

О. С. Мазур

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ДЕФОРМАЦІЇ В ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ: ПАСТКА ВУЛИЧНОЇ ТОРГІВЛІ

В структурі торговельного підприємництва України найбільш активним сегментом є роздрібна торгівля, яка демонструє стійке випереджувальне зростання порівняно як з оптовою торгівлею, так і з ВВП України. Зокрема, якщо за період 2009-2014 рр. ВВП України в номінальних цінах зріс у 1,71 раза, то оборот роздрібною торгівлі збільшився у 2,02 раза. У 2014 р. індекс роздрібною товарообороту порівняно з попереднім роком становив 1,02, а оптового товарообороту — 0,91 [1]. Це свідчить про те, що саме роздрібний сегмент торгівлі є рушійною силою, котра забезпечує зростання усєї торговельної галузі.

Однак за зовнішнім фоном позитивної динаміки торгового сектора приховані глибокі деформації інституціонального характеру. Йдеться про феномен інституціональних пасток — стійких, але неефективних норм (інститутів) господарських відносин, які зберігаються навіть при спробах їх викорінення [2; 3]. Будучи різновидом ефекту блокування (lock-in), пастки не просто уповільнюють розвиток системи, а й сприяють її руйнуванню. В одній із попередніх статей автора [4] було започатковано опис деяких інституціональних пасток для роздрібною торгівлі. В цій роботі йтиметься про ще одну пастку, названу нами «пасткою вуличною торгівлі».

На відміну від європейських країн, де переважна частка торгівлі припадає на організовану торгівлю через сучасні формати, в Україні процеси осучаснення торговельного підприємництва

супроводжуються збереженням істотною економічною ваги вуличною торгівлі, передусім на ринках. Так, у 2012 р. в Україні функціонувало більше 2,6 тис. ринків з майже 900 тис. торгових місць, які забезпечували зайнятість близько 30 тис. осіб [5, с. 163]. У зв'язку з розвитком сучасних торгових форматів кількість та обсяги діяльності ринків поступово скорочуються, але скорочення є відносно повільним (за 2009-2012 рр. кількість ринків зменшилася лише на 4 %, а кількість працівників — на 6 %) і пов'язано переважно із перебудовою відкритих ринків у багатофункціональні торговельні комплекси в рамках реалізації муніципальних та місцевих програм облагородження територій.

Спроби держави осучаснити торгівлю на ринках в регіонах наштовхуються на ряд протидіючих факторів, ось деякі з них:

- невміння підібрати якісний пул орендарів при створенні торгових центрів, що відлякує відомі бренди;
- низькі темпи освоєння торговцями правил грамотної роботи в цивілізованих торгових форматах;
- проектування торгових центрів за зразками, що нагадують базари, тощо.

Не дають істотних результатів і зусилля влади щодо удосконалення функціонування роздрібних ринків в напрямі їх перетворення на сучасні торговельно-сервісні комплекси.

Парадокс полягає в тому, що, згідно з розповсюдженою думкою, торгівля на ринках є архаїзмом і затримує перехід української торгівлі до цивілізованих її форм, але не можна ігнорувати й те, що вона розв'язує дуже важливі соціальні завдання. По-перше, базарна торгівля орієнтована переважно на бідний прошарок населення, яке готове витратити більше часу на пошук дешевших продуктів і для якого мають цінність особистісні стосунки з продавцем. Серед таких людей зберігається часто небезпідставна думка про більш високу якість, свіжість та екологічність продуктів харчування, які реалізуються на ринках. По-друге, вулична торгівля частково вирішує проблему зайнятості в Україні, надаючи робочі місця некваліфікованій робочій силі. По-третє, ринкова торгівля є єдиним доступним каналом продажу сільськогосподарської продукції, виробленої в приватних господарствах селян, які не мають іншої альтернативи їхньої реалізації.

Нині провідні українські ритейлери розглядають формат роздрібних базарів як серйозного конкурента, особливо в невеликих населених пунктах. Треба визнати, що за фасадом необлаштованих ринків, хоча й повільно, але все ж таки відбуваються якісні структурні зрушення: посилення концентрації бізнесу (формування великих дистриб'юторських організацій, які беруть на себе функції оптової закупівлі та розповсюдження товарів в ринковій мережі), розширення обслуговуючих послуг, впровадження сучасних форм продажу і сервісу, оптимізації асортименту тощо. Поки що споживчі ринки зберігають ключову перевагу перед мережевою торгівлею: вони мають потенціал швидкої адаптації до мінливих умов господарської кон'юнктури. Тому підкреслимо, що інституціональна пастка вуличної торгівлі має дуальний характер і не може бути однозначно визначена як негативне явище. Це треба враховувати при спробах «наведення порядку» в діяльності ринків, що практикуються українською державою в останні роки, і втіленні в регіональних проектах програм розвитку внутрішньої торгівлі та організації торгівлі на ринках.

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> — Назва з екрана.
2. Полтерович В. М. Институциональные ловушки и экономические реформы [Текст] / В. М. Полтерович // Экономика и математические методы. — 1999. — Т. 35, вып. 2. — С. 3-20.
3. Полтерович В. М. Трансплантация экономических институтов [Текст] / В. М. Полтерович // Экономическая наука современной России. — 2001. — № 3. — С. 24-50.
4. Мазур О. Є. Інституційні пастки роздрібної торгівлі України [Текст] / О. Є. Мазур // Економічна теорія. — 2014. — № 2. — С. 61-69.
5. Роздрібна торгівля України у 2012 році [Текст] / під заг. кер. В. О. Піщейка. — К. : Укрстат, 2013. — 173 с.