

УДК 339.3:338(477)

Ільченко Н. Б.

Київський національний торговельно-економічний університет

## СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

У статті досліджено проблеми розвитку оптової торгівлі в Україні. Проаналізовано структуру оптового товарообороту по регіонах України та структуру групування підприємств оптової торгівлі за обсягом оптового товарообороту. Запропоновано шляхи подальшого реформування оптової торгівлі в Україні.

**Ключові слова:** оптова торгівля, оптовий товарооборот, функції оптової торгівлі, суб'єкти оптової торгівлі.

**Постановка проблеми.** Перехід України до ринкової економіки вимагав роздержавлення оптової торгівлі, здійснення монополізації і лібералізації торгово-посередницької діяльності, диверсифікації її форм. Внаслідок цих процесів на оптовому ринку України за останнє десятиріччя з'явилася значна кількість малих оптових посередників, більшість з них здійснює посередницьку діяльність без надбання статусу юридичної особи. Отже, особливості та ефективність функціонування оптової торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі і завдання цієї важливої підсистеми сфери товарного обігу в концептуальному плані ще залишаються не вирішеними, що обумовлює актуальність досліджень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні й практичні аспекти проблеми, що досліджується, знайшли відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.В. Апопія, Л.В. Балабанової, І.О. Бланка, Л.О. Брагіна, Н.А. Голошубової, В. Даненбурга, А.А. Мазаракі, Ф. Котлера, Р. Монкріфа, В.П. Онищенко, М.В. Опельбаума, В.К. Памбухчянца, Ф.Г. Панкратова, В.М. Торопкова, Н.І. Трішкіна, О.М. Трубей, К.П. Пашаєва.

Аналіз наукових праць і практики господарської діяльності в умовах перехідного періоду виявив негативні тенденції, що склалися на підприємствах оптової торгівлі.

**Мета дослідження** – визначити місце оптової торгівлі в соціально-економічному розвитку країни, визначити складові механізми регулювання з покращення діяльності підприємств оптової торгівлі як елементу сфери товарного обігу в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Наразі перебування національних моделей розвитку стає типовим явищем для сучасного світу. Досягнення належного поступу в період загострення кризового явища в економіці України, мають розглядатися винятково через призму зміни інструментів та практик державної політики, інституційного середовища розвитку, уточнення цільових орієнтирів та пріоритетів, що загалом і складає поняття перебування моделі.

Основними суб'єктами організації процесу товароруку в оптовій торгівлі є: підприємства оптової торгівлі з повним комплексом закупівельно-збутових операцій; оптові посередники (дистриб'ютори, агенти, дилери); організатори оптового обороту (товарні біржі, аукціони, торги, оптові ринки). Організаційні форми механізму функціонування підприємств оптової торгівлі забезпечують єдність інтересів і дій складових елементів через систему організаційно-економічних відносин, створюють умови для управління і координації розвитку сфери оптової торгівлі.

Оптові операції, що мають місце в Україні на сучасному етапі, здійснюються в основному в

рамках торговельно-посередницької діяльності й здебільшого у сфері руху товарів матеріально-технічного призначення. Вони не спрямовуються на підвищення ефективності торгівлі. Водночас роз'єднаність роздрібних підприємств призводить до значних витрат, пов'язаних з налагодженням господарських зв'язків з великою кількістю промислових підприємств, а також із закупівлею товарів невеликими партіями у географічно віддалених районах. Для вітчизняної оптової торгівлі притаманна одноманітність оптових посередників за їхніми функціональними призначеннями, організаційно-правовими формами господарювання, технологією роботи, що не сприяє створенню ефективного конкурентного середовища. Підприємства, які мають намір надавати оптово-посередницькі послуги відповідно до спеціалізації, повинні мати належним чином обладнане складське господарство, транспортні засоби, обігові кошти, кадровий потенціал тощо. На жаль, ситуація, що склалася в Україні, призвела до розбалансованості національного внутрішнього ринку та економічного обміну між територіями [4].

У сучасній статистичній звітності показують розподіл оптового товарообороту щодо продукції виробничо-технічного призначення та споживчих товарів. Перелік товарних груп продукції виробничо-технічного призначення містить 62 товарні позиції. Споживчі товари розподілено на дві великі групи: продовольчі товари, які охоплюють 32 товарні позиції, та непродовольчі товари – 25 позицій. Щодо кожної товарної позиції, то із загального обсягу продажу у вартісному обчисленні виокремлюють продаж іншим підприємствам оптової торгівлі та обсяг продажу товарів вітчизняного виробництва. На підставі цих даних визначають коефіцієнт ланковості й показники структури оптового товарообороту. Важливим статистичним показником є обсяг товарних запасів у вартісному обчисленні на кінець звітного періоду. На підприємствах оптової торгівлі України вони становлять близько 5% від оптового товарообороту. Дані про залишки товарів щодо кожної товарної позиції уможливають обчислення запасомісткості оптового товарообороту, а також проведення планових розрахунків.

Так, на рисунку 1 наведено дані щодо розвитку оптової торгівлі по регіонах України. Згідно із цими даними, основний оптовий товарооборот припадає на м. Київ – 39,3% та Дніпропетровську – 7,3% і Київську область – 6,9%. Найменший обсяг товарообороту припадає на Чернівецьку – 0,2%, Рівненську та Хмельницьку області – відповідно 0,4% по кожній з перелічених областей, Сумська область – 0,5% [1].

Подрібненість і деспеціалізація оптових підприємств, нерівномірність їх територіального розміщення, низький рівень забезпеченості складськими площами (лише 8% підприємств оптової торгівлі їх мають) не дозволяють виконувати біль-

ність функцій, притаманних оптовій торгівлі. На багатьох вітчизняних підприємствах оптової торгівлі здійснення основної діяльності не супроводжується виконанням усього комплексу маркетингових функцій або виконуються вони в дуже обмеженому вигляді. Це пов'язано передусім з тяжким фінансовим станом багатьох підприємств оптової торгівлі, відсутністю належного інформаційного, технічного, кадрового забезпечення, а також недооціненням цих напрямів діяльності.

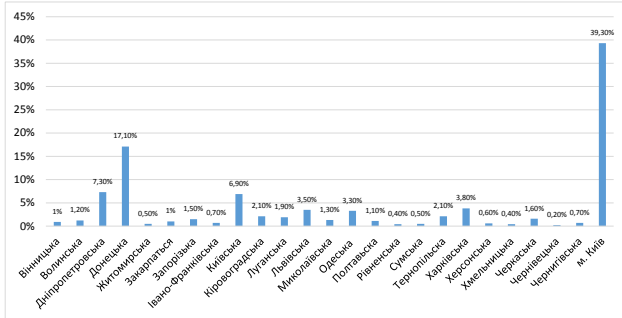


Рис. 1. Структура оптового товарообороту за I півріччя 2014 р. по регіонах України, %

Джерело: [1]

В Україні склалася парадоксальна ситуація, коли великі оптові підприємства через різні причини мають гірші конкурентні позиції, ніж дрібні. Тому вони зменшують обсяги закупівель, звужують товарний асортимент, згортають господарські зв'язки, віддають в оренду частину своїх складських площ тощо, тобто втрачають позиції саме у тих напрямках ділової активності, які повинні забезпечувати їм основні конкурентні переваги.

На рисунку 2 наведено дані щодо структури групування підприємств оптової торгівлі за обсягом товарообороту за 2012–2013 рр. Необхідно відділити оптову від дрібнооптової торгівлі. Це можна зробити, наприклад, через їх окреме патентування.

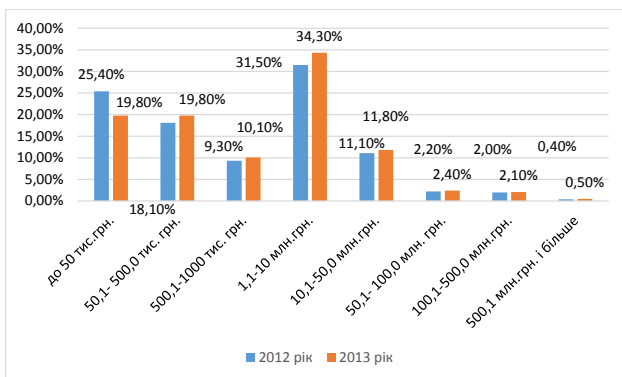


Рис. 2. Структура групування підприємств оптової торгівлі за обсягом оптового товарообороту за 2012–2013 рр. [1]

Тож підприємства, що мають оптовий товарооборот за кількістю у 2013 р. зменшилися на 5,6%, кількість підприємств, оптовий товарооборот яких складає від 1,1–10 млн грн, навпаки, зросли на 2,8%, кількість підприємств, оптовий товарооборот яких складає від 500,1 млн грн та більше зросли на 0,1% порівняно з 2012 р.

Згідно з проведеними нами дослідженнями за I півріччя 2014 р. нові пропозиції на складські площі серед посередників, які надають складські

послуги склали 81500 м<sup>2</sup>, що на 35% менше порівняно з 2013 р. Ринок складської нерухомості активно розвивається у м. Києві та Київській області, у Дніпропетровській та Одеській областях. Враховуючи політичну та економічну ситуацію, що склалася в Україні, пріоритетною областю для розміщення промислових та складських об'єктів може стати Львівська область. У 2010–2013 рр. кількість підприємств оптової торгівлі в Україні скоротилася на 14,4% в основному за рахунок закриття підприємств, зареєстрованих у м. Києві. В інших регіонах країни кількість підприємств оптової торгівлі залишалася у 2013 р. практично незмінною, а в 6 регіонах навіть збільшилась. Водночас значна частина таких суб'єктів господарювання лише формально може належати до категорії підприємств оптової торгівлі, оскільки показник їх діяльності (оптовий товарооборот) у багатьох випадках був меншим за роздрібний товарооборот невеликого магазину. Наприклад, у 2013 р. 29,1% підприємств оптової торгівлі мали оптовий товарооборот до 50,0 тис. грн/рік; ще 17,5% – 50–500,0 тис. грн/рік, тобто загалом 46,6% зареєстрованих як суб'єкти оптової торгівлі підприємств не стільки реально займалися оптовою торгівлею, скільки імітували її.

Фактично можна стверджувати про вкрай низьку роль більшості підприємств оптової торгівлі в економічних показниках галузі, адже підприємства з оптовим товарооборотом до 500,0 тис. грн/рік забезпечили загалом у 2013 р. лише 0,2% від загального обсягу оптового товарообороту; ще 9,2% підприємств з показником від 500,0 тис. грн/рік до 1 млн грн/рік забезпечили загалом ще 0,4% від загального обсягу оптового товарообороту. Водночас основна частка оптового товарообороту (93,1%) припадає на 14,6% оптових торговельних підприємств з показниками, вищими за 10,0 млн. грн/рік. Саме завдяки діяльності таких потужних підприємств у 2013 р. порівняно з 2010 р. зросли обсяги оптового продажу як продовольчих, так і непродтоварів; при цьому в оптовому товарообороті підприємств оптової торгівлі питома вага продтоварів у 2013 р. становила 18,6% (проти 20,6% у 2010 р.), а непродтоварів – відповідно, 81,4% (проти 79,4% у 2010 р.) [2, с. 9].

Негативної оцінки заслуговує те, що у загальній структурі оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі в період кризи, попри загальне збільшення обсягів оптового продажу товарів виробництва України мало місце зменшення частки товарів вітчизняного виробництва (з 66,5% у 2010 р. до 54,3% у 2013 р., серед яких продтоварів – з 75,1 до 71,7%, непродтоварів – з 64,4 до 50,3%) [2, с. 14]. Це означає, що підприємства оптової торгівлі недостатньо якісно організували процеси дистрибуції, виготовленої вітчизняними товаровиробниками, в результаті чого її місце на споживчому ринку займають відносно дешеві, але не завжди якісні і безпечні імпортові товари.

Ще одним із важливих показників розвитку суб'єктів оптової торгівлі є оцінювання їх матеріально-технічного потенціалу, а саме наявність та забезпеченість складською площею. Разом із цим саме за період 2008–2013 рр. з'явилась тенденція до зміщення акцентів у діяльності більшості підприємств оптової торгівлі з торговельної діяльності до отримання доходів від наявної матеріально-технічної бази шляхом здавання в оренду невикористовуваних складських будівель і площ. Водночас значна кількість підприємств оптової торгівлі не має належним чином обладнаних скла-

дів, на яких були б впроваджені новітні технології складської обробки товарів. Реально виконувати повний комплекс послуг зі складського переміщення товарів, що вимагають організатори систем дистрибуції товарів, значна частина підприємств оптової торгівлі просто не може. У 2013 р. загальна складська площа зменшилась порівняно з 2009 р. на 4 384,2 тис. м<sup>2</sup> або на 32,1%, площа закритих складів – на 23,8%.

Отже, на галузі оптової торгівлі в Україні фінансова криза відобразилася не лише через значне скорочення обсягів оптового товарообороту, але й через фактичне згортання діяльності багатьма суб'єктами оптового ринку, відсутність або недостатність інвестицій в розбудову складського господарства, чисельні випадки несплати роздрібними торговцями отриманих від оптовиків товарів.

**Висновки.** Узагальнено до негативних процесів у розвитку оптової торгівлі можна зарахувати:

1) збільшення кількості оптових посередників, що не супроводжується належними якісними змінами. Крім цього, оптова торгівля, зокрема споживчими товарами, через оптову ланку значно втратила свої позиції. Суб'єкти господарювання надають суттєву перевагу товарам виробничо-технічного призначення, тому випереджаючими темпами збільшується кількість таких посередників та обсяг їх товарообороту;

2) оптову ланку України, що відрізняється значною подрібненістю, адже більше половини оптових посередників України мають чисельність працівників до двох осіб. До того ж переважна частина з них працює без визначення свого цільового ринку;

3) оптову вітчизняну ланку, яка нині не має в достатній кількості сучасно обладнаних складів з новітньою технологією складської обробки товарів. Попит на складські приміщення суттєво перевищує їх пропозицію, особливо у великих містах, де краща ситуація з їх соціально-економічним розвитком;

4) оптові посередники, які не мають власного складського господарства, а їх сьогодні в Україні більшість, об'єктивно не можуть повністю обслуговувати клієнтів на належному рівні. Вони зосереджуються на веденні виключно посередницької діяльності, хоча і придбають, як правило, право власності на товари;

5) значну територіальну нерівномірність розвитку оптової ланки. Понад 60% оптових посередників, зокрема й тих, що мають справу з виробничо-технічною продукцією, розташовані у 6 регіонах – це місто Київ, а також Дніпропетровська, Харківська, Запорізька та Одеська області. У загальному обсязі оптового товарообороту на них припадає майже 80% [6, с. 5]. Як показує практика, за останні роки з цих причин значною мірою відбулося розбалансування національного внутрішнього ринку та економічного обміну між територіями;

6) більшу частину посередників, яка не здатна професійно виконувати свої функції, тому й перепродує товари іншим оптовим посередникам. Це збільшує ланковість товароруку та витрати на його здійснення. Крім того, дрібні оптові посередники не в змозі запропонувати магазинами широкий вибір якісних товарів і підтримувати асортиментну стабільність, гарантувати своєчасну поставку товарів, оскільки не мають умов для накопичення та належного зберігання товарів. Такі оптові посередники не можуть бути рівноцінними партнерами у відносинах з товаровиробниками і не сприяють розвитку вітчизняного виробництва.

Вони значною мірою наповнюють ринок товарами групи секонд-хенд та іншими дешевими товарами низької якості походженням з інших країн;

7) структуру оптового товарообороту, яка за останні роки суттєво деформувалася. Насамперед в ній значно скоротився відсоток споживчих товарів вітчизняного виробництва. Частка цих товарів у загальному обсязі оптового товарообороту значно нижча, ніж у товарообороті роздрібною торгівлі, зокрема підприємств-юридичних осіб. Аналіз свідчить, що серед непродовольчих товарів надто мала частка товарів складного асортименту (одяг, взуття, тканини тощо), які потребують ретельного підсортування за різними споживчими ознаками на складах оптових торговців. Не приділяється належної уваги й реалізації технічно складних товарів (насамперед вітчизняних) культурно-побутового та господарського призначення, виробництво яких відрізняється значним ступенем концентрації, а отже, і віддаленістю від споживачів.

Далека від оптимальності й структура товарообороту з продовольчих товарів – половина цього обсягу припадає на алкогольні та слабоалкогольні напої, тютюнові вироби, кондитерські вироби, цукор, рибу, морепродукти і рибні консерви.

Для реформування оптової ланки в Україні важливим є вивчення, узагальнення й критичне осмислення досвіду організації оптової торгівлі у країнах з розвинутою ринковою економікою. Тенденція до укрупнення та об'єднання підприємств, що спостерігається у роздрібній торгівлі та виробничому секторі, як свідчить зарубіжний досвід, вимагає відповідних змін в оптовій торгівлі. Розвинені економіки створюють мотивацію для крупних учасників ринку, водночас бажання захопити певну частку ринку і відсутність фінансової стабільності у дрібних та середніх торговельних підприємств сприяє їх об'єднанню. Глобалізація світової економіки робить цю тенденцію визначальною. Слід звернути увагу на зарубіжний досвід щодо тенденцій розвитку оптових підприємств за формами власності та організаційно-правовими формами господарювання. Основними з них, за цими ознаками, є корпоративні підприємства, тобто найбільш великі. Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить і про те, що оптову торгівлю здійснюють різноманітні посередники (за виконуваними функціями, товарною спеціалізацією, зоною діяльності, формами продажу й обслуговування клієнтів тощо). Це надає можливість продавцям – виробникам товарів і оптовим покупцям – вибирати їх. Оптовим підприємствам, у свою чергу, мати власну ринкову нішу і певні конкурентні переваги.

Отже, зважаючи на все це, виникає необхідність кардинального реформування оптової ланки України. До стратегічних напрямів реформування структурно-територіальної організації торгівлі в Україні пропонуємо:

– підвищити роль оптових підприємств в оптовій торгівлі споживчими товарами, зокрема складного асортименту і технічно складних товарів, виробництво яких характеризується високим рівнем концентрації і територіальною віддаленістю від кінцевих споживачів;

– створити різноманітну структуру підприємств оптової торгівлі за функціональним призначенням, розмірами, спеціалізацією, зоною діяльності, формами власності та організаційно-правовими формами господарювання;

– скоротити кількості дрібних оптових посередників, які лише перепродують закуплені партії

товарів та необґрунтовано збільшують ланковість товароруку й витрати на його здійснення;

– прискорити розвиток оптових продовольчих ринків, що продають, зокрема сільськогосподарську продукцію та продукти її переробки, на принципах аукціонної торгівлі;

– розвиток оптового продажу товарів через мережу Інтернет, який можуть здійснювати як товаровиробники, так і посередники;

– розвиток сучасної мережі складів, що належать підприємствам оптової торгівлі, складів загального користування для надання складських послуг оптовим підприємствам;

– створення сучасної інформаційної системи, яка б стала надійним інструментом державного регулювання оптової торгівлі та прийняття обґрунтованих управлінських рішень суб'єктами господарювання.

#### Список літератури:

1. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: монографія / В.Д. Лагутін. – К.: КНТЕУ, 2008. – 327 с.
2. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2013 рік: статзбірник / Держ. служба статистики України. – К., 2014. – 30 с.
3. Статистичний щорічник України за 2013 рік: статзбірник / Держ. служба статистики України. – К.: ТОВ «Август Трейд», 2014. – 534 с.

**Ильченко Н. Б.**

Київський національний торговельно-економічний університет

### СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

#### Резюме

В статье проведено исследование проблем развития оптовой торговли в Украине. Проанализирована структура оптового товарооборота по регионам Украины и структура группировки предприятий оптовой торговли по объему оптового товарооборота. Предложены пути дальнейшего реформирования оптовой торговли в Украине.

**Ключевые слова:** оптовая торговля, оптовый товарооборот, функции оптовой торговли, субъекты оптовой торговли.

**Pchenko N.B.**

Kyiv National University of Trade and Economics

### DEVELOPMENT STRATEGY OF WHOLESALE TRADE IN UKRAINE

#### Summary

In this article were researched the problems of development of wholesale trade in Ukraine. Analyzed the structure of wholesale trade in regions of Ukraine and the structure of groups of wholesalers in terms of wholesale turnover. The ways of further reform of wholesale trade in Ukraine.

**Keywords:** wholesale, functions wholesale trade, subjects of wholesale trade.