

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

© 2014 ФРОЛОВА Л. В., РОЖЕНКО О. В.

УДК 339.3+658.6/.8(477)

Фролова Л. В., Роженко О. В. Аналіз тенденцій розвитку торгівлі в Україні

У статті проаналізовано економічний стан торгівлі в Україні в цілому та в Донецькій області зокрема. Обґрунтовано значимість сьогоденної торгівлі у здійсненні економічної діяльності та у створенні валового і регіонального продукту. Проведено аналіз таких структурних показників торгівлі за 2010 – 2012 рр.: кількість суб'єктів господарювання, кількість зайнятих працівників, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), середньомісячна заробітна плата працівників, заборгованість із виплати заробітної плати на кінець року. Визначено місце торгівлі в економіці держави та регіону в розрізі великих, середніх, малих, мікропідприємств і фізичних осіб-підприємців. Досліджено динаміку фінансових результатів до оподаткування підприємств, у т. ч. торговельних, України та Донеччини з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства. Виділено основні причини, що вплинули на дану ситуацію. Виявлено тенденції розвитку торгівлі, що склалися в сучасних умовах.

Ключові слова: торгівля, внутрішня торгівля, тенденції розвитку торгівлі.

Рис.: 2. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 8.

Фролова Лариса Володимирівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

E-mail: larisa.frolova@mail.ru

Роженко Олександра Вікторівна – аспірантка, кафедра економіки підприємства, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського (вул. Щорса, 31, Донецьк, 83050, Україна)

E-mail: rozhenko-a@mail.ru

УДК 339.3+658.6/.8(477)

UDC 339.3+658.6/.8(477)

Фролова Л. В., Роженко А. В. Анализ тенденций развития торговли в Украине

Frolova L. V., Rozhenko O. V. Analysis of Tendencies of Development of Trade in Ukraine

В статье проанализировано экономическое состояние торговли в Украине в целом и в Донецкой области в частности. Обоснована значимость сегодняшней торговли в осуществлении экономической деятельности и в создании валового и регионального продукта. Проведен анализ следующих структурных показателей торговли за 2010 – 2012 гг.: количество субъектов хозяйствования, количество занятых работников, объем реализованной продукции (товаров, услуг), среднемесячная заработная плата работников, задолженность по выплате заработной платы на конец года. Определено место торговли в экономике государства и региона в разрезе крупных, средних, малых, микропредприятий и физических лиц-предпринимателей. Исследована динамика финансовых результатов до налогообложения предприятий, в т. ч. торговых, Украины и Донецкой области с распределением на крупные, средние, малые и микропредприятия. Выделены основные причины, повлиявшие на данную ситуацию. Выведены тенденции развития торговли, сложившиеся в современных условиях.

The article analyses economic state of trade in Ukraine in general and in Donetsk oblast in particular. It justifies significance of modern trade in carrying out economic activity and in creating the gross and regional product. The article analyses the following structural indicators of trade for 2010 – 2012: a number of economic subjects, number of employed workers, volume of sold products (goods, services), average monthly wages of workers, and arrears of wages at the end of the year. It shows the place of trade in economy of the state and region in the context of large, medium, small and micro-enterprises and physical persons entrepreneurs. It studies dynamics of financial results before taxation of enterprises, including the trade ones, of Ukraine and Donetsk oblast with distribution into large, medium, small and micro-enterprises. It marks out main reasons that influence this situation. It shows tendencies of development of trade, which exist under modern conditions.

Key words: trade, internal trade, tendencies of trade development.

Рис.: 2. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 8.

Ключевые слова: торговля, внутренняя торговля, тенденции развития торговли.

Рис.: 2. **Табл.:** 4. **Библ.:** 8.

Фролова Лариса Владимировна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятия, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Щорса, 31, Донецк, 83050, Украина)

E-mail: larisa.frolova@mail.ru

Роженко Александра Викторовна – аспирант, кафедра экономики предприятия, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского (ул. Щорса, 31, Донецк, 83050, Украина)

E-mail: rozhenko-a@mail.ru

Frolova Larisa V. – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Enterprise Economics, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

E-mail: larisa.frolova@mail.ru

Rozhenko Oleksandra V. – Postgraduate Student, Department of Enterprise Economics, Donetsk National University of Economy and Trade named after M. Tugan-Baranovsky (vul. Shchorsa, 31, Donetsk, 83050, Ukraine)

E-mail: rozhenko-a@mail.ru

Зародившись в епоху капіталізму, ще у XVIII – XIX ст. і виділившись на основі суспільного розподілу праці, торгівля зайняла виключне місце у сучасній економічній діяльності суспільства. Як галузь національної економіки та вид економічної діяльності, торгівля має ключове значення для підтримки соціальної та економічної стабільності в суспільстві. Торговельні підприємства вступають у численні господарські зв'язки з підприємствами багатьох інших галузей та з усіма верствами населення, забезпечуючи кожну людину необхідними благами.

В останні роки спостерігається низькоефективна та збиткова діяльність торговельних підприємств. Тому в

сучасних умовах аналіз тенденцій розвитку галузі торгівлі України та пошук шляхів зростання ефективності діяльності торговельних підприємств є актуальним.

Питання розвитку торгівлі як галузі та ефективної і безпечної діяльності торговельних підприємств вивчає багато вчених економістів, серед них Ананьєв О. М., Аполій В. В., Бойкевич О. Р., Васильців Т. Г., Гринкевич С. С., Дем'яненко Г. Є., Кокнаєва М. О., Кречотун С. А., Лігоненко Л. О., Мазараки А. А., Омелянович Л. О., Садеков А. А., Соболев В. О., Ушакова Н. М., Фролова Л. В., Хлевицька Т. Б., Хомів О. В. та багато інших.

Проте, на сучасному етапі тенденції розвитку торгівлі України виявлені фрагментарно та потребують більш глибокого вивчення.

Метою статті є виявлення тенденцій розвитку торгівлі України, що склалися в сучасних умовах, на основі аналізу її економічного стану.

За період незалежності в Україні частка створеної в торгівлі валової доданої вартості поступово зростала та у 2011 р. зайняла позицію лідера (рис. 1) – 15,6%, одночасно з різким зниженням частки створеної вартості у галузях, які раніше займали перші місця.

Розглянувши динаміку створеної валової доданої вартості у торгівлі, ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку за 2008 – 2011 рр., також спостерігаємо постійне позитивне зростання (табл. 1) у середньому на 0,5% щороку, враховуючи, що цей період характеризується як кризовий.

Це викликано нестабільною динамікою обсягу вітчизняного виробництва, розвитком оптово-роздрібних підприємств та мереж, що вплинуло на структуру ціни продукції, а саме, торгова надбавка, як дохід торговельно-підприємства, зайняла вагомішу частину в ціні, тобто додана вартість, створена в торгівлі, вище, ніж у промисловості. Таким чином, у торгівлі формується найбільша частина ВВП України, яка мала стійкі позитивні темпи зростання.

Оскільки під впливом демографічних, географічних, природних та інших факторів в Донецькій області висока концентрація населення, підприємств добувної та обробної промисловості, стратегічних енергетичних об'єктів, торгівля як галузь, що забезпечує стадію обміну, має найвищу концентрацію саме в Донецькій області.

Так, друге місце після міста Києва займає Донецька область упродовж всього періоду, що аналізується, у розмірі валового регіонального продукту. Доля створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку Донецької області мала стійку позитивну динаміку, незважаючи на те, що абсолютний показник створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку Донецької області у 2009 р. був з від'ємним відхиленням.

Дослідивши структуру валової доданої вартості торгівлі; ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку за регіонами, бачимо, що доля створеної валової доданої вартості в торгівлі Донецької області по відношенню до створеної валової доданої вартості по галузі залишалася практично незмінною – приблизно 11%, це дозволяє Донецькій області зайняти перше місце у структурі валової доданої вартості торгівлі України, що демонструє рис. 2.

Тобто, серед лідерів-регіонів України, що створюють ВВП торгівлі, знаходилась Донецька область.

Суттєве місце торгівлі в економічній системі України та Донеччини підтверджують економічні та структурні показники, наведені в табл. 2 і табл. 3.

Зі всієї кількості суб'єктів господарювання по Україні у 2010 р. 54,82% займались торгівельною діяльністю – 1197,3 тис. од., з них 90,8% – 1087,1 тис. од. – фізичні особи-підприємці та 8% (105,9 тис. од.) – малі та мікропідприємства. У 2011 – 2012 рр. спостерігається зменшення кількості суб'єктів господарювання в цілому по державі на 22% та на 5% відповідно. По галузі торгівлі зменшення кількості суб'єктів господарювання відбулося у 2011 р. на 23%, у 2012 р. – на 8%, відносно до попереднього

Структура валової доданої вартості за видами економічної діяльності, %

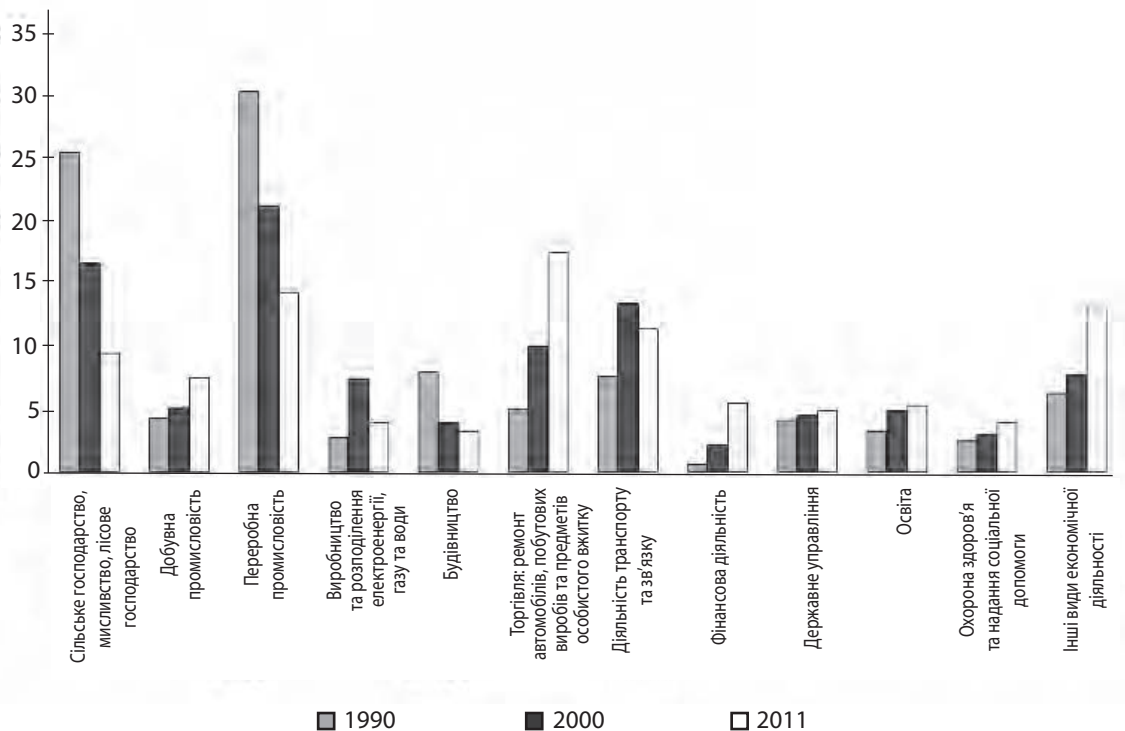


Рис. 1. Доля створеної валової доданої вартості у торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку, %

Згідно з [1].

року. Але частка торговельних суб'єктів господарювання залишилась ваговою у 2011 – 2012 рр.: по державі – 54,15% та 52,63%, по регіону – 57,71% та 56,89% відповідно.

Як видно з рис. 2, Донецька область – лідер у галузі торгівлі. Так, частка суб'єктів господарювання, які займались торговельною діяльністю у Донецькій області у 2010 р. – 57,88%, або 105,4 тис. од., у т. ч. 96,1 тис. од. – 91,2% – фізичні особи-підприємці та 8% (9 тис. од.) – малі та мікропідприємства. Скорочення відбулося серед суб'єктів господарювання До-

нечини, які обрали вид економічної діяльності – торгівлю, у 2011 р. на 18%, у 2012 – на 9% відносно попередніх років. Але у 2011 – 2012 рр. пропорційність залишилась, відповідно: більшу частину займають фізичні особи-підприємці – 88,3% та 88,1%, малі та мікропідприємства – 11% без динаміки, решта – середні та великі підприємства.

Динаміка частки торговельних суб'єктів господарювання Донецької області у загальній кількості суб'єктів господарювання по галузі свідчить, що: у 2010 р. серед усіх тор-

Таблиця 1

Динаміка створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку

Показник	Рік			
	2008	2009	2010	2011
Валова додана вартість України, млрд грн	948,1	913,3	1082,6	1302,1
Частка створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку, млрд грн	131,3	130,0	164,8	203,8
Доля створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку, %	13,85	14,23	15,22	15,65
Валовий регіональний продукт Донецької обл., млрд грн	117,60	103,70	129,00	161,00
Частка створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку Донецької області, млрд грн	14,2	13,7	17,9	23,0
Доля створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку Донецької області, %	12,07	13,21	13,88	14,29
Доля створеної валової доданої вартості в торгівлі; ремонт автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку Донецької області по відношенню до створеної валової доданої вартості по галузі, %	10,81	10,54	10,86	11,29

Складено згідно з [2].



Рис. 2. Структура валової доданої вартості торгівлі; ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку у 2011 р. (у фактичних цінах)

Згідно з [2].

Структурні показники торгівлі та її місце в економіці України

Показ- ник	2010 р.										2011 р.										2012 р.									
	По Україні			По Торгівлі			По Дон. обл.			Торгівля Дон. обл.			По Україні			По Торгівлі			По Дон. обл.			Торгівля Дон. обл.								
	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%	Нат. вмір	Част- ка,%						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25						
Кількість суб'єктів господарювання, тис. од.																														
Всього	2183,9	100,0	1197,3	100,0	182,1	100,0	105,4	100,0	1701,6	100,0	921,5	100,0	148,5	100,0	85,7	100,0	1600,1	100,0	842,2	100,0	135,7	100,0	77,2	100,0						
У т. ч. підпр-ва	378,8	17,3	110,2	9,2	27,4	15,0	9,3	8,8	375,7	22,1	111,6	12,1	28,9	19,5	10,0	11,7	364,9	22,8	103,0	12,2	28,0	20,6	9,2	11,9						
У т. ч. великі	0,6	0,2	0,2	0,2	0,1	0,4	0,0	0,0	0,6	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,0	0,0	0,7	0,2	0,2	0,2	0,1	0,4	0,0	0,0						
середні	21,0	5,5	4,1	3,7	1,7	6,2	0,3	3,2	20,8	5,5	4,1	3,7	1,7	5,9	0,4	4,0	20,2	5,5	4,1	4,0	1,7	6,1	0,3	3,3						
малі	357,2	94,3	105,9	96,1	25,6	93,4	9,0	96,8	354,3	94,3	107,2	96,1	27,1	93,8	9,6	96,0	344,0	94,3	98,7	95,8	26,2	93,6	8,9	96,7						
У т. ч. мікро	300,4	84,1	87,6	82,7	21,4	83,6	7,7	85,6	295,8	83,5	88,9	82,9	22,8	84,1	8,4	87,5	286,5	83,3	80,8	81,9	21,9	83,6	7,8	87,6						
У т.ч. ФОП	1805,1	82,7	1087,1	90,8	154,7	85,0	96,1	91,2	1325,9	77,9	809,9	87,9	119,6	80,5	75,7	88,3	1235,2	77,2	739,2	87,8	107,7	79,4	68,0	88,1						
Кількість зайнятих працівників, тис. чол.																														
Усього	10772,7	100,0	2961,0	100,0	1162,8	100,0	256,2	100,0	10164,5	100,0	2700,8	100,0	1113,9	100,0	234,8	100,0	9948,0	100,0	2571,7	100,0	1096,5	100,0	224,6	100,0						
У т. ч. підпр-ва	7958,2	73,9	1241,1	41,9	920,1	79,1	101,3	39,5	7793,1	76,7	1246,7	46,2	902,7	81,0	98,4	41,9	7670,1	77,1	1214,7	47,2	902,0	82,3	100,2	44,6						
У т. ч. великі	2400,3	30,2	261,9	21,1	462,7	50,3	27,5	27,1	2449,0	31,4	263,1	21,1	458,6	50,8	21,5	21,8	2484,2	32,4	304,9	25,1	456,1	50,6	24,4	24,4						
середні	3393,3	42,6	429,4	34,6	297,2	32,3	29,5	29,1	3252,6	41,7	425,1	34,1	292,8	32,4	34,7	35,3	3144,2	41,0	408,1	33,6	285,0	31,6	33,5	33,4						
малі	2164,6	27,2	549,8	44,3	160,2	17,4	44,3	43,7	2091,5	26,8	546,1	43,8	151,3	16,8	42,2	42,9	2041,7	26,6	501,7	41,3	160,9	17,8	42,3	42,2						
У т. ч. мікро	832,6	38,5	107,8	19,6	62,7	39,1	21,7	49,0	788,9	37,7	108,1	19,8	58,5	38,7	21,0	49,8	787,6	38,6	92,3	18,4	62,4	38,8	20,9	49,4						
У т.ч.ФОП	2814,5	26,1	1719,9	58,1	242,7	20,9	154,9	60,5	2371,4	23,3	1454,1	53,8	211,2	19,0	136,4	58,1	2277,9	22,9	1357,0	52,8	194,5	17,7	124,4	55,4						
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млрд грн																														
Усього	3596,7	100,0	1555,3	100,0	514,6	100,0	205,9	100,0	4202,4	100,0	1720,9	100,0	703,4	100,0	290,9	100,0	4468,8	100,0	1821,2	100,0	684,5	100,0	282,4	100,0						

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
У т. ч. підприємства	3366,3	93,6	1406,1	90,4	499,2	97,0	195,9	95,1	3991,2	95,0	1587,1	92,2	686,0	97,5	279,3	96,0	4212,2	94,3	1661,1	91,2	664,6	97,1	269,1	95,3	
У т. ч. великі	1401,6	41,6	412,0	29,3	281,7	56,4	71,0	36,2	1775,8	44,5	487,2	30,7	415,4	60,6	107,8	38,6	1772,5	42,1	485,0	29,2	347,0	52,2	94,2	35,0	
середні	1396,4	41,5	641,2	45,6	169,5	34,0	91,0	46,5	1607,6	40,3	741,2	46,7	222,5	32,4	140,3	50,2	1769,2	42,0	815,6	49,1	262,6	39,5	142,9	53,1	
малі	568,3	16,9	352,9	25,1	48,0	9,6	33,9	17,3	607,8	15,2	358,7	22,6	48,1	7,0	31,2	11,2	670,5	15,9	360,5	21,7	55,0	8,3	32,0	11,9	
У т. ч. мікро	181,9	32,0	28,2	8,0	15,4	32,1	11,2	33,0	189,8	31,2	25,8	7,2	15,2	31,6	10,3	33,0	211,9	31,6	25,2	7,0	17,3	31,5	10,7	33,4	
У т. ч. ФОП	230,4	6,4	149,2	9,6	15,4	3,0	10,0	4,9	211,2	5,0	133,8	7,8	17,4	2,5	11,6	4,0	256,6	5,7	160,1	8,8	19,9	2,9	13,3	4,7	
Середньомісячна заробітна плата працівників, грн																									
Усього	2239		1874		2549		1949		2633		2339		3063		2433		3026		2696		3496			2951	
Заборгованість із виплати заробітної плати на кінець року, млн грн																									
Усього	1218,1		48,5		233,5		4,8		977,4		27,1		200,3		2,8		893,7		15,3		172,9			3,6	

Складено згідно [3, 4; 5; 6].

говельників держави 8,8% функціонували у Донецькій області, у 2011 році ця частка збільшилася до 9,3%, у 2012 р. – зменшилась відповідно до попереднього року і склала 9,17%, але збільшилась відповідно до 2010 року.

Таким чином, можна зробити висновок, що більша частина підприємницьких структур держави та регіону обрали вид економічної діяльності – торгівлю, серед них близько 90% – малі підприємства та фізичні особи-підприємці. У Донецькій області знаходиться приблизно 9% від усіх торговельних підприємницьких структур України.

Виключну роль підприємницьких структур, які обрали вид економічної діяльності – торгівлю, демонструє також кількість зайнятих працівників у галузі по державі та по регіону (табл. 3). Так, зайняті працівники у торгівлі України займали у 2010 р. 27,49%, у наступних двох роках цей показник має тенденцію зниження, а саме: 26,57% та 25,85%. Кількість зайнятих у торгівлі Донецької області у 2010 р. складала 22,03% від усієї кількості зайнятих працівників області, у періоді, що аналізується, спостерігається наступна динаміка: 2011 р. – 21,08%, 2012 р. – 20,48%. Кількість зайнятих працівників у торгівлі Донецької області займала 9% у структурі зайнятих працівників по галузі протягом 2010 – 2012 рр.

Більшу частину зайнятих працівників у торгівлі – 76% у 2010 р. займали працівники малих підприємств та у фізичних осіб-підприємців, у 2011 р. ця частина склала 74%, а в 2012 р. – 72%. Серед зайнятих працівників у фізичних осіб-підприємців Донецької області від 63,82% до 64,58% протягом трьох років займали зайняті у фізичних осіб-підприємців торгівлі. Кількість зайнятих працівників на малих підприємствах торгівлі Донецької області у 2012 р. знизилась до 26,29% порівняно з 2010 р. – 27,65% та 2011 р. – 27,89%, у загальній кількості зайнятих на малих підприємствах Донецької області.

Отже, чверть працездатного населення України зайнята в торгівлі, серед працездатного населення Донеччини у торгівлі задіяна п'ята частина, із них приблизно 90% на малих підприємствах та у фізичних осіб-підприємців. У розрізі галузі близько 9% зайнятих працівників у Донецькій області.

Обсяг реалізованої продукції у торгівлі склав 43,24% від загальнодержавного у 2010 р., що у наступних двох роках поступово знижується до 40,95% і до 40,75%. Тенденції цього показника по Донецькій області протилежні, він зростає: торговельними підприємствами реалізовано продукції 40,01% від обсягу реалізованої продукції по області у 2010 р., у 2011 р. – 41,36%, у 2012 р. – 41,26%.

Найвища доля у структурі обсягу реалізованої продукції торговельними підприємствами по державі та регіону належить фізичним особам-підприємцям і малим підприємствам протягом усього періоду, що аналізується.

Середньомісячна заробітна плата працівників торгівлі була нижчою за загальнодержавний та загально регіональний рівень, але протягом 2010 – 2012 рр. поступово наближалась до нього. Серед торговельних працівників України донецьким нарахована заробітна плата, вища ніж середньогалузевий рівень на 4% у 2010 р., у наступних роках динаміка позитивна: на 0,02% та ще на 5,44%.

Але мала місце заборгованість із виплати заробітної плати по галузі, частка якої у загальній заборгованості із виплати по заробітній платі по державі скоротилась в 2,32 раза за 2011 – 2012 рр. Поряд з цим заборгованість у торгівлі із виплати заробітної плати по регіону у 2011 р. зменшилась в 1,47 раза, порівняно з 2010 р. та у 2012 р. стала ще

Аналіз структурних показників торгівлі України

Показник	2010 р.			2011 р.			2012 р.		
	Частка Торгівлі України до Всього України, %	Частка Торгівлі Донецької області до Всього України, %	Частка Торгівлі області до Всього України, %	Частка Торгівлі України до Всього України, %	Частка Торгівлі Донецької області до Всього України, %	Частка Торгівлі області до Всього України, %	Частка Торгівлі України до Всього України, %	Частка Торгівлі Донецької області до Всього України, %	Частка Торгівлі області до Всього України, %
Кількість суб'єктів господарювання, тис. од.	54,82	8,80	57,88	54,15	57,71	9,30	52,63	56,89	9,17
у т. ч. підприємства	29,09	8,44	33,94	29,70	34,60	8,96	28,23	32,86	8,93
у т. ч. великі	36,73	0,00	0,00	37,20	0,00	0,00	29,43	0,00	0,00
середні	19,42	7,36	17,65	19,85	23,53	9,69	20,40	17,65	7,28
малі	29,65	8,50	35,16	30,27	35,42	8,95	28,68	33,97	9,02
у т. ч. мікропідпр.	29,15	8,79	35,98	30,06	36,84	9,45	28,21	35,62	9,65
у т. ч. фіз. ос.-підпр-ці	60,22	8,84	62,12	61,08	63,29	9,35	59,84	63,14	9,20
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	27,49	8,65	22,03	26,57	21,08	8,69	25,85	20,48	8,73
у т. ч. підприємства	15,60	8,16	11,01	16,00	10,90	7,89	15,84	11,11	8,25
у т. ч. великі	10,91	10,50	5,94	10,74	4,69	8,17	12,27	5,35	8,00
середні	12,65	6,87	9,93	13,07	11,85	8,16	12,98	11,75	8,21
малі	25,40	8,06	27,65	26,11	27,89	7,73	24,57	26,29	8,43
у т. ч. мікропідпр.	12,94	20,14	34,61	13,71	35,90	19,42	11,72	33,49	22,64
у т. ч. фіз. ос.-підпр-ці	61,11	9,01	63,82	61,32	64,58	9,38	59,57	63,96	9,17
Обсяг реалізованої продукції, млрд грн	43,24	13,24	40,01	40,95	41,36	16,90	40,75	41,26	15,51
у т. ч. підприємства	41,77	13,93	39,24	39,76	40,71	17,60	39,44	40,49	16,20
у т. ч. великі	29,39	17,23	25,20	27,44	25,95	22,12	27,36	27,15	19,42
середні	45,92	14,19	53,69	46,10	63,06	18,93	46,10	54,42	17,52
малі	62,10	9,61	70,63	59,01	64,86	8,70	53,76	58,18	8,88
у т. ч. мікропідпр.	15,52	39,67	72,73	13,61	67,76	39,88	11,91	61,85	42,41
у т. ч. фіз. ос.-підпр-ці	64,76	6,70	64,94	63,35	66,67	8,67	62,39	66,83	8,31
Середньоміс. заробітна плата працівників, грн	83,70	104,00	76,46	88,83	79,43	104,02	89,09	84,41	109,46
Заборг. із виплати зарплати на кін. року, млн грн	3,98	9,90	2,06	2,77	1,40	10,33	1,71	2,08	23,53

на 0,02% більше, ніж була у 2010 р. Заборгованість по торгівлі Донецької області у галузевій структурі мала тенденцію зростання на 0,43% у 2011 році, порівняно з 2010 роком, в 2,27 рази у 2012 році у порівнянні з 2011 роком.

Виходячи зі сказаного, торговельні суб'єкти підприємництва Донецької області мають в рази більші проблеми з розрахунками, а саме: по заробітній платі, ніж колеги з інших регіонів, через високу конкуренцію, стрімкі та безмежні потреби густонаселеного суспільства регіону, що постійно розвиваються.

Незважаючи на вагому частину малих підприємств і фізичних осіб-підприємців, що господарюють у торгівлі України та Донецької області, динаміка фінансових результатів до оподаткування даної категорії підприємницьких структур свідчить про досить низьку ефективність їх функціонування (табл. 4).

Як демонструє табл. 4, малі підприємства займали найбільшу частку серед збиткових підприємств як по державі, так і по області. Загальна тенденція спостерігається і серед малих підприємств торгівлі по галузі і по регіону. Частка малих підприємств, що отримали збиток, складала у 2010 р. 41,4% від всієї кількості малих підприємств України та 37,9% по Донецькій області. У 2011 р. частка збиткових малих підприємств знизилась, порівняно з 2010 р. за обома рівнями: макрорівень – 35% малих підприємств, що отримали збиток, торговельних малих збиткових підприємств – 33,4%; мезорівень – 31,2%, по торгівлі – 27,4%. Але в 2012 році тенденція зростання частки малих підприємств, що отримали збиток, знов мала місце в порівнянні з 2011 р.: 35,6% по Україні, 34,1% по галузі в цілому, 31,2% по Донецькій області та 29,5% по ВЕД Торговля по Донецькій області.

Третина торговельних підприємств у державі та в області отримала збиток протягом періоду, що аналізується. Серед збиткових підприємств найбільша частка – це малі підприємства як по державі, так і по області. У галузевій структурі спостерігається така ж тенденція: найбільша частка збиткових серед малих підприємств.

Проведене дослідження дозволило виявити такі тенденції розвитку торгівлі в Україні та Донецькій області:

- ✦ у галузі торгівлі створена найбільша частина ВВП України, яка мала стійку позитивну динаміку;
- ✦ у трійку лідерів серед регіонів України, що формують ВВП торгівлі, входила Донецька область;
- ✦ більша частина серед усіх господарюючих суб'єктів держави та регіону були зайняті торговлею, на яких була задіяна чверть працездатного населення;
- ✦ серед усіх торговельних суб'єктів господарювання України десята частина сконцентрована в Донецькій області, така ж частина зайнятих працівників у торгівлі області серед усіх зайнятих у торгівлі держави, що виконували обсяг реалізованої продукції в тій же пропорції;
- ✦ у структурі торговельних суб'єктів господарювання як держави, так і регіону, близько 90% – малі підприємства та фізичні особи-підприємці. Відповідно, значна кількість зайнятих працівників у торгівлі задіяна саме на цій категорії підприємницьких структур;
- ✦ дві третини обсягу реалізованої продукції, втіленого малими підприємствами та фізичними особами-підприємцями України та Донецької об-

ласті, зроблено відповідною категорією суб'єктів господарювання торгівлі держави та області;

- ✦ середньомісячна заробітна плата зайнятих працівників торгівлі нижча за середню по державі та регіону, але, якщо розглядати галузь, то працівникам торгівлі Донеччини було нараховано вище середнього по торгівлі України, це відбивається на заборгованості по виплаті заробітної плати;
- ✦ заборгованість перед торговельними працівниками України та Донецької області коливалася у межах від 2 до 4%, але по галузі в Донецькій області перед торговельниками заборгованість зростає з 10% до 24%;
- ✦ серед підприємств, які одержали збиток, найбільша частка – це малі підприємства як по державі, так і по області, у галузевій структурі спостерігається така ж тенденція: найбільша частка збиткових – серед малих підприємств.

ВИСНОВКИ

Зважаючи на високу значимість галузі торгівлі України як невід'ємної стадії у здійсненні економічної діяльності, так і у створенні валової доданої вартості держави та регіону, економічний стан торговельних підприємств України та Донецької області залишається дуже складним.

Регіональна структура галузі підтвердила, що саме в Донецькій області висока концентрація торговельних суб'єктів господарювання, якими створена вагома частина ВВП та на яких спостерігався від'ємний фінансовий результат.

Отже, проведений аналіз дозволяє зробити висновки про те, що вітчизняні торговельні підприємства мають низьку проблем і потребують забезпечення економічної безпеки, завдяки своєрідному механізму управління підприємством, за яким вона досягається.

Здійснене дослідження підтверджує актуальність питання забезпечення економічної безпеки торговельних підприємств, як шлях досягнення найвищих фінансових результатів при найефективнішому використанні ресурсів.

Подальші дослідження будуть направлені на формулювання факторів економічної безпеки торговельних підприємств. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Соціально-економічний розвиток України за 2012 рік : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 31 с., С. 7.
2. Валовий регіональний продукт за 2011 рік : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 167 с.
3. Статистичний щорічник України за 2012 рік : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 552 с.
4. Україна у цифрах 2012 : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 249 с.
5. Діяльність суб'єктів господарювання 2012 : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 812 с.
6. Праця України у 2012 році : стат. зб. – Київ : Державна служба статистики України, 2013. – 322 с.
7. Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://donetskstat.gov.ua/statinform/finans1.php?dn=1212>

Таблиця 4

Фінансовий результат до оподаткування підприємств

Показник	2010 р.		2011 р.		2012 р.	
	Фінансовий результат до оподаткування підприємств	Підприємства, які одержали збиток, % до загальної кількості	Фінансовий результат до оподаткування підприємств	Підприємства, які одержали збиток, % до загальної кількості	Фінансовий результат до оподаткування підприємств	Підприємства, які одержали збиток, % до загальної кількості
По Україні, млн грн	54405,7	59,0	118605,6	65,1	75670,2	64,5
У т. ч. великі підприємства	28471,1	68,3	92572,1	69,2	37182,2	70,0
середні підпр-ва	41581,7	63,4	31090,8	66,3	47742,0	66,2
малі підприємства	-15647,1	58,6	-5057,3	65,0	-9254,0	64,4
У т. ч. мікропідпр.	-13898,9	58,4	-8708,3	65,1	-12825,5	64,2
По ВЕД Торгівля, млн грн	14883,5	62,5	21591,5	66,7	9608,0	66,0
У т. ч. великі підприємства	2522,0	67,1	9739,2	68,9	4119,4	65,1
середні підпр-ва	15831,0	66,2	12045,2	68,5	8069,2	68,8
малі підприємства	-3469,5	62,3	-192,9	66,6	-2580,6	65,9
У т. ч. мікропідпр.	-3853,7	61,7	-2365,2	66,1	-4173,9	65,1
По Донецькій обл., млн грн	10059,3	62,3	12168,5	69,3	2247,4	68,4
У т. ч. великі підприємства	2942,9	63,9	5807,5	62,4	-2063,0	65,7
середні підпр-ва	7987,2	64,3	6655,6	64,6	4849,3	63,8
малі підприємства	-870,2	62,1	494,5	68,8	-538,9	68,8
У т. ч. мікропідпр.	-839,0	62,0	-69,0	69,9	-761,8	68,7
По ВЕД Торгівля Донецької обл., млн грн	2871,9	65,7	6891,8	71,3	4114,5	70,7
У т. ч. великі підприємства	663,7	58,8	2073,8	53,3	447,0	76,9
середні підприємства	2418,4	69,8	4692,3	70,2	3786,0	73,6
малі підприємства	-210,2	65,5	128,3	76,2	-118,5	70,5
У т. ч. мікропідприємства	-104,8	65,5	-2,6	71,2	-325,4	70,1

Складено згідно з [7; 8]

REFERENCES

Diialnist sub'ektiv hospodariuvannia 2012 [Business entities 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

"Finansovi rezultaty do opodatkuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti z rozpodilom na velyki, seredni, mali ta mikropidpriemstva" [Financial results before taxation of economic activity broken down into large, medium, small and micro enterprises]. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

"Finansovi rezultaty do opodatkuvannia za vydamy ekonomichnoi diialnosti z rozpodilom na velyki, seredni, mali ta mikropidpriemstva" [Financial results before taxation of economic activity broken down into large, medium, small and micro enterprises]. <http://donetskstat.gov.ua/stainform/finans1.php?dn=1212>

Pratsia Ukrainy u 2012 rotsi [Labor Ukraine in 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

Sotsialno-ekonomichni rozvytok Ukrainy za 2012 rik [Socio-economic development of Ukraine for 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2012 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

Ukraina u tsyfrakh 2012 [Ukraine in Figures 2012]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

Valovy rehionalnyi produkt za 2011 rik [Gross regional product in 2011]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2013.

УДК УДК 339.9:338.48- 6:7/8

КРОС-КУЛЬТУРНІ КОМУНІКАЦІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

© 2014 **АЛДОШИНА М. В., БРУСІЛЬЦЕВА Г. М.**

УДК УДК 339.9:338.48 – 6:7/8

Алдошина М. В., Брусильцева Г. М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації

Стаття присвячена дослідженню крос-культурних особливостей взаємодії в рамках соціального та ділового спілкування в міжнародному туризмі. Метою статті є аналіз крос-культурного середовища України в контексті світової глобалізації для ефективної взаємодії у сфері міжнародного менеджменту та маркетингу. Обґрунтовано актуальність дослідження впливу національних культурних особливостей на ділову активність туристичних підприємств з огляду на їх міжнародний та крос-культурний характер діяльності. У статті визначено функції культури та представлено основні класифікації світових культур за Г. Хофстедом, Ф. Тромпенаарсом та Е. Холлом. Розглянуто особливості діяльності підприємств галузі туризму у сферах крос-культурного менеджменту та маркетингу, сформульовано проблеми прояву культурних відмінностей у цих сферах. Запропоновано основні рекламні стратегії в міжнародній комунікаційній політиці, які допомагають підприємствам більш ефективно просувати свій туристичний продукт на міжнародні ринки.

Ключові слова: національна культура, крос-культурні комунікації, типологія національних культур, стратегія адаптації.

Рис.: 5. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 7.

Алдошина Марія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: mariya_turist@mail.ru

Брусильцева Ганна Миколаївна – кандидат економічних наук, викладач, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: brycilceva@mail.ru

УДК УДК 339.9:338.48-6:7/8

UDC UDC 339.9:338.48-6:7/8

Алдошина М. В., Брусильцева А. Н. Cross-культурные коммуникации в сфере туризма в условиях глобализации

Aldoshyna M. V., Brusilseva A. N. Cross-culture Communications in Tourism under Conditions of Globalisation

Статья посвящена исследованию кросс-культурных особенностей взаимодействия в рамках социального и делового общения в международном туризме. Целью статьи является анализ кросс-культурной среды Украины в контексте мировой глобализации для эффективного взаимодействия в сфере международного менеджмента и маркетинга. Обоснована актуальность исследования влияния национальных культурных особенностей на деловую активность туристических предприятий с учетом их международного и кросс-культурного характера деятельности. В статье определены функции культуры и представлены основные классификации мировых культур по Г. Хофстеду, Ф. Тромпенаарсу и Е. Холлу. Рассмотрены особенности деятельности предприятий отрасли туризма в сферах кросс-культурного менеджмента и маркетинга, сформулированы проблемы проявления культурных различий в этих сферах. Предложены основные рекламные стратегии в международной коммуникационной политике, которые помогают предприятиям более эффективно продвигать свой туристический продукт на международные рынки.

The article is devoted to the study of cross-cultural specific features of interaction within social and business communication in the international tourism. The goal of the article is analysis of the cross-cultural environment of Ukraine in the context of the world globalisation for efficient interaction in the sphere of international management and marketing. The article shows a necessity of a study of influence of national cultural features upon business activity of tourist enterprises with consideration of their international and cross-cultural nature of activity. The article identifies functions of culture and presents basic classifications of the world cultures by Geert Hofstede, Fons Trompenaars and Edward Twitchell Hall Jr. It considers specific features of activity of tourist enterprises in the spheres of cross-cultural management and marketing, formulates problems of manifestation of cultural differences in these spheres. It offers main advertising strategies in the international communication policy, which help enterprises to promote their tourist products to international markets more efficiently.

Ключевые слова: национальная культура, кросс-культурные коммуникации, типология национальных культур, стратегия адаптации.

Key words: national culture, cross-culture communications, typology of national cultures, adaptation strategy.

Рис.: 5. **Табл.:** 2. **Библ.:** 7.

Рис.: 5. **Табл.:** 2. **Библ.:** 7.

Алдошина Марія Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра туризму, Харьковський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: mariya_turist@mail.ru

Aldoshyna Mariia V.– Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Tourism, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: mariya_turist@mail.ru

Брусильцева Анна Николаевна – кандидат экономических наук, преподаватель, кафедра туризму, Харьковський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

Brusilseva Anna N.– Candidate of Sciences (Economics), Lecturer, Department of Tourism, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: brycilceva@mail.ru