продуктивності праці в торгівлі, то порівняно із 2018 роком даний показник зріс на 24,2%, а порівняно із 2021 роком – зменшився на 4,7%. Традиційно лідерами за обсягами товарообігу є

торгівельні підприємства столиці – м. Київ, а також регіони навколо великих міст (Дніпропетровська, Одеська, Київська, Харківська та Львівська області). Частка столиці в загальному обсязі товарообігу підприємств торгівлі складала – 49,0%.

Аналізуючи стан галузі торгівлі в Україні зазначимо, що традиційно основну масу товарообігу підприємств торгівлі складає оптовий товарообіг. Його частка в різні роки минулого десятиліття коливалась близько 75% в загальному обсязі проданої підприємствами торгівлі продукції. Зазначимо, що зростання товарообороту протягом 2013-2022 років відбувалось пропорційно, без суттєвих структурних зрушень.



Рис. 3 Аналіз структури товарообігу підприємств торгівлі
Джерело: Систематизовано, узагальнено та згруповано за даними [13].

Розподіл товарообігу підприємств торгівлі на продовольчі та непродовольчі товари суттєво відрізняється від форми продаж. Так, в структурі оптового товарообігу суттєво переважає продаж непродовольчих товарів. Їх частка складає більше 80%, а подеколи і 84%. Натомість в роздрібному товарообороті частка продовольчих товарів значно вища порівняно із оптовим.

Отже, ще однією особливістю здійснення підприємницької діяльності в галузі торгівлі є домінування великих та середніх за розміром суб'єктів

підприємництва у формуванні загального товарообігу. Малі за розміром форми торгівельного підприємництва, хоча домінують за кількістю суб'єктів діяльності, але значно поступаються за часткою з загальному товарообороті. Структурний аналіз торгівельного підприємництва в Україні показав, що великі та середні за розмірами форми переважають в оптовій торгівлі. В той час як малі підприємства та фізичні особи підприємці концентрують свою увагу на роздрібному продажу продовольчих та непродовольчих товарів. В регіональному розрізі великі за розмірами підприємства торгівлі зосереджені у великих містах та урбанізованих регіонах, а малі форми торгівельного підприємництва зосереджені у сільській місцевості, районних центрах та центрах об'єднаних територіальних громад.

Оптова торгівля як елемент торгівельного підприємництва також зосереджена у великих містах, які є своєрідними логістичними центрами. Цим видом підприємницької діяльності зазвичай займаються великі та середні за розміром підприємства торгівлі, а також середні за розміром фізичні особи підприємці.

Підприємницькою діяльністю в секторі роздрібної торгівлі займаються іноземні, загальноукраїнські та регіональні торгові мережі, спеціалізовані та неспеціалізовані крамниці, малі та середні суб'єкти роздрібної торгівлі (продуктові магазини), а також несистематизовані продавці продуктів харчування, які реалізують здебільшого продукти власного виробництва на стихійних чи організованих ринках.

Таким чином, І. Міщук вдало відмічає що, характерними рисами торгівельного бізнесу в Україні є високий рівень динамізму її форм, масштабів, параметрів торговельної діяльності, з тенденціями секторної реструктуризації, яка виявляється в малому, середньому і великому торговельному підприємстві. При тому, для вітчизняної торгівлі гостро стоїть проблема скорочення обсягів реалізації продукції вітчизняних товаровиробників на фоні одночасного зростання частки імпортованих товарів, особливо – в торгівлі непродовольчими товарами [8, с.192].

На думку В.В. Ровенського та Ю.Ю. Буркацького, трансформаційні процеси в галузі торгівлі, а саме скорочення кількості торгових точок при одночасному зростанні їх площ, кількості працівників та обсягу товарообігу, свідчать про глобалізацію торгівельного підприємництва України [10, с.148]

Торгівельне підприємництво України пережило декілька стресових ситуацій та адаптувалось до них. Спочатку торгівля навчилася працювати в умовах пандемії, а потім і в умовах військового стану. Вітчизняний торгівельний бізнес прилаштувався до ускладненої логістики поставки товарів, яка зумовлена як блокуванням портів Чорного моря, так і західного кордону. Значним викликом для української торгівлі стало перебої з електропостачанням. Усі ці виклики збільшили витрати суб'єктів торгівельного підприємництва, а отже знизили прибутковість галузі. Так, у 2022 році рентабельність усієї діяльності підприємств торгівлі зменшилась порівняно із аналогічним показником 2021 року на 11,7 відсоткових пунктів, а рентабельність операційної діяльності зменшилась відповідно на 0,7 в.п. При тому, найбільш економічно стійкими виявились середні за розміром підприємства торгівлі, які зуміли зберегти позитивні показники прибутковості як операційної, так і усієї діяльності. Найменш економічно стійкими у 2022 році були малі підприємства торгівлі, рівень рентабельності операційної діяльності яких зменшився на 15,6 в.п., а рівень рентабельності усієї діяльності – зменшився відповідно на 14,0 в.п.

Серед чинників зниження прибутковості торгівельного бізнесу відмітимо: зростання закупівельної ціни; зростання логістичних витрат; зростання витрат на електроенергію; обмеження максимальної ціни на товари низьким рівнем купівельної спроможності кінцевого споживача.

Орієнтованість торгівельного бізнесу на кінцевого споживача є ще однією особливістю здійснення підприємницької діяльності в даній сфері. В умовах високого рівня конкуренції та насиченості галузі торгівлі продавцями, прибуток та ефективність підприємницької діяльності визначаються споживчими запитами та споживчими вподобаннями. Великі

торгівельні мережі завойовують споживачів масштабними рекламними бюджетами, широким асортиментом та додатковими послугами. Для малих торговельних підприємств та фізичних осіб підприємців в даній галузі важливе значення мають пізнаваність торгової точки на локальному рівні, задоволення покупців якістю товарів та рівнем обслуговування. Якщо торгові мережі обирають для себе стратегію розвитку, то малі магазини – стратегію утримування та стратегію виживання.

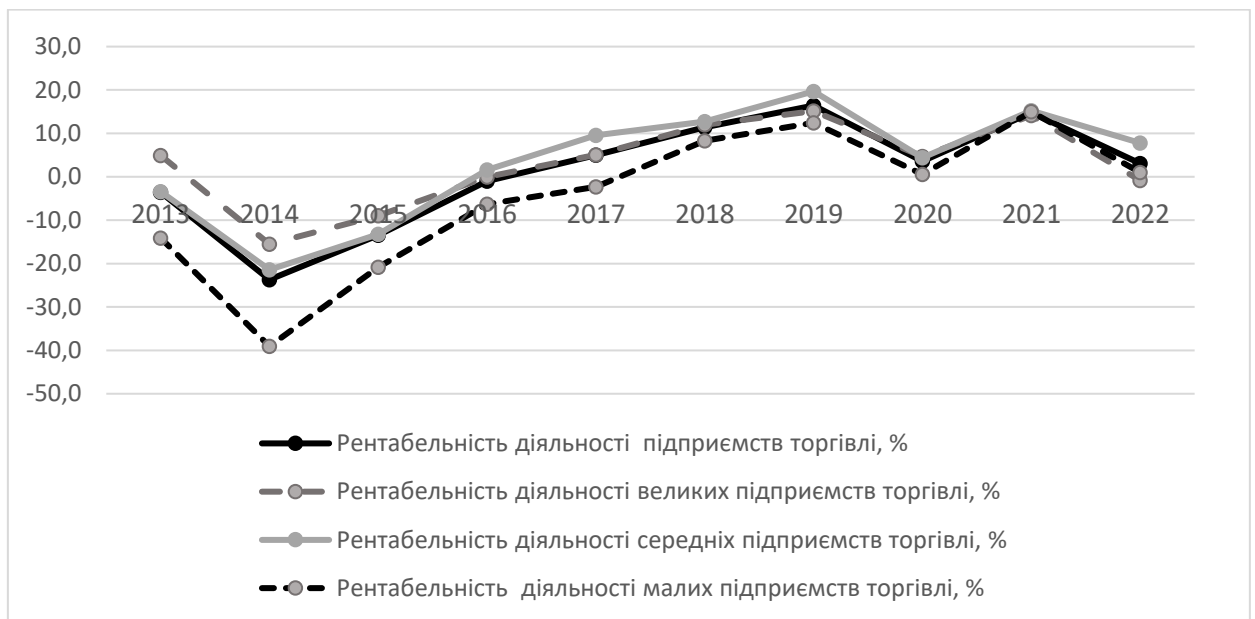


Рис. 4 Динаміка рентабельності підприємств торгівлі
Джерело: Розраховано на основі [13]

Загалом суб'єкти торговельного бізнесу обирають стратегію розвитку орієнтуючись на бажання зберегти існуючі сегменти реалізації товарів на споживчому ринку, та прагнення розширити ринок за рахунок використання сприятливої ситуації чи зростання можливостей ресурсного забезпечення. Основними інструментами забезпечення стратегії розвитку торговельного підприємництва та ключовими чинниками успіху в даному виді бізнесу є удосконалення товарного асортименту, організація якісного торговельного обслуговування, надання гарантійного та післягарантійного сервісу, організація доставки товарів споживачу, гнучка цінова політика [2, с.21-22].

Досліджуючи особливості ведення підприємницької діяльності в галузі торгівлі особливу увагу слід звернути на таким сегмент даного бізнесу як електронна комерція. За своєю сутністю електронна комерція – це вид торгівельного підприємництва, пов’язаний з реалізацією товарів, робіт та послуг за допомогою електронних трансакцій в мережі Інтернет. При тому взаємодія між потенційними учасниками комерційних угод (продавцем та покупцем) здійснюється із використанням сучасних інформаційних технологій та комунікаційних засобів [6, с.163-164]. Зазначимо, що електронна комерція як частина торгівельного підприємництва не є його окремою складовою як оптова чи роздрібна торгівля. Це спосіб комунікації та розрахунків, які застосовуються як для оптових продаж, так і для роздрібного продажу товарів.

Розвиток електронної торгівлі обумовлений, перш за все, високими темпами зростанням кількості інтернет-користувачів, збільшенням впливу соціальних мереж та інших інтерактивних онлайн-платформ, а також стрімким розвитком систем електронних платежів. Використання суб’єктами торгівельного підприємництва електронної форми продаж робить їх бізнес більш відкритим для покупця, дозволяє краще вивчити асортимент, візуалізувати цінові та якісні характеристики. Електронна комерція сприяє підвищенню оперативності отримання інформації покупцем про наявний товар для прийняття рішень про покупку, а також оперативності отримання інформації продавцем про зацікавленість певним товаром з боку покупця. Окрім того, застосування електронної оплати за угодами з використанням електронних платіжних систем, дозволяє скоротити певні операційні витрати. [7, с. 75-76]

Використання електронної комерції для здійснення підприємницької діяльності в галузі торгівлі дозволяє в доволі зручний та доступний спосіб здійснювати онлайн купівлю і продаж товарів та послуг. Використання електронної торгівлі дозволяє підприємцям розгортати бізнес без географічних обмежень, а клієнтам здійснювати покупки в будь-який час і з

будь-якого місця, де є доступ до інтернету. Електронна торгівля відкриває нові можливості для продавців і споживачів, такі як миттєвий доступ до великого асортименту товарів та послуг і можливість порівняння цін та характеристик товарів (послуг) [6, с. 168].

Сьогодні електронна комерція або електронна торгівля є невід'ємним інноваційним, ефективним інструментом товарообміну та товароруху, що допомагає суб'єктам торгівельного підприємництва забезпечити конкурентні переваги за рахунок зменшення комунікативних витрат, розширити ринки й сфери діяльності, проникнути на вже наявні ринки та виявити нові канали збуту, залучити нових клієнтів та поліпшити обслуговування старих клієнтів, досягти більшої мобільності та оперативності під час прийняття управлінських рішень у межах єдиної комунікаційної системи з урахуванням усіх складових віртуальної торгівлі.

Висновки. Підприємницька діяльність в галузі торгівлі відіграє важливе значення для розвитку економіки України. Торгівельне підприємництво є стимулятором розвитку інших видів підприємницької діяльності, а саме виробництва, логістики, сфери послуг та фінансової сфери. Сучасні тенденції розвитку торгівельного бізнесу в Україні відображають світові тренди до глобалізації та цифровізації торгівлі. Так, протягом останніх років кількість суб'єктів торгівельного підприємництва, особливо малих підприємств та фізичних осіб підприємців, зменшувалась при одночасному зростанні їх товарообороту. Відповідаючи на запити сучасного світу вітчизняні підприємці активно впроваджують безготівкову форму розрахунку та електронну форму продажу товарів. В складних умовах військового стану торгівельний бізнес показав стійкість та позитивну результативність підприємницької діяльності. Проте високий рівень політичної та економічної нестабільності, високий рівень конкуренції в галузі торгівлі, залежність від мінливості споживчих запитів, актуалізує питання пошуку ефективної стратегії розвитку суб'єктів торгівельного підприємництва та оцінки фінансових ризиків торгівельної діяльності.

Література

1. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво : навч. посібник. Київ : Кондор, 2017. 112 с.
2. Безпарточний М. Г. Обґрунтування стратегій розвитку торговельних підприємств. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. праць. Одеса. Одеський національний економічний університет, 2015. Вип.1. №56. С. 19-26
3. Валінкевич Н.В., Коценко М.С. Особливості функціонування торговельного підприємництва в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство*, (63). Доступно: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-4> (дата звернення: 2 червня 2024 р.)
4. Конституція України : Закон від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1996, № 30, ст. 141 Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30 травня 2024 р.)
5. Коптєва Г.М. Сучасний стан та тенденції розвитку підприємств роздрібної торгівлі. *Приазовський економічний вісник*, 2019. Вип. 6 (17). С. 140-143. Доступно: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/6_17_ukr/29.pdf. (дата звернення: 6 червня 2024 р.)
6. Мацьків Г.В., Райтер Н.І. Тенденції розвитку електронної комерції. *Вісник Львівського національного університету природокористування*. Серія Економіка АПК. (30), 2023. С.163-169. Доступно: <https://doi.org/10.31734/economics2023.30.163> (дата звернення: 12 червня 2024)
7. Мацьків Г., Райтер Н., Томашевський Ю. Електронна комерція суб'єктів господарювання: обліково-аналітичний аспект. *Вісник ЛНУП*. Серія Економіка. Вип.31, 2024. С.74-80.
8. Міщук І., Кабаці Б., Середа С. Стан і тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України як сфери торговельного підприємництва. *Підприємництво*

та логістика в умовах сучасних викликів : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (Тернопіль, 26-28 трав. 2022 р.). Тернопіль : ЗУНУ, 2022. С. 191-196.

9. Про підприємництво: Закон України від 07 лютого 1991р. № 698- XII; поточна редакція від 11 лютого 2022 р. Доступно: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> (дата звернення: 30 травня 2024 р.)

10. Ровенська В.В., Буркацький Ю.Ю. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України. *Економічний вісник Донбасу*, 2019. № 2 (56). С. 145-150

11. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво : навчально-методичний посібник. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2017. 214 с.

12. Сатир Л.М., Кепко В.М., Непочатенко А.В. Організація підприємницької діяльності торговельного підприємства на основі удосконалення стратегічної політики розвитку. Запоріжжя : Держава та регіони. Серія. Економіка та підприємництво, 2020. Вип. 4 (115). С. 94-99.

13. Статистична інформація / Економічна статистика / Економічна діяльність / Діяльність підприємств. Державна служба статистики України [online]. Доступно: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 6 червня 2024)

14. Шиндировський І. М. Торговельне підприємництво та особливості його сучасного стану. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. №70, 2022 С.76-82

References

1. Baldzhy, M. Dobrova, M. Odolko, V. & Osypova, M. (2017), [Commercial entrepreneurship], Kondor, Kyiv, 112 s.

2. Bezpartochnyi, M. (2015), “ Substantiation of the development strategies of trade enterprises”, *Socio-economic research bulletin: collection of scientific papers*. Odesa National Economic University, vol. 1, No 56, pp. 19-26

3. Valinkevich , N., & Kotsenko , M. (2024), “Features of trading enterprises functioning in the conditions of modern challenges”, *Economy and Society*, vol. (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-4>

4. Verkhovna Rada of Ukraine (1996), “The Constitution of Ukraine”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (Accessed: 30 May 2024)

5. Kopteva, G. M. (2019), “The current state and trends in the development of retail enterprises”, *Pryazovsky Economic Bulletin* (electronic journal), Vol. 6 (17), pp. 140–143, Available at: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/6_17_ukr/29.pdf. (Accessed: 6 June 2024)

6. Matskiv, H. and Raiter, N. (2023), “”, Trends in the electronic commerce development. *Bulletin of Lviv National Environmental University. Series "AIC Economics"*, vol. (30), pp. 163-169. <https://doi.org/10.31734/economics2023.30.163>

7 Matskiv, H., Raiter, N. and Tomashevsky, Yu. (2024), “E-commerce of business entities: accounting and analytical aspect”, *Bulletin of Lviv National Environmental University. Series "AIC Economics"*, vol. (31), pp.74-80.

8. Mishchuk, I., Kabatsi, B. and Sereda, S. (2022), “The state and trends in the development of Ukraine's internal trade as a sphere of trade entrepreneurship”, *Pidpriemnytstvo ta lohistyka v umovakh suchasnykh vyklykiv : materialy II Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Entrepreneurship and logistics in the conditions of modern challenges: materials of the II International. science and practice conference], West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine, May 26-28, pp. 191-196.

9. Verkhovna Rada of Ukraine (2022), The Law of Ukraine “On entrepreneurship”, <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text> (Accessed: 30 May 2024)

10. Rovenska, V. V. & Burkatskyi, Yu. Yu. (2019), “Analysis of modern development of trade industry of Ukraine status”, *Economic Herald of The Donbass*, vol. 2, p. 145-150.

11. Savytska, N.L, Melushova, I. Yu., Krasnousov, A. V. and Olinichenko, K. S. (2017), *Torhovel'ne pidpriemnytstvo* [Commercial entrepreneurship], Vydavnytstvo Ivanchenka I. S., Kharkiv, Ukraine.

12. Satyr, L., Kepko, V. and Nepochatenko, A. (2020), “Organization of the entrepreneurial activity of a trade enterprise on the basis of improvement of strategic development policy”, *Zaporizhzhia: State and regions. Series: Economics and Business*, vol. 4 (115), pp. 94-99.

13. State Statistics Service of Ukraine (2024), “Statistical Information / Economic statistics / Economic activity / Monetary and finance statistics”, Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 6 June 2024)

14. Shyndyrovskyi I. M. (2022), “Trading entrepreneurship and features of its current state”, *Herald of Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences*, vol. 70, pp. 76-82

Стаття надійшла до редакції 16.07.2024 р.