

Розвиток сільських територій

УДК 658.6/.9:[332.122:338.43]:351
JEL O13, Q13

В. В. Аноній, Г. В. Аноній

Стратегічні пріоритети розвитку торгівлі в сільській місцевості

Проаналізовано стан і тенденції функціонування торгівлі в сільській місцевості, виявлено суттєві деформації, суперечливості в її діяльності, а також невідповідність завданням сучасної політики активізації розвитку сільських територій. Обґрунтовано стратегічні пріоритети розвитку сільської торгівлі під впливом домінуючих чинників та умов, розкрито зміст і спрямованість перспективного розвитку торгівлі на селі. Запропоновано концептуальну структурну моделі сільської торгівлі на засадах диверсифікації торговельної діяльності, кооперування, горизонтальної та вертикальної інтеграції.

Ключові слова: торгівля в сільській місцевості, сільські території, роздрібна, оптова торгівля, торговельна інфраструктура, ресурсний потенціал, стратегічні пріоритети, концептуальна модель торгівлі.

В Україні сільська торгівля досягла значних масштабів і займає особливе місце в соціальній сфері і багатofункціональній економіці села. Проте характер її розвитку, ефективність функціонування і рівень конкурентоспроможності не відповідають перспективним перетворенням на сільських територіях і глобальним тенденціям розвитку аграрного сектору. Торгівля на селі розвивається безсистемно, деформовано і протирічно. Основна причина такого стану – відсутність сучасних фундаментальних наукових досліджень у цьому напрямі і невизначеність стратегічних пріоритетів її розвитку.

Зазначене об'єктивно актуалізує проблему стратегічного розвитку сільської торгівлі на наукових засадах у межах сучасних концепцій, програм і ефективної торговельної політики.

Метою статті є наукове обґрунтування стратегічних пріоритетів розвитку і функціонування торгівлі в сільській місцевості під впливом детермінуючих чинників.

За своєю сутністю сільська торгівля як соціально-економічна система є впорядкованою сукупністю взаємопов'язаних і взаємозалежних складових (підсистем, елементів), які закономірно утворюють єдине ціле в межах сільських територій і взаємодіють задля активного формування і мобілізації товарних ресурсів, ефективної реалізації товарів і послуг сільським споживачам відповідно до їх потреб, сприяння соціально-економічних перетворень на селі [1, с. 30]. Відповідно, основними функціями сільської торгівлі є забезпечення потреб у товарах і послугах сільського населення, інших споживачів, розташованих у сільській місцевості (підприємств, соціальних закладів), у формі купівлі-продажу, а також залучення в економічний обіг агропродовольчих ресурсів.

Нами встановлено, що сучасний стан розвитку торгівлі на селі характеризується позитивною динамікою товарообігу, товарним насиченням сільського ринку, позитивними структурними змінами в товарообігу, розширенням мережі об'єктів роздрібної торгівлі. З іншого боку, негативні явища проявляються у звуженні організованого сектору торгівлі, неприпустимій територіальній

диференціації забезпеченості населення торговельними площами, низькій купівельній спроможності населення, високій частці натурального споживання.

Загалом торгівля на селі розвивається суперечливо. Визначити масштаби і сучасні тенденції її розвитку складно через паралельне функціонування двох структур: організованого сектору торгівлі (мережі та підприємства) і неорганізованого (об'єкти фізичних осіб-підприємців). Останній статистично не обліковується, попри його домінуючий стан. Так, офіційні дані статистики вказують на наявність у сільській місцевості 10,3 тис. об'єктів роздрібної торгівлі з річним товарообігом 41,0 млрд грн (2015 р.), але це відображає лише стан організованої торгівлі. За нашими розрахунками, на селі функціонують 52,6 тис. об'єктів торгівлі, обіг яких складає не менше 62,2 млрд грн. При цьому зауважимо, що частка сільської торгівлі в загальнонаціональному товарообігу складає лише 8% (2015 р.), при тому, що на селі проживає третина населення країни.

Гострою залишається проблема доступності сільського населення до торговельних послуг. Економічна доступність залежить від рівня доходів сільського населення, які стабільно межують з прожитковим мінімумом, до того ж постійно зростають роздрібні ціни, про що свідчить динаміка індексів споживчих цін. Як наслідок, розрив між середнім рівнем товарообігу на одну особу в Україні і сільського жителя перевищує 4,5 разу.

Аналіз показав, що не лише економічна, але й фізична доступність сільського населення до торговельних послуг проблематична.

В Україні у понад 30% сільських населених пунктів (8,1 тис. од.) відсутні об'єкти торговельного обслуговування, а в 71% – немає закладів громадського харчування (табл. 1).

Таблиця 1

Забезпеченість сільських населених пунктів України торговельними об'єктами

	К-ть населених пунктів	У тому числі з чисельністю жителів						понад 1000
		до 49	50-99	100-199	200-299	300-499	500-999	
Усього в Україні сільських населених пунктів (од.)	27016	4684	2807	3911	2807	4118	5107	3582
Зареєстровано жителів (тис. осіб)	13560	98,9	207,3	571,1	691,3	1613,7	3572,2	6805,1
Населені пункти, які мають торговельні заклади (од.)	18897	203	796	2697	2578	4012	5060	3551
Населені пункти, які не мають торговельних закладів (од.)	8119	4481	2011	1214	229	106	47	31
Частка населених пунктів, що не мають закладів торгівлі (%)	30,0	95,7	71,6	31,0	8,2	2,6	0,9	0,4
Частка населених пунктів, які не мають сучасних закладів громадського харчування (%)	71,3	99,6	91,0	97,3	94,6	87,1	64,3	0,1

Розраховано за даними соціального обстеження у 2014 р. «Соціально-економічне становище сільських населених пунктів» [Статистичний збірник] Державна служба статистики. – К.: 2014.

Такий стан приводить до надмірно високого рівня міграції покупок. Понад 60% покупок сільські жителі здійснюють у містах.

Під час дослідження виявлено суттєву регіонально-територіальну диференціацію у рівнях доступності сільського населення до торговельних послуг. Розрив між крайніми значеннями показників окремих регіонів щодо забезпеченості населення торговельними площами – 7 разів; об'єктами торгівлі – 5 разів; товарообіг на 1 особу – 9 разів [2, с. 11].

Деформації, негативні явища і тенденції продовжують накопичуватися в сільській торгівлі, що об'єктивно зумовлює необхідність наукового обґрунтування стратегічних напрямів і пріоритетів її розвитку в межах нових форм і моделей. Такі обґрунтування вимагають узгодження з положеннями національних програм і концепцій.

Проте загальнонаціонального стратегічного документу розвитку внутрішньої торгівлі на сучасному етапі немає. Програма розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 р. затверджена постановою Кабінету Міністрів від 24VI-2009 №632 [5], припинила свою дію, а нових програмних документів не прийнято.

У загальнонаціональних програмах і стратегіях «Стратегія 2020» [11], Програми діяльності Кабінету Міністрів України від 11 XII-2014 №26-УП внутрішня торгівля, по суті, не представлена [6]. Відповідно, відсутня дійова торговельна політика.

У такій ситуації спрямованість пріоритетів розвитку сільської торгівлі має бути орієнтована і відповідати основним завданням соціально-економічного розвитку села [7, с. 7-10].

1. Формуванню багатокладної сфери торговельного обслуговування в сільській місцевості.
2. Широкомасштабному розвитку роздрібно торгівлі й адаптації роздрібних мереж до вимог теорії і практики сільського розвитку.
3. Вдосконаленню аграрного ринку, прискореному розвитку дрібнооптової торгівлі у сфері збуту аграрної продукції.
4. Відродженню системи масового харчування (ресторанного господарства) на селі.
5. Розвитку якісно нових форм і видів торгівлі в сільській місцевості.
6. Створенню сучасних об'єктів інфраструктурного забезпечення функціонування торгівлі на селі.
7. Формуванню в сільській місцевості доступної і ефективної системи торговельного обслуговування.

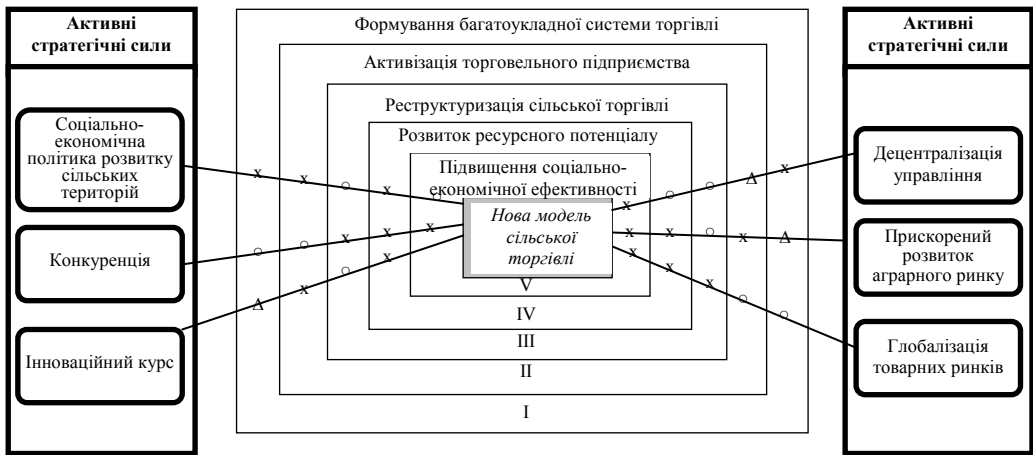
Таким чином, концептуально сільська торгівля має перспективи розвитку за кількома основними напрямками. Її розвиток відбуватиметься під впливом активних стратегічних сил, які представляють сукупність чинників, умов і масштабних процесів, які перетворюючи впливають на економіку, соціальну сферу, у тому числі сільську торгівлю. До активних стратегічних сил, що домінуватимуть у найближчій перспективі, належать:

- *соціоекономічна політика розвитку сільських територій.* Суть такої політики полягає у системному відродженні сільського сектору, узгодженої за всіма критеріями з аграрним розвитком. Важливою метою такого розвитку є формування багатокладної і багатфункціональної економіки села, де торгівлі відводиться особлива роль;
- *інноваційна модель розвитку економічних систем,* регіонів, сільських територій, яка спрямована на нарощування інноваційного потенціалу як основи конкурентоспроможності. У межах такої моделі слід очікувати

модернізацію сільської торгівлі, стимулювання впровадження нововведень, підвищення конкурентності торгівлі, культури та якості торговельного обслуговування;

- *децентралізація територіального управління* – лібералізація і дерегуляція торговельного підприємництва, підтримка та захист з боку місцевих громад торгівлі, мобілізація її потенціалу і можливостей на підвищення соціально-економічної ефективності і соціальної відповідальності, включаючи нові види спеціалізації і типізації підприємств роздрібної торгівлі;
- *прискорене становлення аграрного ринку* означає динамізацію товарно-грошових відносин, стимулювання товарного виробництва у всіх секторах аграрного виробництва, глибоке перетворення організаційної структури на базі кооперування, інтеграції і кластеризації. Усе це приведе до посилення ролі торгівлі як основного товаропровідного каналу і каталізатора створення сучасної інфраструктури аграрного ринку [4, с. 28-30];
- *конкуренція* – посилення конкуренції у всіх сферах економічної діяльності, формування інтенсивного конкурентного середовища за участю вітчизняних та іноземних операторів споживчого ринку. Як результат, торговельні підприємства намагатимуться зміцнити конкурентний потенціал і свої конкурентні позиції;
- *глобалізація товарних ринків* проявиться у нарощуванні товарного імпорту, стимулюванні експорту агропродовольчих ресурсів, інтеграції аграрного сектору в міжнародні зв'язки, експансії зарубіжного торговельного капіталу, інтернаціоналізації торгівлі.

Вплив і спрямованість активних стратегічних сил, характер і зміст перспективних напрямів розвитку сільської торгівлі дають можливість всебічно обґрунтувати стратегічні пріоритети (рис. 1).



x – визначальний вплив; o – загальний вплив; Δ – незначний вплив.

Рис. 1. Вплив активних стратегічних сил на формування пріоритетів розвитку сільської торгівлі

У першому напрямі формування багатокладної сфери торгівлі у структурі сільської економіки можна виділити такі основні пріоритети:

- демонополізація сільської торгівлі шляхом скорочення приватного сектору і відродження функцій споживчої кооперації;

– суттєве розширення в торгівлі на селі різних форм власності.

Домінування приватної форми власності в сільській торгівлі є наслідком не виправданої політики надмірної фетишизації цієї форми в умовах ринкових відносин. Кінцевий результат – витіснення торговельних об'єктів інших форм власності з сільського ринку і встановлення повної монополії приватної форми власності.

Зауважимо, що приватна форма власності має низку слабких сторін: об'єкти торгівлі цієї форми малорозвинуті у техніко-технологічному аспекті, оскільки на практиці виявилися малоактивними в інноваційному плані. До цього слід додати, що вони дрібні за своїми розмірами, малопотужні, а рівень конкурентоспроможності дуже низький.

Об'єктивно виникає необхідність врівноваження приватного сектору сільської економіки, у тому числі торгівлі, об'єктами інших форм власності. Йдеться насамперед про відродження функцій споживчої кооперації – універсальної господарської організації, яка зберегла частково матеріально-технічний потенціал (у сільській місцевості функціонують 6,6 тис. об'єктів торгівлі) кадровий потенціал (не менше 35 тис. професійних кадрів) і досить потужну потенційну базу пайовиків – не менше 3,5 млн осіб.

З багатоукладністю органічно пов'язаний *другий пріоритетний напрям* розвитку торгівлі в сільській місцевості – активізація торговельного і сервісного підприємництва.

Підприємництво як форма активізації економічної діяльності на селі має важливе соціальне значення в умовах масового безробіття, посилення міграційних процесів і зростання кількості депресивних сільських районів. Саме підприємництво покликано динамізувати розвиток торгівлі та сфери послуг, а також об'єктів їх інфраструктурного забезпечення, більш повно задовольнити матеріальні потреби сільських жителів та їх доступність до якісного обслуговування, створити робочі місця, зняти гостроту проблем соціального характеру.

Широкий розвиток підприємництва в сільській місцевості пов'язаний зі створенням відповідних умов і гарантій, державної підтримки і захисту [89, с. 50-72]. Відсутність умов розвитку підприємництва на селі підтвердило 54% опитаних сільських жителів. До необхідних основних умов стратегічного розвитку торговельного підприємництва належать: дерегуляція підприємницької діяльності у сфері торгівлі і скорочення трансакційних витрат; стимулювання інвестиційної діяльності в сільській економіці, зокрема у секторі торговельних та інших видів послуг, забезпечення доступності підприємців до кредитних ресурсів; оновлення і вдосконалення застарілої нормативно-правової бази регулювання діяльності суб'єктів торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг; мінімізація податків і платежів для суб'єктів торгівлі, які функціонують у депресивних сільських районах; кадрове забезпечення торговельного підприємництва на селі; впровадження ефективних норм і методів продажу товарів, підвищення якості обслуговування і культури торгівлі; використання ринкових методів господарювання і форм економічної взаємодії: оренди, франчайзингу, лізингу, партнерства.

Створення зазначених умов суттєво активізуватиме підприємницьку діяльність на селі, надасть сфері торгівлі і послуг новий імпульс розвитку.

Третій пріоритет в стратегічному розвитку торгівлі на селі – глибока реструктуризація сільської торгівлі. Ідеться насамперед про вдосконалення організаційної структури шляхом:

- суттєвого розширення сектору організованої торгівлі, тобто збільшення об'єктів підприємств корпорацій, організацій, асоціацій, звуження масштабів неорганізованого ринку на селі;
- оптимізації територіального розміщення об'єктів торгівлі відповідно до поселенської структури, створення не менше 1600 об'єктів торгівлі в населених пунктах, де чисельність жителів перевищує 150 осіб;
- раціональної спеціалізації об'єктів торгівлі та їх типізації відповідно до характеру попиту, структури споживання, укладу сільського життя;
- створення нових структур: інтегрованих систем, локальних агропродовольчих оптових ринків, контрактних компаній, торгових домів.

Зміст *наступного пріоритету* сільської торгівлі полягає у зміцненні ресурсного потенціалу торгівлі на селі.

Потенціал є основним чинником розвитку і функціонування сільської торгівлі. Структурно він містить: наявні ресурси – матеріально-технічні, фінансово-економічні, трудові, організаційні та інші. До потенціалу торгівлі слід додати резерви – наявні та приховані.

Загалом наявний ресурсний потенціал сільської торгівлі не відповідає завданням цієї системи. На селі зосереджено лише 15% основних засобів роздрібної торгівлі, при тому що кількість магазинів у сільській місцевості перевищує 22% їх загальної кількості [11, с. 282]. Зауважимо, що нематеріальні активи як основний індикатор інновацій не перевищує 2% основних фондів. Обігові активи, головню в запасах товарів, також незначні – усього 8%. Соціальний потенціал малорозвинутий. Так, у сільській торгівлі зайнято всього 250-300 тис. осіб при можливостях подвоєння цієї чисельності за рахунок створення об'єктів торгівлі різних типів у більшості населених пунктів.

Зміцнення ресурсного потенціалу сільської торгівлі доцільно проводити за рахунок активізації інвестиційно-інноваційної діяльності суб'єктів торгівлі при активній підтримці цього процесу з боку держави, диверсифікації інвестиційних джерел, надання пільг суб'єктам, які функціонують у депресивних районах і малих поселеннях, стимулювання інновацій. Якщо на активізацію розвитку сільських територій потрібно не менше 500 млрд грн [9], то на якісне оновлення і розвиток ресурсного потенціалу сільської торгівлі, за нашими розрахунками, – 60-65 млрд грн інвестицій. Пріоритетність використання інвестицій має бути така:

- розвиток матеріально-технічного потенціалу роздрібної та оптової торгівлі, удосконалення торговельної інфраструктури, впровадження нових технологій на базі механізації та електронних комунікацій для того, щоб суттєво збільшити активну частину основних засобів;
- фінансово-економічне забезпечення для поповнення обігових коштів, оскільки власні обігові кошти суб'єктів торгівлі не перевищують 10% від потреб, що зумовлює розширення неефективної системи розрахунків на основі товарного кредиту;
- активізація соціальної діяльності у напрямі соціальної орієнтації торгівлі, збільшення та якісного оновлення персоналу, соціальної підтримки і захисту працівників, а також соціальної відповідальності торговельного бізнесу.

Слід підкреслити, що *важливим стратегічним пріоритетом* у сільській торгівлі залишається підвищення соціально-економічної ефективності її діяльності. Понад третина підприємств торгівлі хронічно збиткові, причому сума збитків постійно зростає. У наслідку низької віддачі сукупних ресурсів (усього 4,9 грн обігу на 1 грн ресурсів) і високого рівня операційних витрат

(98 коп на 1 грн товарообігу) ефективність торговельної діяльності коливається в межах 2,5-3%, а рівень рентабельності господарської діяльності в останні роки залишається від'ємним.

Внутрішні резерви для підвищення соціально-економічної ефективності функціонування сільської торгівлі, по суті, вичерпані, тому необхідно її радикальна модернізація шляхом глибокої реструктуризації, удосконалення організаційно-економічного та інституціонального забезпечення трансформації механізмів і системи зв'язків [9, с. 19]. Нова модель системи торговельного обслуговування в сільській місцевості структурно виглядатиме таким чином (рис. 2).

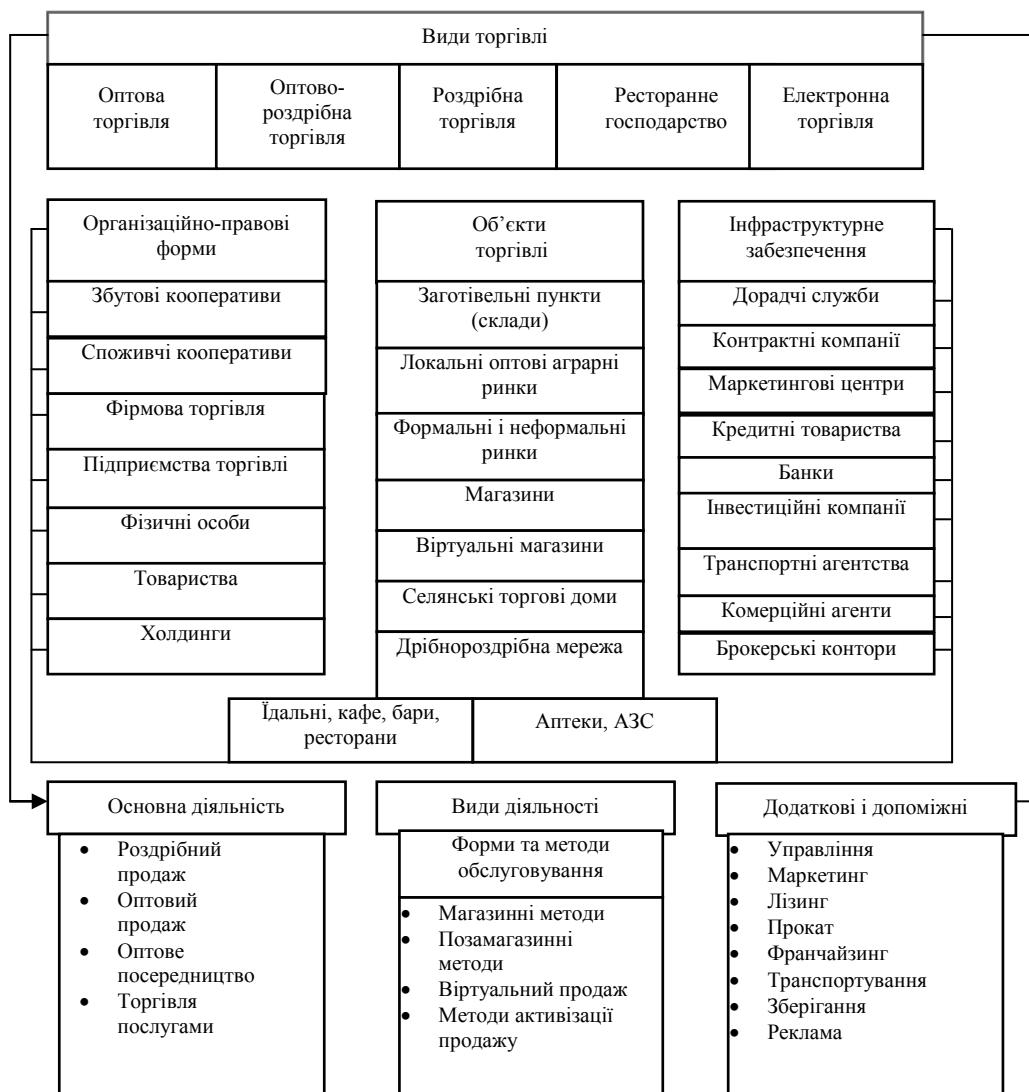


Рис. 2. Концептуальна структурна модель сільської торгівлі

Характерним для запропонованої моделі є багатовекторність. Ідеться насамперед про розвиток збутової мережі об'єктів з дрібнооптового продажу сільськогосподарської продукції шляхом відновлення заготівельної діяльності споживчої кооперації та розвитку самостійних збутових кооперативів і аграрних

оптових ринків. Якщо мережа споживчої кооперації орієнтована на селянські господарства, то збутові кооперативи та оптові ринки покликані залучати до товарообігу продукцію фермерських господарств і сільгоспідприємств.

У структурній моделі торгівлі важливе місце належить роздрібній і дрібно-роздрібній торгівлі, яка вже тепер виконує складні соціально-економічні функції. У перспективі роздрібна торгівля стане домінуючою. Вона суттєво розшириться за рахунок нових мереж: дискаунтних магазинів, коопмаркетів, соціальних магазинів.

У процесі диверсифікації з'являться нові типи магазинів – комбіновані. Вони поєднуюватимуть торговельну, заготівельну діяльність, надання послуг, харчування поза домом.

Завдання мережі роздрібної торгівлі на селі полягатиме у тому, щоб охопити не менш 60-65% купівельних фондів сільського населення і суттєво скоротити міграцію покупок у містах.

Особливе значення для сільської торгівлі має розвиток принципово нових видів торгівлі. До них належать електронна торгівля, яка заснована на електронних комунікаціях і комп'ютерних технологіях. Віртуальна торгівля не має адміністративних кордонів і бар'єрів. Уже тепер вона охоплює широкий асортимент товарів, продукції, послуг і практично доступна для села, тому зацікавленість до неї зростає.

Усі зазначені форми і види торгівлі можуть успішно розвиватися в сільській місцевості при умовах вирішення відповідних завдань, які визначають соціальний, економічний, організаційний і техніко-технологічний розвиток торгівлі на селі.

Список використаних джерел

1. Організація торгівлі [підручник] / В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький та ін. ; наук. ред.: В. В. Апопій. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
2. Апопій Г. В. Формування ефективної системи торговельного обслуговування в умовах розвитку сільських територій: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Г. В. Апопій, ВНЗ «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Полтава, 2016. – 20 с.
3. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : [монографія] / наук. ред.: В. В. Апопій, П. Ю. Балабан. – Львів : Новий Світ, 2014. – 563 с.
4. Павленчик Н. Ф. Ринок сільськогосподарської продукції: теорія та практика : [монографія] / Н. Ф. Павленчик. – Львів : Ліга-Прес, 2015. – 312 с.
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Програма розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року» від 24.06.2009 р. №632. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-п>
6. Програма діяльності Кабінету Міністрів України, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 11 грудня 2014 р. № 26-VIII. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/26-19>
7. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України : монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України ; наук. ред. : В. В. Борщевський. – Львів, 2012. – 216 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).
8. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : [монографія] / наук. ред.: В. В. Апопій, І. М. Копич. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
9. Ситник Н. С. Модернізація внутрішньої торгівлі України : [монографія] / Н. С. Ситник. – Львів : Новий Світ, 2013. – 318 с.
10. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 р., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2013 р. № 806-р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/806-2013-р>
11. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020», схвалена Указом Президента України від 12.01.2015 №5/2015. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>

References

1. Apoyiy, V. V. (Ed.), Mishchuk, I. P., Rebytskyy, V. M., & et al. (2005). *Orhanizatsiya torhivli [Organization of trade]* (Textbook). Kyiv: Center for Educational Literature. [in Ukrainian].
2. Apoyiy, H. V. (2016). *Formuvannya efektyvnoyi systemy torhovel'noho obsluhovuvannya v umovakh rozvytku sil'skykh terytoriy [Formation of an effective system of trade services in the conditions of rural areas development]*. (Ph.D. in Econ. Thesis, Poltava University of Economics and Trade, Poltava, Ukraine). [in Ukrainian].

3. Apopiy, V. V., & Balaban, P. Yu. (Eds.) (2014). *Vnutrishnya torhivlya Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku [Internal trade of Ukraine: problems and prospects of development]*. Lviv: New World. [in Ukrainian].
4. Pavlenchuk, N. F. (2015). *Rynok sil's'kohospodars'koyi produktsiyi: teoriya ta praktyka [Market for agricultural products: Theory and practice]*. Lviv: Liga-Press. [in Ukrainian].
5. Cabinet of Ministers of Ukraine (2009). Prohrama rozvytku vnutrishn'oyi torhivli na period do 2012 roku [Program of development of domestic trade for the period till 2012]. Resolution on 2009, June 24, 632. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-п> [in Ukrainian].
6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2014). Prohrama diyal'nosti Kabinetu Ministriv Ukrainy [Program of activity of the Cabinet of Ministers of Ukraine] (Adopted by Resolution of Cabinet of Ministers of Ukraine on 2014, December 11, 26-VIII). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/26-19> [in Ukrainian].
7. Borshchevskyy, V. V. (Ed.) (2012). Rozvytok sil's'kykh terytoriy v systemi yevrointehratsiynyykh pryoritetiv Ukrainy [The development of rural areas in the system of European integration priorities of Ukraine]. Lviv: Institute of Regional Research of NAS of Ukraine. [in Ukrainian].
8. Apopiy, V. V., Kopych, I. M. (Eds.) (2012). Systema rehulyuvannya vnutrishn'oyi torhivli Ukrainy [System of regulation of domestic trade of Ukraine]. Kyiv: Academic Edition. [in Ukrainian].
9. Sytnyk, N. S. (2013). Modernizatsiya vnutrishn'oyi torhivli Ukrainy [Modernization of the domestic trade of Ukraine]. Lviv: New World. [in Ukrainian].
10. Cabinet of Ministers of Ukraine (2013). Stratehiya rozvytku aharnoho sektoru ekonomiky na period do 2020 r. [Strategy for the development of the agrarian sector of the economy for the period till 2020] (Approved by Order on 2013, October 17, 806-r). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/ru/806-2013-p> [in Ukrainian].
11. President of Ukraine (2015). Stratehiya staloho rozvytku «Ukrayina-2020» [Strategy of Sustainable Development «Ukraine-2020»]. Presidential Decree on 2015, January 12, 5/2015. Retrieved from <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015> [in Ukrainian].

Apopiy V. V., Apopiy H. V. Strategic priorities for trade development in rural areas.

Trade in rural areas has extended significantly and now occupies a special place in the social sphere and multifunctional rural economy in Ukraine. However, the nature of its development, the efficiency of functioning and the level of competitiveness do not correspond to perspective transformations in rural areas and global trends in the development of the agrarian sector. Trade in the countryside is developing unsystematically, in a deformed and contradictory way. The key reason for such a situation is the lack of modern fundamental research in this direction and the uncertainty of strategic priorities for its development.

The above mentioned objectively gives relevance to the problem of strategic development of rural trade on a scientific basis within the framework of modern concepts, programs and effective trade policy.

The purpose of the article is to provide scientific substantiation of strategic priorities of development and functioning of trade in rural areas under the influence of determinant factors.

The strategic directions of the development of trade in rural areas in the conditions of rural development intensification are investigated. The essential characteristic of rural trade, the tendencies and the character of its modern development are described. Significant deformations and imbalances in the development and functioning of rural trade, inconsistency of its potential with the requirements and principles of agrarian policy are revealed.

The socio-economic and institutional environment of development and functioning of rural trade is analyzed. The active strategic forces, under the influence of which the priorities of development of rural trade are formed, are grounded and determined. The essence, content and character of the main priorities of the perspective development of trade in rural areas are revealed.

The conceptual structural model of rural trade is proposed and its main tasks are substantiated. It is proved that the new model of rural trade should become an organic component of the village's economic system and promote its social, organizational and innovative development.

Keywords: trade in rural areas, rural areas, retail and wholesale trade, trade infrastructure, resource potential, strategic priorities, conceptual model of trade.

Апопій Віктор Володимирович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва Львівського торговельно-економічного університету (e-mail: apopiy@gmail.com).

Apopiy Viktor Volodymyrovych – Dr. Sci. (Econ.), Prof., Head of the Department of business and entrepreneurship of the Lviv University of Trade and Economics.

Апопій Геннадій Вікторович – кандидат економічних наук, викладач Чернівецького кооперативного коледжу економіки і права (e-mail: apopiy@gmail.com).

Apopiy Hennadiy Viktorovych – Ph.D. (Econ.), Lecturer of the Chernivtsi Cooperative College of Economics and Law.

Надійшло 10.05.2017 р.