

5. Мазаракі А.А. *Розвиток і структурна переорієнтація сфери товарного обігу як фактор економічного зростання: Дис... д-ра екон. наук: 08.02.01.* – К., 1995. – 365 с.
6. *Торговая политика / Бурбело О.А., Евтушенко А.К., Малаева Т.В., Заблодська И.В.* – Донецк: ДонГУУ, 2006. – 354 с.
7. Пятакова Ф.С., Лысенков Ю.М. *Совершенствование территориального планирования товарооборота.* – К.: Техника, 1981. – 143 с.
8. Голошубова Н. *Визначальні фактори розвитку роздрібної торгової мережі // Вісник КНЕУ.* – 2001. – № 4. – С. 19–26.
9. Воронова Е.Н. *Территориальная организация внутренней торговли СССР.* – К.: Вища школа, 1981. – 40 с.
10. Головня О.М. *Регіональні особливості розвитку торгово-побутової сфери: Дис... канд. екон. наук: 08.00.05 / РВПС України НАН України.* – К., 2007. – 232 с.
11. Неборачко О.В. *Удосконалення територіальної організації торгівлі продовольчими товарами в Україні: Дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / РВПС України НАН України.* – К., 2001. – 295 с.
12. *Територіальна організація внутрішньої торгівлі України: Навч. пос. / Мазаракі А.А., Касеркін В.І., Воронова Є.М., Дорошенко В.І. За ред. А.А. Мазаракі.* – К.: Київ. торг.-екон. ін-т, 1992. – 84 с.

УДК 339.16

**Т.М. ГРОМОВА**  
*Національний університет ДПС України*

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Дослідження інституційної інфраструктури оптової торгівлі – один з найбільш досконалих процесів розкриття її сутності та особливостей у трансформаційних економічних умовах. Економічна сутність оптової торгівлі полягає у здійсненні процесу купівлі-продажу товарів і послуг між товаровиробниками та іншими підприємствами сфери виробництва, а також оптовим і роздрібним торговельним підприємством, комерційним посередником, державною установою тощо.

В останні роки спостерігається швидкий розвиток оптової торгівлі. Це явище обумовлене певними тенденціями в сучасній економіці, а саме: географічною розкиданістю великих підприємств з масовим виробництвом товарів, які віддалені від основних товарокористувачів; перевагою виробництва товарів про запас порівняно з випуском товарів на замовлення; зростанням кількості проміжних виробників та користувачів; економією на трансакційних витратах.

Вивченню теоретичних та практичних проблем діяльності оптової торгівлі присвячені роботи вчених Н. Голошубової, І. Королькова, В. Торопкова, Н. Трішкіної та ін. Їх дослідження неодноразово доводили, що виникла нагальна потреба у проведенні глибокого комплексного наукового дослідження механізмів реформування оптової ланки в Україні, оскільки саме вона відіграє важливу роль у реалізації торговельної політики та розвитку економіки в цілому.

Цілями статті є дослідження сутності, особливостей та значимості інституційної інфраструктури оптової торгівлі в трансформаційних економічних умовах.

За сучасних умов масштабними оптовими підприємствами національного і міжрегіонального рівня виступають торговельно-закупівельні бази, які щільно взаємодіють із виробничими й аграрними товаровиробниками. Вони розташовані в основному в центрах концентрації виробництва або при масштабних виробничих підприємствах. Крім цього, значну роль у розвитку оптової торгівлі відіграють оптові продовольчі ринки, які сприяють доведенню конкурентоспроможної сільськогосподарської сировини та продовольства до оптових і роздрібних торговельних підприємств.

Оптовими посередниками можуть бути: дилери, які ведуть торговельні операції від свого імені та за свій рахунок; дистриб'ютори, що ведуть торговельні операції від імені виробника за свій рахунок; комісіонери, які ведуть торговельні операції від свого імені, але за рахунок виробника; агенти, що виступають як представники або помічники сторонньої особи і, як правило, є юридичними особами; брокери, що при укладанні угоди зводять контрагентів.

За останні роки спостерігається підвищення ролі оптової торгівлі, що підтверджує значимість її функції збуту, яка раніше виконувалася виробничими підприємствами. Зазначене призводить до диктату виробника оптовим дистриб'юторським мережам щодо умов постачання, збуту та в більшості випадків ціноутворення. Отже, таке явище є негативним для економічного прогресу, тому йому необхідно запобігати та надавати можливості для розвитку потужних роздрібних торговельних мереж, які утворюють жорсткі конкурентні умови для виробників.

На макрорівні оптова торгівля виконує такі ринкові функції [1, с. 3]:

- інтегруючу – для забезпечення взаємозв'язку між партнерами (виробниками, продавцями та покупцями) у пошуку оптимальних каналів збуту продукції;
- оцінюючу – для визначення рівня суспільно необхідних затрат праці через ціноутворення;
- організуючу та регулюючу – для забезпечення раціональної побудови ефективного функціонування економічної системи розповсюдження товарів.

Для ефективного управління оптовою торгівлею необхідним є виконання функцій стосовно як своїх покупців, так і постачальників товарів. Суть функцій щодо покупців полягає в оцінці потреб у товарах і всього попиту, збереження та просування товару, перетворення промислового асортименту на торговельний та вигідне кредитування. Що ж до функції постачальників товарів, то її роль полягає в правильності комерційної діяльності випуску товарів, які користуються значним попитом, здійснення заходів щодо підтримки вітчизняних виробників та мінімізації комерційного ризику.

Виконання оптовою торгівлею вищезазначених функцій сприяє стимулюванню виробництва, розв'язанню проблеми господарських зв'язків, міжрегіональній інтеграції споживчого ризику та розвитку внутрішньої торгівлі в цілому. За цих умов оптова торгівля повинна не лише змінити форму власності та збільшити кількість оптових посередників, але й згрупувати цих

посередників за різноманітністю виконуваних ними функцій, асортиментною спеціалізацією тощо.

У зв'язку з трансформаційними процесами перехідного періоду, зростанням ролі торгівлі в національному господарстві особливої актуальності набуває комерційна діяльність у сфері торгівлі та, зокрема, її оптовій ланці. Вона може виступати каталізатором структурних перетворень і сприяти забезпеченню збалансованості внутрішнього ринку. Для цього оптова торгівля в нових умовах повинна перетворитися в комерційного посередника, який здійснюватиме свою діяльність на принципах підприємництва, маркетингу та менеджменту [2, с. 111].

На нашу думку, для вдосконалення функціонування оптової торгівлі необхідною є її структурна перебудова, сутність якої полягає в обмеженні доступу численних суб'єктів підприємницької діяльності до ринку оптово-посередницьких послуг. Це дало б змогу відібрати фінансово спроможних суб'єктів підприємницької діяльності, які мають достатню кількість матеріальних ресурсів, що можуть здійснювати обслуговування руху споживчих товарів як у межах конкретних регіонів, так і країни в цілому. Для цього необхідно ввести ліцензування на оптово-посередницьку діяльність, щоб обмежити посередницькі структури, які здійснюють торговельну діяльність, не маючи прав власності на товар. Крім цього, це дасть змогу зменшити спекулятивну діяльність та витиснути недобросовісну конкуренцію у торговельній сфері.

Основним показником господарської діяльності підприємств оптової торгівлі є оптовий товарооборот, який має на меті своєчасне та безперебійне забезпечення роздрібною торгівлі якісними товарами та у повному асортименті, що потребує споживач.

Оптовий товарооборот визначається як обсяг перепродажу підприємствами товарів без будь-яких змін (крім звичайних для торгівлі операцій) іншим підприємствам та організаціям (крім населення) для їх використання або наступного продажу як в Україні, так і на експорт. Оптовий товарооборот враховується без податку на додану вартість і акцизу. Звичайними для торгівлі операціями є фасування, сортування, пакування, подрібнення партій, розподіл, складання, перемішування і т. ін. Готові до реалізації товари (рухоме майно) являють собою готові вироби, які реалізуються без оброблення або перероблення.

Особливістю оптових ринків є те, що вони регулюють фізичний потік товарів та можуть швидко реагувати на зміни в ситуації того чи іншого регіону. Ціни оптового ринку висвітлюють доцільність збільшення або зменшення його виробництва, перекидання товару з одного регіону в інший та сприяють досягненню рівноваги між інтересами виробників і споживачів.

Оптова посередницька діяльність вигідна ще тим, що без її послуг було б не вигідно працювати малим і середнім підприємствам, оскільки цим виробникам дешевше сплачувати за користування послугами оптових посередників, ніж створювати власні відповідні служби. Посередницькі фірми, маючи досвід та налагоджені зв'язки, надають виробникам продукції гарантії

щодо доведення їхніх товарів до роздрібною торгівлі. Кінцевий же споживач виступає суб'єктом завершення реалізації товару, тому що виробник, продаючи свою продукцію оптовим посередникам, спрямовує її в послідовний процес купівлі-продажу до моменту придбання її роздрібними продавцями, які вже доводять її до споживача.

Але все ж таки є і позитивний момент діяльності фірми-виробника без посередників, а саме: завдяки щільному контакту виробника і покупця фірма виробник швидше реагує на зміни в попиті, отже, швидше і переорієнтовується на новий попит. Проте такий збут нерентабельний для фірм-виробників, якщо в країні є багато малих споживачів, які розкидані по всій території країни та вимагають великих витрат для створення й обслуговування збутової мережі.

В умовах ринкової економіки оптова торгівля має свої переваги, а саме: надає можливість виробникам збувати свій товар без зайвої кількості посередників на місцях, які територіально наближені до споживача; зменшує витрати часу на укладання угод завдяки широкому асортименту, який формується на оптових складах; збільшує обсяги торговельних партій, що, у свою чергу, зменшує витрати на транспортування товарів.

Після виокремлення в процесі суспільного поділу праці оптової торгівлі в окрему галузь її організація стала однією з основних функцій. Адже в процесі купівлі-продажу оптові посередники при контакті з виробниками є представниками споживачів та, у свою чергу, вони діють від імені виробників, пропонуючи товар покупцям. Отже, виконуючи посередницьку або контактну функцію, оптова торгівля забезпечує значну економію витрат обігу та часу для роздрібною торгівлі, звільняючи її від багатьох закупок у різних виробників.

Малі та середні торговельні підприємства не передбачають транзитні постачання товарів, і тому для них необхідними є послуги оптових баз. Саме завдяки останнім вони на належному рівні мають вибір значного асортименту продукції зі стабільним її надходженням.

Для правильного вибору посередника фірма-виробник повинна звернути увагу на його комерційний стан, вміння залучати нових клієнтів, номенклатуру товару тощо. Саме завдяки оптовим підприємствам здійснюється вдосконалення територіального розподілу праці через введення товарів у різні регіони країни. Отже, торгівля відіграє важливу роль у налагодженні економічних зв'язків між адміністративними регіонами та в здійсненні вимог економічного закону розподілу праці, першим етапом якого є отримання грошової заробітної плати. Остання виступає матеріальною зацікавленістю працівників і забезпечується та стимулюється у тому випадку, якщо вони мають можливість обміняти свої гроші на необхідні їм товари і послуги знову таки через торгівлю.

Оптовій торгівлі належить винятково важлива роль у насиченні та збалансуванні внутрішнього споживчого ринку, тому що суб'єкти оптової ланки спроможні краще та більш результативно за інші підприємства виконувати функції, які спрямовані на узгодження виробництва та споживання, задоволення різноманітних вимог до асортименту, подолання розриву між

часом (місцем) виробництва товарів і часом (місцем) їх споживання чи використання [3, с. 5].

Без оптової торгівлі неможливо забезпечити узгодження сукупного попиту та сукупної пропозиції, налагодити стабільні господарські зв'язки, подолати регіональні бар'єри вільного пересування товарів, дієво захищати наших товаровиробників, здешевлювати весь процес товарообігу. Особливо негативно згортання оптової торгівлі вплинуло на підприємства, які виготовляють товари сезонного попиту, у першу чергу легкої промисловості [1, с. 10]. Отже, поліпшення економічної ситуації та зміцнення впевненості українського споживача в завтрашньому дні приведуть до збільшення попиту на споживчі товари й послуги роздрібною торгівлі. Нині споживач оптимістично оцінює економічне майбутнє країни. Зростання доходів сприяло розширенню внутрішнього попиту, який поживав роздрібну торгівлю [4, с. 107].

Оптовій торгівлі відводиться значна роль як у розвитку вітчизняного виробництва, так і внутрішньої та зовнішньої торгівлі країни. Дослідження показали, що з переходом України до ринкової економіки в оптовій торгівлі відбулося зниження її показників діяльності на багатьох товарних ринках, які призвели до негативних наслідків. Саме структурна перебудова оптової торгівлі, яка полягає в зміні форм власності та збільшенні кількості оптових посередників, згрупованих за різноманітністю виконуваних ними функцій, асортиментною спеціалізацією тощо, сприятиме вдосконаленню її функціонування. Крім цього, основною метою розвитку оптової торгівлі повинно бути створення розвиненої мережі товароруку задля підтримки необхідної інтенсивності товаропотоків та економії витрат обігу.

#### *Література*

1. Корольков І., Торопков В. *Оптова торгівля в інфраструктурі споживчого ринку* // Вісник КНТЕУ. – 2002. – № 5. – С. 3–13.
2. Трішкіна Н. *Оптова торгівля України: стан і напрямки розвитку* // Підприємництво, господарство і право. – 2002. – № 6. – С. 111–113.
3. Торопков В. *Тенденції структурних змін у сфері оптової торгівлі споживчими товарами* // Вісник КНТЕУ. – 2003. – № 5. – С. 5–16.
4. Лошенко І.Р. *Перспективні тенденції розвитку інфраструктури роздрібного ринку України* // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10(40). – С. 107–113.

УДК 336.76 : 330.322

**О.П. КОРНІЙЧУК**

*Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України*

## **ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ І ДЕРЖАВ ЄС ЯК МЕХАНІЗМИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ**

Пріоритетна і чітка орієнтація України на інтеграцію в Європейський Союз, набуття статусу повноправного членства в ньому розглядається як основа стратегії економічного та соціального розвитку нашої держави на