

УДК 339.378:005.22

Дуляба Н. І.

Львівська комерційна академія

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досліджено розвиток торгівлі в Україні в 2000-2012 роках та виявлено тенденції та закономірності за цей період. Встановлено фактори впливу на основні показники розвитку торгівлі. Визначено перспективи їх якісних та кількісних змін.

Ключові слова: торгівля, тенденції, динаміка, розвиток, криза.

Постановка проблеми. Рік 2013 для багатьох країн світу ознаменувався початком виходу з кризи, появою позитивної динаміки у виробництві, формуванні грошових доходів населення та їх працевлаштуванні, у фінансовій сфері. Разом з тим, економіка України перебуває в затьмуні фінансовій кризі, що відстежується в основних показниках господарсько-фінансової діяльності суб'єктів господарювання, показниках соціальної та фінансової сфери.

Торгівля, як сфера національної економіки, є важливим індикатором її стану. Розвиток товарообороту, як основного обсягового показника функціонування підприємств та організацій галузі, в значній мірі залежить від забезпечення населення працею, від розмірів та регулярності формування доходів, від споживчих настроїв. Через торгівлю в Україні проходить більшість готівкової виручки, що стимулює подальший розвиток фінансової сфери та національної економіки загалом.

Торговельна діяльність, як одна з найважливіших складових економіки України, від якої залежить якість життя людини, розвиток економіки та її конкурентоспроможність, сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап розвитку, зумовлений динамічними змінами в коротко- та довгостроковий періодах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток торгівлі в різних станах економіки країни досліджували такі вчені як В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, О. І. Бланк, Я. А. Гончарук, В. Д. Лагутін, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, В. О. Точилін, О. О. Шубін. Роботи науковців висвітлюють еволюцію торгових форматів, специфіку та переваги оптової та роздрібною торгівлі, тенденції та перспективи подальшого розвитку торговельної сфери. Багато матеріалу присвячено аналізу стану ринку, прогнозам його подальшого розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас, недостатньо уваги приділяється дослідженню взаємозв'язку, що існує між тенденціями розвитку торгівлі, її закономірностями та сучасному стану галузі. Такі дослідження необхідні для визначення обґрунтованих перспектив розвитку торгівлі України.

Мета статті. Головною метою цієї статті є виявлення тенденцій та закономірностей розвитку торгівлі в Україні та виявлення перспектив її подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Визначення «тенденції розвитку» за визначенням Вікіпедії походить від лат. *tendo* – направляю, прагну, що відображає можливість тих чи інших подій розвиватися в даному напрямку. В економіці під тенденціями розглядаються виявлені в результаті економічного аналізу стійкі співвідношення, властивості, ознаки, властиві економічній системі, економіці країни, підприємства, фірми, показниками доходів, витрат, споживання сімей, попиту

та пропозиції на ринку товарів і послуг; склалася спрямованість економічних процесів. На основі тенденцій можна робити висновки про хід економічних процесів у майбутньому, прогнозувати економічні показники [1].

В статистиці, на основі даних якої проводиться загальний аналіз розвитку торгівлі, тенденція розглядається як будь-який динамічний ряд у межах періоду з більш-менш стабільними умовами розвитку виявляє певну закономірність зміни рівнів [2]. Тобто, в статистиці поняття закономірності та тенденції є взаємопов'язаними, тобто тенденція розвитку виявляється на основі закономірності зміни показників.

Етимологія терміну «закономірність» відображає його залежність від поняття «закон». Тобто, в його основі лежить певний закон, як об'єктивний, постійний і необхідний взаємозв'язок між предметами, явищами або процесами, що впливає з їх внутрішньої природи, сутності [3]. У філософії поняття закономірності визначається через віддзеркалення переважно внутрішніх, стійких, таких, що повторюються, загальних відношенні дійсності, основних напрямів її розвитку; рух пізнання в глибоку об'єкту, коли розкриваються його суть, закон; спосіб перетворення можливості в дійсність, при якому в певному об'єкті є тільки одна можливість, що перетворюється на дійсність.

На основі викладеного вище, для досягнення мети даної роботи необхідно дослідити зміни стану торгівлі України на основі вивчення притаманних їй особливостей, характерних рис. При цьому, основу такого дослідження складають дані офіційної статистики з використанням методів аналізу, синтезу, узагальнення та порівняння.

Торгівля в Україні пройшла складний процес трансформації в ринкову економіку. Розвиток торгівлі в Україні відбувається на тлі загальної економічної ситуації в державі. Важливими індикаторами стану економіки в державі є обсяги ВВП; рівень зайнятості трудових ресурсів, безробіття; стан сукупного попиту; участь у зовнішньоекономічній діяльності, фаза економічного циклу тощо. Аналіз загальноекономічних показників доцільно розпочати з оцінки зміни в часі показників валового внутрішнього (ВВП) в Україні, оскільки такий показник відображає сукупність доходів учасників виробництва і є узагальнюючим показником економічного та соціального розвитку. Відповідно, динаміка цього показника характеризує зростання чи спад економіки.

З моменту проголошення України незалежною, державі в спадщину від СРСР залишилась економіка в кризовому стані. Однак, з 2000 року спостерігається пожвавлення економічного становища в державі, що мало позитивний вплив на стан торговельної сфери. У 2000 році індекс зміни валового внутрішнього продукту вперше досяг позитивного значення, що відображає початок

формування позитивної динаміки розвитку показника (рис. 1). Таким чином, з 2000 року спостерігається постійний приріст ВВП України. Позитивно відмічається і збільшення темпів зростання ВВП в 2000-2008 роках. Вплив світової фінансової кризи на економіку України хоча й розпочався всередині 2008 року, проте, на показнику валового внутрішнього продукту (тобто на його позитивній динаміці) це відобразилось лише в 2009 році. Зокрема, в 2009 році

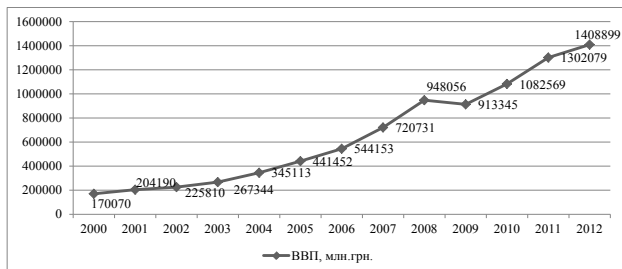


Рис. 1. Динаміка ВВП України за 2000-2012 роки

ВВП знизився порівняно з 2008 роком на 3,7%, тобто на 34711 тис. грн. З 2010 року позитивна динаміка ВВП, хоч і уповільненими темпами, відновилась.

При цьому внесок торгівлі в загальний приріст ВВП невинно зростає. В 2011 році частка торгівлі у формуванні валового внутрішнього продукту становила 12,5%, тобто галузь посіла друге місце серед сфер економіки за мірою свого внеску в загальний результат.

Аналіз ринку зайнятості відображає загальні тенденції зниження рівня зайнятості та зростання рівня безробіття (за методологією МОП). Наприкінці 2012 року в Україні було 1657,2 тис. дол. зареєстровано безробітних. Але згідно з дослідженнями компаній GP Group, «МИР» та служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади, в даних офіційної статистики не враховується приховане безробіття, як то зміни динаміки незареєстрованих працівників, неповний робочий тиждень, затримки з виплатою зарплати тощо. Відтак, визначено, що реальне безробіття в Україні вище офіційного. Не виключено, що воно десь на рівні 2,0 млн. осіб, можливо, дещо більше, якщо обчислювати його за методикою Міжнародної організації праці.

Внаслідок зростання безробіття та зниження обсягів споживчого кредитування відбулось зниження сукупного попиту. Підсилення кризових явищ в українській економіці зумовлене ще й негативними результатами її зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, таким фактором є негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу на кінець 2012 року, яке спостерігається вже від 2008 року, – в розмірі 15848248,5 тис. дол. США, що на 11,5% перевищує аналогічний показник минулого року.

Тенденції та закономірності розвитку (спаду, стагнації) економіки держави відображаються і на показниках діяльності торговельних підприємств. Основним індикатором розвитку торгівлі традиційно вважається товарооборот. Він включає весь обсяг реалізації товарів у грошовому вираженні і характеризує заключний етап руху продукції зі сфери виробництва у сферу споживання, фіксуючи суспільне визнання цінності і споживної вартості товарів.

Роздрібний товарооборот відображає пропорції між виробництвом і споживанням, сукупним по-

питом і сукупною пропозицією. «Це один із найважливіших показників соціально-економічного розвитку суспільства, оскільки у його динаміці відображається стан економіки в цілому, інфляційні процеси, зміна добробуту населення, кон'юнктура і місткість внутрішнього ринку» [4, с. 456].

Характеризуючи розвиток роздрібного товарообороту, як основного показника розвитку торгівлі, протягом 2000-2012 років можна відзначити нерівномірне, але постійне зростання показника (таблиця 1). Зокрема, протягом всього аналізованого періоду загальний обсяг роздрібного товарообороту України (за всіма каналами реалізації) в діючих цінах за даними офіційної статистики, збільшився більше ніж у 14 разів. При цьому товарооборот в розрахунку на особу збільшився в 15 разів. Загалом, протягом всього аналізованого періоду темпи зростання загального товарообороту по Україні були дещо нижчими, ніж темпи зміни товарообороту в розрахунку на 1 особу. Це пов'язано із позитивною динамікою товарообороту, з однієї сторони, та негативною динамікою чисельності населення країни з іншої сторони. Проте, детальніший аналіз відображає, що такого значного зростання обороту було досягнуто переважно через суттєві інфляційні процеси в економіці держави. За даними офіційної статистики індекс цін в Україні, зокрема, починаючи з 2003 року, невинно зростає (за винятком 2009 року). Таким чином, фізичний обсяг товарообороту змінюється повільнішими темпами – в середньому на 38,1% протягом досліджуваного періоду.

Таблиця 1
Показники роздрібного товарообороту та його зміни загалом та в розрахунку на 1 особу по Україні за 2000-2012 роки

Роки	Роздрібний товарооборот, млн. грн.	Роздрібний товарооборот на 1 особу, грн.	Темп зміни роздрібного товарообороту, %	Темп зміни роздрібного товарообороту на 1 особу, %
2000	28757	585	129,8	131,7
2001	34417	710	119,7	121,3
2002	39691	825	115,3	116,3
2003	49994	1048	126,0	127,0
2004	67556	1428	135,1	136,3
2005	94322	2003	139,6	140,2
2006	129952	2777	137,8	138,6
2007	178233	3832	137,2	138,0
2008	246903	5338	138,5	139,3
2009	230955	5015	93,5	93,9
2010	280890	6123	121,6	122,1
2011	350059	7659	124,6	125,1
2012	405114	8885	115,7	116,0

Таким чином, економічні фактори зовнішнього середовища торговельного підприємства, які відображаються в макроекономічних показниках, опосередковано впливають на діяльність самого підприємства, створюючи загальний «фон», умови функціонування. З виникненням ознак фінансово-економічної кризи в державі, умови розвитку торговельних підприємств стали менш сприятливими, що, безумовно, відображається на результатах їх діяльності.

Основним результатом господарсько-фінансової діяльності торговельних підприємств, який стимулює їх розвиток, є засобом конкурентної боротьби та фінансової стабільності, є прибуток. В 2012 році

підприємствами торгівлі отримано фінансовий результат до оподаткування в розмірі 75670,2 млн. грн. З 2008-2009 років ситуація покращилась, бо фінансовий результат набув позитивного значення, тобто загалом функціонування підприємств торговельної сфери стало прибутковим. Разом з тим, ще 35,5% торговельних підприємств залишаються збитковими. При цьому, часто причиною збитковості господарювання окремих торговельних підприємств є неспроможність протистояти в жорсткій конкурентній боротьбі в сфері торгівлі.

Формування конкурентного середовища в торгівлі України відбулось під впливом соціально-політичних перетворень в державі та після прийняття Указу Президента від 31.01.1992 р. №70 «Про комерціалізацію державної торгівлі і громадського харчування» та Закону України від 06.03.1992 р. № 2171 «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)». Отже, з'явилось правові та соціально-політичні умови для створення нових торговельних підприємств, роздержавлення і приватизації існуючих. Саме торговельні підприємства, враховуючи особливості функціонування підприємств цієї сфери (висока рентабельність галузі, відносно невисока потреба фінансових ресурсів для організації діяльності, швидкість обороту капіталу тощо), стали приватизуватись найбільш швидкими темпами. Таким чином, на 1 січня 2013 року в державі налічувалось 492 торговельних підприємства державної форми власності та 2017 – комунальної, тобто 0,8% чисельності усіх торговельних підприємств України. Аналіз структури торговельних підприємств за формами власності дозволяє стверджувати, що найбільш «популярною» є приватна форма власності, частка якої зростає з часу початку процесу роздержавлення та приватизації до 92,5%.

Суттєву конкуренцію крамницям складають позамагазинні канали продажу – організовані та неформальні ринки, а також дрібнороздрібні об'єкти торгівлі. Протягом аналізованого періоду структура продажу товарів змінюється в сторону зростання частки обороту ринків та підприємців-фізичних осіб. Зокрема, товарооборот роздрібною торгівлі підприємств-юридичних осіб становить 51,0% від загального обороту торгівлі, а оборот ринків та підприємців-фізичних осіб склав 49%, при цьому найбільшими темпами зростає оборот підприємців-фізичних осіб. Частка обороту підприємців постійно зростає, що є закономірним в умовах розвитку мікропідприємств в сфері торгівлі. Сформувались загальні тенденції розвитку позамагазинних каналів продажу, зокрема, підприємців-фізичних осіб та організованих ринків.

Переміщення торгівлі зі стаціонарних торговельних підприємств на ринки, у палатки, кіоски павільйони зумовлене рядом обставин. З однієї сторони, несприятливим податковим тягарем та інвестиційним кліматом, нестачею фінансових ресурсів, що зменшують привабливість організації торговельної діяльності у крамницях, з іншої – на ринках та у дрібнороздрібній мережі унаслідок примітивності їх оснащення, мінімальних витрат на оренду й утримання приміщень існує можливість продавати товари за нижчими цінами, ніж у стаціонарних магазинах. Крім того, основними суб'єктами позамагазинної торгівлі є фізичні особи-підприємці, які за допомогою спрощеної системи оподаткування мають змогу мінімізувати податкові платежі.

Розвиток «базарної» торгівлі на думку багатьох науковців і практиків є тимчасовим явищем.

Розширення діяльності нових сучасних супермаркетів та гіпермаркетів призведе до певного відтоку покупців із ринків і зменшення частки продажу на них споживчих товарів. Успіх супермаркетів пояснюється тим, що вони є ефективним видом концентрації торговельного капіталу і тією новою формою роздрібною торгівлі, яка необхідна для збуту товарів народного споживання у великих обсягах і задоволення масового попиту населення. Супермаркети перемагають у конкурентній боротьбі, бо чим більша торгова площа, тим різноманітніший асортимент, а отже, вищий прибуток. Значні перспективи має розвиток мережевої роздрібною торгівлі в Україні. В останні роки (з 2000 року, на думку Л. О. Лігоненко [5]) в державі має місце справжній бум роздрібною торгівлі: активно діють торговельні мережі, розвиваються всі формати торгівлі. Провідні ритейлори створюють власні розподільчі центри, диверсифікують свій бізнес і стають мультиформатами [5].

Разом з тим, позитивні тенденції розвитку торгівлі нових, великих форматів та існування неформального ринку (в якого великі переваги здійснення діяльності в тіні), негативно впливають на розвиток роздрібною торговельної мережі загалом. Зокрема, протягом 2000-2012 років мережа роздрібною торгівлі зменшилась майже вдвічі, суттєво зменшилось забезпечення населення торговою мережею (рис. 2). Проте, розвиток торгівлі в Україні повинен здійснюватись шляхом раціонального поєднання традиційних форм торгівлі та новітніх, з врахуванням всіх переваг і недоліків їх господарювання.

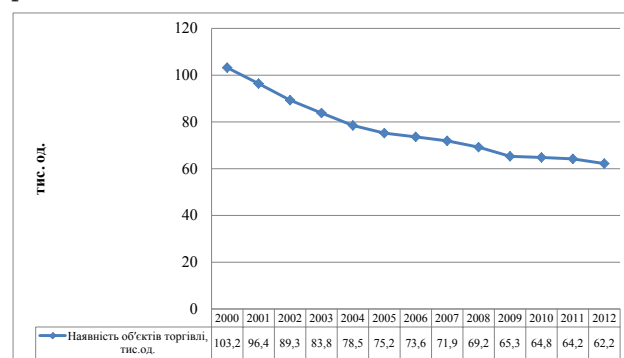


Рис. 2. Торговельна мережа України в 2000-2012 роках

Нестабільність політичної ситуації в державі, інфляційні процеси та зростання безробіття зумовлюють перепади доходів населення. Разом з тим, для розвитку торгівлі зростання грошових доходів населення відіграє одну з першочергових ролей. Аналіз ролі доходів населення у розвитку торговельних підприємств у розвинених країнах світу свідчить про прямий зв'язок між споживчими витратами домогосподарств і значними успіхами економік цих країн. Споживчі витрати у США, наприклад, зростають найшвидшими темпами за останні 11 років, у середньому на 7% на рік. Споживчий бум стимулюється зростанням доходів, які збільшуються тими ж темпами, що і витрати [7]. Зростання доходів населення України протягом 2000-2012 років відбувається стрімкими темпами – більше, ніж в 11,3 рази за період дослідження, в середньому на 44,7% протягом року.

Аналіз структури витрат вітчизняних домогосподарств [6] дозволяє визначити, що близько 90% з них становлять споживчі витрати (на придбання товарів та оплату послуг), а, зокрема, в 1999 році

– 96,6%, а в 2008 році – 81,4%. Разом з тим, результати досліджень GfK Purchasing Power Europe відображають дуже низьку купівельну спроможність українців та невеликі темпи її зростання порівняно із європейськими державами. Зокрема, в 2006-2007 роках в рейтингу із 40 держав Європи Україна посідала 39 місце, в 2008 році – 40 із 41 країни, незмінно випереджаючи по рівню доходу Молдову. При цьому, середньостатистичний українець протягом року витрачав на товари та послуги в 2007 році 1487 євро, в 2008 – 1688 євро, єропеець – 11998 та 12500 євро відповідно [7]. Тобто, українці через низькі доходи витрачають майже у 8 разів менше, ніж мешканці Європи. Відтак, розвиток споживчого ринку в Україні в значній мірі залежить від зростання доходів населення.

Важливий вплив споживчого попиту населення на діяльність торговельних підприємств здійснюється через формування асортиментної структури товарів. Зокрема, структура придбання продовольчих і непродовольчих в 1999-2008 роках змінилась в сторону збільшення частки останніх. Якщо в 2000 році в структурі споживчих витрат українських домогосподарств 68,1% займали продукти харчування, включаючи алкогольні напої, а непродовольчі товари – 28,5%, то в 2012 році такі покупки відповідно займали 51,1% та 35,1%. З початком економічної кризи в державі змінилась структура споживання: «споживачі переважно заощаджують на тих продуктах, які не сприймаються як обов'язкові і не вважаються за життєво необхідні у цей момент» [7, с. 19], а продаж непродовольчих товарів зазнав суттєвого скорочення, особливо товарами тривалого використання, предметів розкоші тощо. Відтак, розвиток торговельних підприємств безпосередньо залежить від вивчення рівня зайнятості населення, його доходів, платоспроможного попиту та споживчих настроїв.

Важливою проблемою розвитку торгівлі є фінансування діяльності підприємства, зокрема, постійна нестача оборотних коштів, значна частина яких «заморожена» у неплатежах внаслідок нестачі оборотного капіталу в грошовій формі і коштів для розрахунків, погіршує фінансовий стан торговельних підприємств. Рівень рентабельності торговельних підприємств України є відносно невисоким – 12,3%. І.О. Бланк виділяє такі найголовніші тенденції розвитку фінансів українських торговельних підприємств: значне зниження частки власного капіталу, зниження грошових активів, низький рівень фінансової стійкості та платоспроможності, перевернена структура джерел залучення позикового капіталу (обсяги товарного кредиту істотно перевищують обсяг банківського), деформована структура джерел фінансування необоротних активів та ін. [8, с. 62].

Розвитку торгівлі в Україні сприяє збільшення обсягів її інвестування та кредитування. Взаємодія торговельних підприємств з власниками капіталів ввійшла в нову фазу відносин, характерною рисою якої є зростання доступу до фінансових ресурсів позичальників. З однієї сторони,

створюються додаткові джерела фінансування розвитку торговельних підприємств. З іншої, зі зростанням кількості та вартості наданих кредитів суттєво погіршується фінансова стійкість торговельних підприємств, їх автономність. Зокрема, на кінець 2012 року незалежність торговельних підприємств в Україні була у вкрай загрозливому стані. Відповідний коефіцієнт автономії становив 0,06, тобто фінансування діяльності торговельних підприємств відбувається переважно за кошти кредиторів. Відтак, антикризовий фінансовий менеджмент торговельних підприємств повинен здійснюватися заходами не лише працівників підприємства, але й партнерів за підтримки держави. Роль власників капіталів в цьому напрямку не винна зводитись лише до бажання повернути свої кошти, а полягати у пошуку розумного компромісу між своїми інтересами та підтриманням розвитку торгівлі.

Таким чином, тенденції розвитку торговельних підприємств є в значній мірі негативним. Зниження рентабельності торговельних підприємств, зростання боргових зобов'язань (в тому числі перед комерційними банками) на фоні незначного зростання купівельних фондів населення та зростання конкуренції з боку «неюрідичних осіб» зумовлюють підвищення приховування оборотів діяльності, свідоме заниження прибутків, тобто тотальну «тінізацію» сфери внутрішньої торгівлі. Відтак, необхідно посилити контроль за діяльністю торговельних підприємств зі сторони «третьої сили» – об'єднань підприємців, інших громадських організацій, які повинні отримати більші повноваження в питаннях регулювання сфери торгівлі. Також легалізація товарообороту, доходів населення, торговельних операцій є важливим завданням держави в процесі стимулювання розвитку внутрішньої торгівлі та забезпечення її конкурентоспроможності в світі.

Висновки і пропозиції. Торгівля, як сфера національної економіки, максимально наближена до споживача, показниками господарсько-фінансової діяльності своїх підприємств найбільш повно віддзеркалює стан економіки країни загалом та соціальної сфери, зокрема. Розвиток торгівлі в державі в сучасних умовах відображає тенденції до зниження кількості торговельних підприємств, уповільнення росту товарообороту, що зумовлено, насамперед, низькими грошовими доходами населення та зростанням безробіття. Тобто, торгівля в порівнянні з докризовими показниками залишається в кризовому стані. Відтак, вимагає комплексних антикризових спільних дій уряду та підприємств.

Таким чином, результати проведеного аналізу відображають, що торгівля розвивається закономірно, відповідно до сформованого соціально-економічного стану держави. Негативні тенденції, що склались в останні роки, повинні змінюватись в результаті підвищення споживчих настроїв населення, обумовлених зростанням зайнятості, доходів населення, їх купівельної спроможності.

Список літератури:

1. Тенденція / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F>
2. Герасименко С. С., Головач А. В., Єріна А. М. Статистика: Підручник [За наук. ред. д-ра екон. наук С. С. Герасименка]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 467 с.
3. Закономірність / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD_%28%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%29
4. З дис.

5. Лігоненко Л. О. Роздрібна торгівля України у дзеркалі світових тенденцій розвитку галузі / Лігоненко Л. О. // Вісник Київ. нац. торг.-екоп. ун-ту. – 2005. – № 5. – С. 12-22.
6. Матеріали Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Сокальський В. Вплив ринкової економіки на статистику торгівлі в Україні / Сокальський В. // Економіст. – 2002. – № 8. – С. 30.
8. Бланк І. О. Фінансово-економічний механізм функціонування внутрішньої торгівлі / Бланк І. О. // Вісник Львівської комерційної академії. – 2003. – Вип. 14 – С. 61-68. – (Серія економічна).

Дуляба Н. И.

Львовская комерческая академия

ТЕНДЕНЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Резюме

Исследовано развитие торговли в Украине в 2000-2012 годах и выявлены тенденции и закономерности за этот период. Установлены факторы влияния на основные показатели развития торговли. Определены перспективы их качественных и количественных изменений.

Ключевые слова: торговля, тенденции, динамика, развитие, кризис.

Dulyaba N. I.

Lviv Academy of Commerce

TRENDS AND PATTERNS OF TRADE IN UKRAINE IN PRESENT CIRCUMSTANCES

Summary

Investigates the development of trade in Ukraine in 2000-2012 years and discovered trends and patterns over this period. The factors of influence on key indicators of trade. The prospects of qualitative and quantitative changes.

Key words: trade, trends, dynamics, development, crisis.