

ОПТОВА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: ЕТАПИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В ЕКОНОМІЦІ РИНКОВОГО ТИПУ

М. П. БАЛАБАН, кандидат економічних наук, доцент;
П. Ю. БАЛАБАН, кандидат економічних наук, професор
(Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»)

Анотація. *Мета статті полягає в дослідженні етапів та тенденцій розвитку оптової торгівлі України в економіці ринкового типу. Методика дослідження.* Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** У статті розглянуто роль оптової торгівлі у процесі товаропостачання роздрібною торговельною мережі, етапи її розвитку в економіці ринкового типу, основні тенденції змін в обсягах товарообороту та чисельності підприємств за період 2000–2014 рр. **Практична значущість результатів дослідження.** Економічний аналіз тенденцій та етапів розвитку оптової торгівлі в економіці ринкового типу засвідчує появу двох протилежних тенденцій: суттєвого скорочення чисельності підприємств оптової торгівлі за період, що аналізується; збільшення обсягів оптового товарообороту.

Ключові слова: оптова торгівля, етапи й тенденції розвитку, товаропостачання, товарні запаси.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Посередницькі функції між товаровиробниками та споживачами зазвичай бере на себе оптова торгівля, роль якої з розвитком ринкових відносин і насиченістю ринку різноманітними споживчими товарами зростає. Це викликано тим, що великі товарні потоки потребують значних зусиль з їх обробки в каналах обігу, а тому невеликі за обсягами діяльності підприємства роздрібною торгівлі не мають ресурсів і можливості раціонально виконувати ці операції. Роздрібним підприємствам, які максимально наближені до споживачів, економічно вигідніше контактувати з одним або декількома оптовими підприємствами, ніж із чисельними виробниками, територіально віддаленими від них.

Неспівпадіння часу й місця виробництва товарів із їх реалізацією потребує накопичення і зберігання значних обсягів товарних запасів, перегрупування виробничого асортименту в торговий, концентрації розпорощених по

території країни товарних ресурсів, вивчення попиту населення та визначення місткості ринку. Ці функції виконують підприємства оптової торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти функціонування оптової торгівлі України, її роль в економіці ринкового типу, соціально-економічні й методологічні проблеми розвитку розглядалися в дослідженнях ряду авторів: В. Апопія, П. Балабана, І. Бланка, М. Виноградського, Н. Голошубової, І. Королькова, А. Мазаракі та ін. Однак детальний економічний аналіз етапів розвитку та шляхів трансформації оптових підприємств в умовах ринково орієнтованої економіки в наукових працях практично відсутній. Отже, подальшого вивчення потребують проблеми й науковий аналіз розвитку та шляхів трансформації вітчизняної оптової торгівлі в умовах конкуренції.

Формування цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в дослідженні етапів і тенденцій розвитку оптової торгівлі України в економіці ринкового типу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. За часів командно-адміністративної економіки вважалось, що оптова торгівля збільшує загальний рівень виробничо-збутових витрат, ускладнює і загальмовує процес реалізації товарів та загалом знижує ефективність економіки. Такі трактування відповідали тим умовам, у яких здійснювалася оптова торгівля. – директивне планування всіх галузей народного господарства, у тому числі й торговельної діяльності, перетворювало оптову торгівлю в механізм централізованого розподілу продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання.

Як результат, оптова торгівля здійснювала свою діяльність у жорстко регламентованих рамках, недостатньо ефективно, що вимагало відповідного втручання державних органів управління. Основана на централізованому управлінні оптова торгівля в умовах ринкової економіки й конкуренції, коли партнери-учасники угоди самостійно визначають основні її параметри, не могла ефективно розвиватися, що призвело практично до ліквідації старої системи оптової торгівлі.

Перший етап у розвитку оптової торгівлі в економіці ринкового типу починається з 1991–1992 рр. і закінчується у 2000 р. Прийняття Законів України «Про власність», «Про підприємництво», «Про підприємства», «Про товарні біржі», у подальшому – Господарського кодексу України та інших нормативних документів стало важливим поштовхом на шляху трансформації й подальшого розвитку вітчизняної оптової торгівлі. У цей період було відмінено централізований розподіл продукції, оптові ціни перестали регламентуватися державою, почався процес становлення нових організаційних форм та ін-

ститутів оптової торгівлі, які базуються на ринковому характері їх діяльності, вільному виборі партнерів, фінансовій самостійності, незалежності, повній відповідальності за результати комерційної діяльності. Оптова торгівля в повному обсязі почала виконувати притаманні їй функції.

Разом із тим за нових економічних умов перед оптовою торгівлею виникла ціла низка проблем, до основних із яких слід зарахувати [1, с. 63]:

зниження ролі оптової ланки торгівлі як посередника у процесі товарного обміну;

порушення взаємозв'язків між виробниками продукції і торгівлею;

послаблення впливу держави на розвиток торговельної галузі й поява «тіньового сектора», який має цілий ряд конкурентних переваг перед «цивілізованою» оптовою торгівлею;

зникнення в обігу багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва;

необґрунтоване збільшення ланковості товароруку;

ліквідація традиційної системи та каналів поставок продукції виробничо-технічного призначення.

Цей етап характеризувався кардинальними змінами у структурі форм власності оптової торгівлі, що спричинило відповідні зміни в обсягах і структурі оптового товарообороту. Уже на кінець 2000 року лише 5,0 % підприємств належали до державного сектора економіки, на 1.01.2006 року – 3,0 % [2, с. 23].

Негативні тенденції в розвитку оптової торгівлі України, які були характерними для перших років економічних трансформацій, змінилися поступовим відновленням та ростом чисельності оптових підприємств, що було характерним для другого етапу розвитку оптової торгівлі в Україні (2000–2010 рр.) (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка чисельності та обсягів товарообороту підприємств оптової торгівлі України за 2000 – 2010 рр. [розраховано за 3–4, 6–7]

Роки	Кількість підприємств, од.	Оптовий товарооборот підприємств, млрд грн	Оптовий товарооборот на одне підприємство, тис. грн
2000	63 139	162,8	2 578
2005	75 703	493,1	6 514
2010	75 132	993,7	13 378

Як видно, за період 2000–2010 рр. чисельність оптових підприємств зросла із 63 139 до 75 132 од., або на 19,0 % за росту оптового товарообороту підприємств у 6,1 раза, товарообороту на одне підприємство – у 5,2 раза. Отже, процес ліквідації невеликих за розмірами товарообороту підприємств продовжувався.

Тенденція зростання чисельності й обсягів товарообороту змінилася на третьому етапі розвитку оптової торгівлі України, який розпочинається із 2010 року (табл. 2).

Як видно, за період 2010–2014 рр. чисельність підприємств оптової торгівлі мала

чітку тенденцію до скорочення (із 75 132 до 47 305 од., або на 37,0 %), як і загальний обсяг оптового товарообороту (з 993,7 до 988,0 млрд грн), що було викликано не стільки тенденціями розвитку оптової торгівлі, скільки втратою Україною 20 % економічного потенціалу в результаті окупації Криму та частини території Луганської і Донецької областей Росією.

Характерною особливістю третього етапу розвитку оптової торгівлі була ліквідація створеної за радянських часів системи оптової торгівлі й формування невеликих за обсягами діяльності оптово-роздрібних структур.

Таблиця 2

Динаміка чисельності та обсягів товарообороту підприємств оптової торгівлі України за 2000–2014 рр. [розраховано за 3–4, 6–7]

Роки	Кількість підприємств, од.	Оптовий товарооборот підприємств, млрд грн	Оптовий товарооборот на одне підприємство, тис. грн
2000	63 139	162,8	2 578,0
2010	75 132	993,7	13 378,0
2011	78 368	1 107,3	14 209,0
2012	55 388	1 093,3	19 739,0
2013	50 400	1 074,8	2 132,5,0
2014	47 305	988,0	2 088,6
2014 р. у % до:			
2000 р.	74,9	6,1 р.	8,1 р.
2010 р.	63,0	99,4	156,1

При цьому потужна складська мережа в результаті такої стратегії була практично непотрібна. У результаті частка оптово-складського товарообороту в загальному обороті оптових баз скоротилася до 10–20 % [2, с. 33]. Отже, процес ліквідації планово-розподільчої системи, який успішно був проведений у перехідний до ринкової економіки період, не призвів до створення якісно нової системи оптової торгівлі в Україні. Замість цього відбулося в широких масштабах подрібнення структури оптової торгівлі, активізувалися процеси стихійного функціонування оптово-посередницької діяльності, створення та безсистемного розвитку нових форм оптових підприємств та оптово-посередницьких структур.

Відбулися відповідні зміни й у структурі оптового товарообороту підприємств, середніх розмірах площ оптових баз і чисельності підприємств залежно від середніх обсягів їх товарообороту (табл. 3).

За даними Держстату України, середня площа оптових баз у 2010 р. становила 159,4 м², у 2013 р. – 183,9 м², у 2014 р. – 174,6 м². При цьому оптовий товарооборот у середньому на одне підприємство у 2010 р. становив 13,4 млн грн, у 2013 р. – 21,3 млн грн, у 2014 р. – 20,9 млн грн. Станом на 1. 01. 2011 року 62,8 % оптових підприємств мали обсяг товарообороту до 1,0 млн грн (0,8 % в загальному обсязі оптового товарообороту), 12,3 % підприємств (92,2 % в загальному обсязі оптового товарообороту) – більше 10,0 млн грн.

За період 2010 – 2014 рр. тенденція збереглася: на 1. 01. 2015 року кількість підприємств з обсягом товарообороту до 1 млн грн становила в загальній чисельності оптових підприємств 45,9 % (у структурі оптового товарообороту – 0,6 %). У структурі товарообороту найбільшу частку займали підприємства з обсягом товарообороту більше 1 млн грн (96,4 %).

Таблиця 3

**Групування оптових підприємств України за обсягом оптового товарообороту
у 2010–2014 рр. (на кінець року) [розраховано за 3, 6, 7]**

Групи підприємств за обсягом оптового товарообороту, тис. грн	Кількість підприємств, %					Структура оптового товарообороту, %					Товарооборот на одне підприємство у 2014 р., тис. грн
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
До 50,0	37,2	29,1	25,4	19,8	15,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,37
50,1–500,0	17,3	17,5	18,1	19,0	19,8	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	236,9
500,1–1 000,0	8,3	9,2	9,3	10,1	11,0	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	727,7
1 000,1–10 000,0	24,9	29,6	31,5	34,3	37,2	7,0	6,3	5,8	5,9	6,3	3 636,5
Більше 10 000,1	12,3	14,8	15,7	16,8	16,9	92,2	93,1	92,2	93,5	93,1	10 952,1

За останні чотири роки чисельність оптових баз з обсягом товарообороту до 50 тис. грн скоротилася на 22,1 %, за відповідного зростання чисельності оптових баз з обсягом товарообороту 1-10 млн грн (на 12,3 %) та більше 10,1 млн грн – на 4,6 %, що характеризує введення в дію в основному великих за обсягом товарообороту оптових підприємств.

Разом із тим максимальна частка в чисельності підприємств оптової торгівлі приходить на групу 1,1–10,0 млн грн (37,2 % – у 2014 р.), у товарообороті – на групу більше 10 млн грн (93,1 %). Це підтверджує тезу про відкриття відносно великих за обсягом то-

варообороту оптових підприємств, що можна вважати позитивною тенденцією в розвитку оптової торгівлі. Як свідчить практика, подібнення оптових підприємств призвело до порушення міжгалузевих і міжгосподарських зв'язків, натуралізації процесів обміну (що особливо було характерним для перших років ринкових трансформацій), необґрунтованого та кількості оптових посередницьких структур, обумовило зростання витрат обігу й роздрібних цін, уповільнення оборотності товарів.

Суттєвих змін за період, що аналізується, зазнала й товарна структура оптового товарообороту (табл. 4).

Таблиця 4

**Зміни у структурі оптового товарообороту підприємств України
за 2000–2014 рр. [розраховано за 3, 6, 7]**

Показники	Роки							2014 р. у % до	
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005 р.	2010 р.
Оптовий товарооборот підприємств, млрд грн, у тому числі:									
продовольчі товари, млрд грн	162,8	492,5	993,7	1 107,3	1 093,3	1074,8	988,0	2,0 р.	99,4
у % до загального обсягу товарообороту	–	16,1	19,5	17,6	19,7	18,6	19,7	–	–
непродовольчі товари, млрд грн	–	413,4	799,8	912,8	878,1	875,1	793,3	1,9 р.	99,2
у % до загального обсягу товарообороту	–	83,9	80,5	82,4	80,3	81,4	80,3	–	–

У випадку зростання загального обсягу оптового товарообороту за 2005–2014 рр. вдвічі, оборот продовольчих товарів збільшився у 2,5 раза, непродовольчих – у 1,9 раза. Зміни в тенденціях розвитку оптової торгівлі та її основного показника – оптового товарообороту – спричинили відповідні зміни в розвитку роздрібного товарообороту та організації товаропостачання підприємств роздрібною торгівлі. Для кількісного вираження

ролі оптової ланки в організації товаропостачання роздрібною торговельною мережею використовується показник – відношення оптового товарообороту до роздрібного, який характеризує кількість посередників у процесі руху товарів від виробничих підприємств до підприємств роздрібною торгівлі. Розрахунок показника показує, що в період 2000–2014 рр. величина показника суттєво змінювалася (табл. 5).

Таблиця 5

Розрахунок показників співвідношення оптового і роздрібного товарообороту та товарних запасів в торгівлі України за 2000–2014 рр.

Показники	Роки							2014 р. у % до		
	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2000 р.	2005 р.	2010 р.
Оптовий товарооборот, млрд грн	162,8	493,1	993,7	1 107,3	1 093,3	1 074,8	988,0	6,1 р.	2,0 р.	99,4
Роздрібний товарооборот підприємств, млрд грн	28,8	94,3	280,9	350,1	405,1	433,1	438,0	15,2 р.	4,6 р.	155,9
Відношення оптового товарообороту до роздрібного, %	5,6 р.	5,2 р.	3,5 р.	3,1 р.	2,7 р.	2,5 р.	2,3 р.	–	–	–
Товарні запаси в мережі роздрібною торгівлі, усього, млн грн	3 583	9 560	31 152	38 017	40 728	41 862	43 172	12,0 р.	4,1 р.	138,6
Товарні запаси, у днях обороту	45	32	37	39	37	37	36	80,0	112,5	97,3
Товарні запаси в оптовій торгівлі (на початок року), млн грн	73 080	83 944	109 241	112 148	118 494	–	–	162,1

Отже, у порівнянні із 2000 роком роздрібний товарооборот підприємств збільшувався значно швидше, ніж оптовий (у 15,2 і 6,1 рази відповідно). Відношення оптового товарообороту до роздрібного скоротилося з 5,6 разів до 2,3 рази у 2014 р.

Постійне скорочення величини показника, з одного боку, свідчить про пониження ролі оптової торгівлі в організації товаропостачання роздрібних торговельних підприємств, з іншого – визначальний вплив мало зростання обсягів роздрібного товарообороту більш високими темпами, що обумовлено значною мірою ціновою політикою й інфляцією, які більшою чи меншою мірою були характерними для розвитку вітчизняної торгівлі протягом усь-

ого періоду економічних перетворень. Про це свідчить і зростання товарних запасів у роздрібній торгівлі України із 3 583 млн грн у 2000 р. до 43 172 млн грн у 2014 р., або у 12 разів. Характерно, що за 2010–2014 рр. (порівняти товарні запаси оптових підприємств за 2000–2005 рр. не видається можливим через відсутність статистичних даних по Україні) темпи зростання товарних запасів в оптовій торгівлі, у порівнянні з темпами зростання у роздрібній торгівлі, були дещо вищими (162,1 % до 138,6 %), що може характеризувати тенденцію до відвоювання оптовими підприємствами своїх позицій в організації товаропостачання підприємств роздрібною торгівлі. Якщо всю суму товарних запасів, що знахо-

дилася в каналах реалізації вітчизняної торгівлі, узяти за 100 %, то на частку оптової торгівлі приходилося: у 2010 р. – 70,1 %, у 2014 р. – 73,3 %. Це характеризує чітку тенденцію до концентрації товарних запасів в оптовій торгівлі.

Крім того, процес скорочення відношення оптового товарообороту до роздрібного характеризує зменшення числа посередницьких операцій у процесі доведення товарів від виробництва до споживання, що є позитивним чинником у розвитку оптової і роздрібною торгівлі.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямку. Отже, економічний аналіз тенденцій та етапів розвитку оптової торгівлі в економіці ринкового типу засвідчує появу двох протилежних тенденцій: суттєвого скорочення чисельності підприємств оптової торгівлі за період, що аналізується; збільшення обсягів оптового товарообороту. Проблеми розвитку оптової торгівлі на регіональному рівні можуть бути предметом розгляду в подальших наукових дослідженнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 353 с.
2. Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 421 с.
3. Копич І. М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля ; за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана. – Львів : «Новий світ – 2000», 2014. – 563 с.
4. Статистичний щорічник України за 2014 рік ; за ред. Жук І. М. – Київ : Держстат України, 2015. – 586 с.
5. Роздрібна торгівля України у 2014 році : статистичний збірник ; за ред. А. О. Фризоренко. – Київ : Держстат України, 2015. – 152 с.
6. Оптова і біржова торгівля України у 2012–2013 роках : статистичний збірник. – Київ : Держстат України, 2014. – 65 с.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.08.2016). – Назва з екрана.

REFERENCES

1. Balaban, M. P. (2005). *Optova torgivlya v rynkovomu seredovyschi efektyvnost funktsionovannya ta strategiya rozvytku; monografiya. [Wholesale trade in environment: effectiveness functioning and strategics development]*. Poltava: RVTSPUSKU [in Ukrainian].
2. Balaban, P. U. & Balaban, M. P. (2011). *Transformatsiia torhivli spozhyvchoi kooperatsii v ekonomitsi rynkovoho typu: etapy rozvytku, konkurentospromozhnist, stratehichni priorytety [Transformation trade cooperation of consumers in economics market the: phase development, competitiveness, strategic priority]*. Poltava: PUET: [in Ukrainian].
3. Kopych, I. M., Nestulya, O. O. (2014). *Vnutrishnya torgivlya Ukrainy: problemy ta perspektivy rozvytku [Inland trade of Ukraine: problem and perspective of development]*. V. V. Apopiya, P. U. Balaban (Eds.). Lviv: [Novyy svit – 2000] [in Ukrainian].
4. Zhuk, I. M. (Ed.). (2015). *Statystychnyei biulleten: za sichen-lystopad 2014 roku [Statistical Bullttin: 2014]*. Kyiv: Derzhkomstat Ukrainy [in Ukrainian].
5. Fryzorenko, F. O. (Ed.). (2014) *Rozdribna torgivlya Ukrainy. Statystychnyei zbirnyk [Retail trade of Ukraine]*. Kyiv: Derzhkomstat Ukrainy [in Ukrainian].
6. *Optova i birzhova torgivlya Ukrainy. Statystychnyei biulleten: za sichen-lystopad 2012–2013. [Wholesale and exchange trade of Ukraine]*. (2014) [in Ukrainian].
7. Sait Derhavnoi slyzhby statystyky Ukrainy [Official Web site of State service statistics of Ukraine]. <http://www.ukrstat.gov.ua/> Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 17 August 2016) [in Ukrainian].

М. П. Балабан, кандидат экономических наук, доцент; **П. Ю. Балабан**, кандидат экономических наук, профессор (Высшее учебное заведение Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли»). **Оптовая торговля Украины: этапы и тенденции развития в экономике рыночного типа.**

Аннотация. Цель статьи заключается в исследовании этапов и тенденций развития оптовой торговли Украины в экономике рыночного типа. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диалектического подхода. **Результаты.** В статье рассмотрены роль оптовой торговли в процессе товароснабжения розничной торговой сети, этапы ее развития в экономике рыночного типа, основные тенденции изменений в объемах товарооборота и численности предприятий за период 2000–2014 гг. **Практическая значимость результатов исследования.** Экономический анализ тенденций и этапов развития оптовой торговли в экономике рыночного типа свидетельствует о появлении двух противоположных тенденций: существенного сокращения численности предприятий оптовой торговли за анализируемый период; увеличения объемов оптового товарооборота.

Ключевые слова: оптовая торговля, этапы и тенденции развития, товароснабжение, товарные запасы.

M. Balaban, Cand. Econ. Sci., Docent; **P. Balaban**, Cand. Econ. Sci., Professor. (Poltava University of Economics and Trade). **Wholesale trade of Ukraine: stages and trends in market economy.**

Summary. The purpose of the article is to study the stages and trends in wholesale Ukraine market economy. **Methodology of research.** The objectives of the article implemented by using the following general and specific research methods: analysis and synthesis, systematization and generalization, dialectical approach. **Findings.** In the article The role of wholesale trade in the course of commodity supply of retail network, stages of its development in market economy, main tendencies of changes in the volume of trade turnover and number of enterprises during the period 2000–2014. **Practical value.** Economic analysis of trends and stages of development of wholesale trade in a market economy confirms the emergence of two opposing trends: a substantial reduction in the number of wholesale trade for the period analyzed, and increased wholesale turnover.

Keywords: wholesale trade, stages and tendencies of development, commodity of supply, commodity remains.

Надійшло до редакції 25 серпня 2016 року.