

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сучасний стан оптової торгівлі в Україні, фактори, які негативно впливають на розвиток підприємств оптової торгівлі. Доведено, що значна роль у сфері обороту товарів харчової промисловості належить оптовій торгівлі. Проаналізовано динаміка товарообороту внутрішньої торгівлі, динаміка та структура оптової торгівлі, фінансові результати підприємств оптової торгівлі України. З'ясовано, що динаміка показника фінансового результату підприємств оптової і роздрібною торгівлі України, складається з двох етапів: сповільненого зниження та прискореного зростання. Досліджено основні проблеми, які стримують розвиток ринку оптової торгівлі та визначено стратегічні напрями розвитку підприємств оптової торгівлі продуктами харчування.

Ключові слова: торгівля, товарооборот, рентабельність, фінансовий результат, підприємство.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

Кошелёк Г.В.

В статье рассмотрено современное состояние оптовой торговли в Украине, факторы, которые негативно влияют на развитие предприятий оптовой торговли. Доказано, что значительная роль в сфере оборота товаров пищевой промышленности принадлежит торговле. Проанализированы динамика товарооборота внутренней торговли, динамика и структура оптовой торговли, финансовые результаты предприятий оптовой торговли Украины. Установлено, что динамика показателя финансовых результатов предприятий оптовой и розничной торговли Украины, состоит из двух этапов: замедленного снижения и ускоренного роста. Исследованы основные проблемы, сдерживающие развитие рынка оптовой торговли и определены стратегические направления развития предприятий оптовой торговли продуктами питания.

Ключевые слова: торговля, товарооборот, рентабельность, финансовый результат, предприятие.

THE PRESENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF WHOLESALE TRADE IN UKRAINE

Koshelek H.

The article describes the current state of wholesale trade in Ukraine, the factors that negatively affect the development of wholesale trade enterprises. It is proved that trade plays a significant role in the sphere of turnover in the food industry. The dynamics of trade in domestic trade in general, dynamics and structure of wholesale trade, financial results of wholesale trade enterprises of Ukraine are analyzed. It was found that the dynamics of the indicator, financial results of the wholesale and retail trade enterprises of Ukraine, consists of two stages: a slow decline and accelerated growth. The main problems that hinder the development of the wholesale trade market are identified and the strategic directions of the development of wholesale food trade enterprises are determined.

Keywords: trade, turnover, profitability, financial result, enterprise.

Постановка проблеми. Велика роль у сфері обороту товарів харчової промисловості належить оптовій торгівлі. Оптові підприємства перетворюють виробничий асортимент у торговий, виступають на ринку як посередники між харчовою промисловістю і роздрібною торгівельною ланкою. Оптові підприємства сприяють гармонізації споживчого ринку харчових продуктів України та збільшенню обсягів їх реалізації, а також підвищують ефективність матеріально-сировинного забезпечення підприємств харчової промисловості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах українських вчених таких як: Апопій В.В., Богославець Г.М., Кравченко М.С., Трубей О.М. та інших розглянуті питання системи регулювання внутрішнього ринку України і оптової торгівлі зокрема, концептуальні засади розробки методичного інструментарію оцінки ефективності функціонування та обґрунтування стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації проблеми та перспективи розвитку роздрібною торгівлі, тенденції розвитку торгового підприємництва. Але ще залишаються недостатньо вивченими деякі питання.

Постановка завдання. Мета даної статті – на основі аналізу сучасного стану оптової торгівлі в Україні визначити перспективи її подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У теперішній час система оптової торгівлі, яка була створена в минулі роки, опинилась не в кращому стані. Значно знизилась роль оптової ланки торгівлі як суб'єкта ринку, що призвело до порушення зв'язків між виробниками та покупцями, зазнала значних втрат: кількісно зменшилась мережа торгівельних підприємств, інфляція і гіперінфляція знецінила власні обігові кошти, а тривала збитковість підприємств галузі призвела до повної втрати власних обігових коштів. Лише з вдосконаленням системи управління і маркетингу підприємств вдалося змінити ситуацію на позитивний лад [Ікрав, с. 141]. Це забезпечило зростання обсягу оптового товарообороту, що наочно видно на рис. 1.

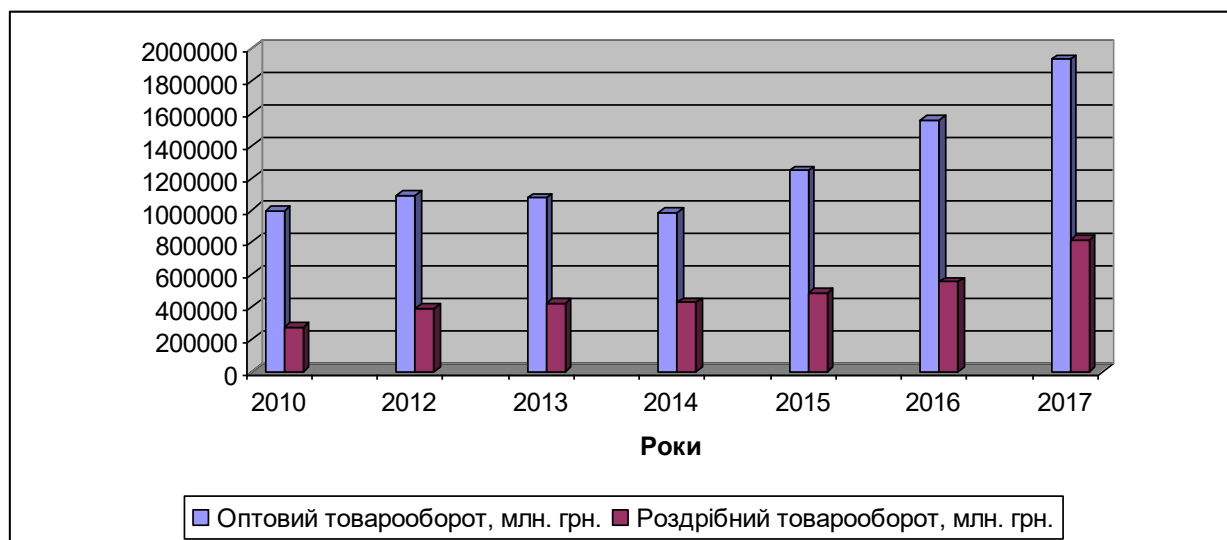


Рис. 1. Динаміка товарообороту внутрішньої торгівлі України за 2010-2017 роки

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Як бачимо з рисунку 2.1, як роздрібний, так і оптовий товарооборот підприємств має позитивну динаміку, однак змінюється хвилеподібно. Це перш за все пов'язано з кризовими процесами, що розвивались в усіх галузях економіки України.

Головним завданням оптової торгівлі є створення найсприятливіших умов суб'єктам товарного ринку для здійснення раціонального товарного обігу з метою якомога повнішого задоволення попиту організованих споживачів та підприємств роздрібною торгівлі в зручний для них час, у необхідній кількості та якості й потрібному асортименті [1, с. 143].

Оптова торгівля забезпечує:

- формування товарних потоків і спрямування їх від виробників до покупців із мінімальним рівнем витрат обігу та максимальною швидкістю товароруху;
- формування, збереження й управління запасами товарів, необхідними для своєчасного забезпечення суб'єктів товарного ринку у випадку зміни кон'юнктури;
- забезпечення попиту покупців за тимчасової відсутності виробництва чи споживання (наприклад, сезонні перерви у виробництві, транспортуванні водними шляхами тощо);
- формування попиту на нові товари, просування їх на товарний ринок;
- спонукання товаровиробників до виготовлення нових товарів відповідно до змін запитів та вподобань покупців, підвищення їхньої купівельної спроможності. Оптова торгівля відстежує зміни кон'юнктури ринку, попиту споживачів і справляє тиск на товаровиробників з метою реагування на них;
- професійне обслуговування й консультивання покупців, особливо стосовно технічно складних товарів і товарів спеціального призначення [3, с. 148].

Наряду з цим варто зазначити, що українські оптові компанії не виконують:

- оцінку потреб і попиту – не достатньо працюють аналітичні та маркетингові служби;
- функцію перегрупування та сортування товарів – не розвинені логістичні центри;

- функцію надання інформації та консультаційних послуг, яка передбачає наявність висококваліфікованих технічних фахівців;
- функцію полегшення покупки, яка передбачає біржову торгівлю, що не розвинена в Україні;
- функцію полегшення продажів, яка виконується за рахунок скорочення дилерської мережі;
- функцію надання ринкової інформації, яка не характерна для України через відсутність спеціалізованих аналітичних центрів, стабільності на ринку, знання кредитних історій, престижної репутації.

Незважаючи на глибокі кризові явища в країні, оптова торгівля має певні позитивні напрями розвитку. Це наглядно наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка та структура оптового товарообороту України
за групами за 2014-2016 р.р.**

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення (+,-) від			
					2015 до 2014 року		2016 до 2015 року	
		2014	2015	2016	у сумі	у %	у сумі	у %
1.	Товарооборот, млн. грн.	987957,0	1244220,8	1555965,7	256263,8	25,9	311744,9	25,1
2.	Продовольчі товари, млн. грн.	194669,3	224268,9	252771,0	29599,6	15,2	28502,1	12,7
3.	У відсотках до товарообороту, %	19,7	18,0	16,2	x	-1,7	x	-1,8
4.	Непродовольчі товари, млн. грн.	793287,7	1019951,9	1303194,7	226664,2	28,6	283242,8	27,8
5.	У відсотках до товарообороту, %	80,3	82,0	83,8	x	1,7	x	1,8
6.	Частка продажу товарів, що вироблені на території України, %	48,5	46,9	44,5	x	-1,6	x	-2,4
7.	Продовольчі товари, %	71,4	75,2	76,4	x	3,8	x	1,2
8.	Непродовольчі	42,9	40,7	38,3	x	-2,2	x	-2,4

товари, %							
-----------	--	--	--	--	--	--	--

Джерело: розраховано та складено автором за даними Державної служби статистики України [2]

В структурі оптового товарообігу суттєво переважають непродовольчі товари, їх частка у загальному товарообороті склала у 2016 році 83,8 %, що на 1,8 в.п. більше, ніж у 2015 році. Негативним явищем є зниження (хоча й незначне) питомої ваги товарів вітчизняного виробництва в оптовому товарообігу особливо непродовольчих товарів. Ця тенденція викликана впливом економічної кризи, що призвела до зниження платоспроможності населення країни.

Характерною тенденцією розвитку оптової торгівлі останніх років в Україні є поступове скорочення кількості оптових підприємств за рахунок укрупнення, злиття, об'єднання малих і середніх оптових структур, розвиток оптово-роздрібною мережі. Динаміка та структура підприємств оптової та роздрібною торгівлі України за 2010-2016 р.р. наведено у табл. 2.

Таблиця 2

**Динаміка та структура підприємств оптової та роздрібною торгівлі
України за 2010-2016 р.р.**

Роки	Кількість підприємств				
	Усього, одиниць	у тому числі у відсотках			
		великі підприємства	середні підприємства	малі підприємства	з них мікро- підприємства
2010	105663	0,2	3,7	96,1	82,7
2011	107423	0,2	3,7	96,1	82,9
2012	99652	0,2	3,8	96,0	82,3
2013	105772	0,1	3,4	96,5	84,3
2014	93972	0,1	3,2	96,7	85,2
2015	93643	0,1	2,9	97,0	86,1
2016	82281	0,1	3,3	96,6	84,3

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [2]

Кількість підприємств оптової та роздрібною торгівлі починаючи з 2010 року значно скоротилася. У 2016 році порівняно з 2010 роком кількість підприємств знизилася на 23382 одиниць. Наочно це можна побачити на рис. 2.

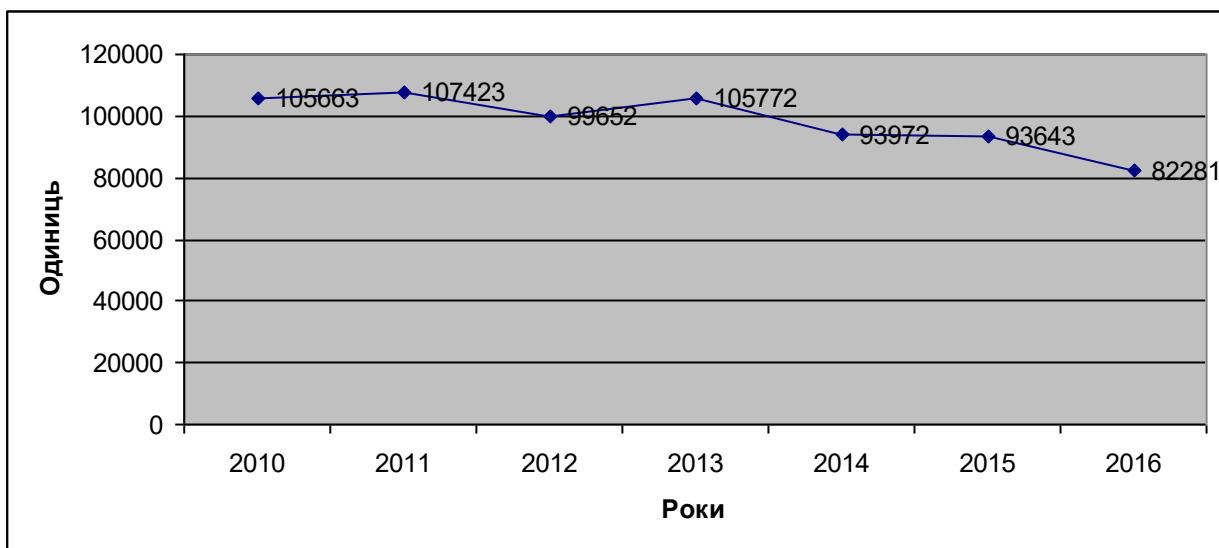


Рис. 2. Динаміка підприємств оптової та роздрібної торгівлі України за 2010-2016 р.р.

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Розглядаючи структуру підприємств оптової та роздрібної торгівлі можна зазначити, що найбільшу питому вагу займають малі підприємства більше 96% і незначну долю великі підприємства. Ця тенденція спостерігається протягом років, що аналізуються (рис. 3).

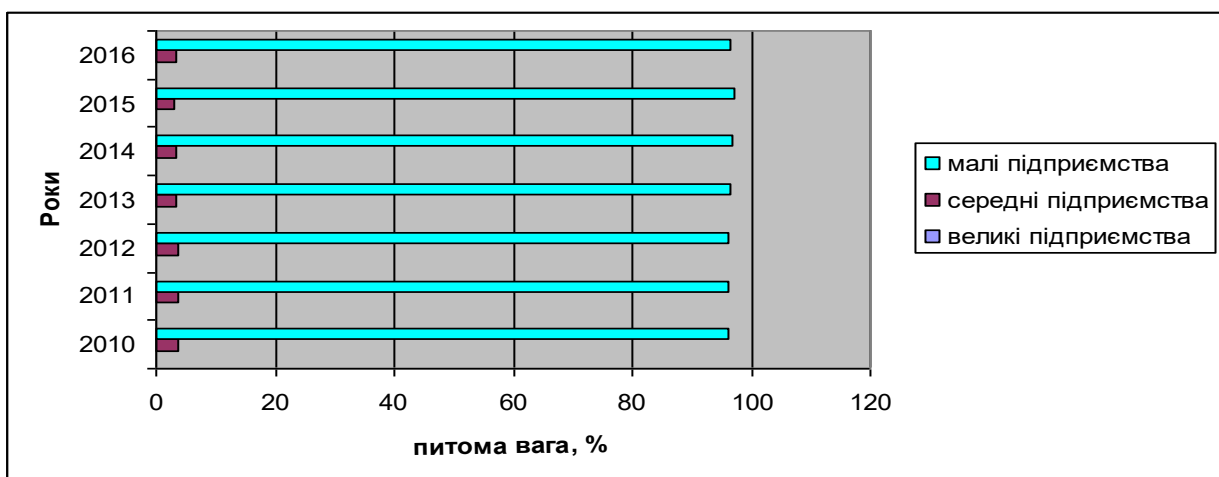


Рис. 3. Структура підприємств оптової та роздрібної торгівлі України за 2010-2016 р.р.

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

У ході проведення аналізу необхідно з'ясувати фінансові результати, які отримали підприємства оптової і роздрібної торгівлі за аналізуемий період.

Динаміка фінансового результату товарообороту підприємств оптової і роздрібною торгівлі України за 2010-2016 роки наведено у таблиці 3.

Таблиця 3

Динаміка фінансового результату підприємств оптової і роздрібною торгівлі України за 2010-2017 роки

Роки	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток відсотків	
		відсотків до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	відсотків до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2010	14883,5	62,5	42655,9	37,5	27772,4
2011	21591,5	66,7	48487,9	33,3	26896,4
2012	9608,0	66,0	43877,8	34,0	34269,8
2013	-6047,5	67,2	36528,5	32,8	42576,0
2014	-128134,8	66,7	34360,9	33,3	162495,7
2015	-80564,3	76,1	56898,4	23,9	137462,7
2016	7115,8	75,7	71697,8	24,3	64582,0
2017*	31890,0	75,8	45102,3	24,2	13212,3

2017* – за січень-вересень 2017 року.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [2]

Результати проведеного аналізу показують, що підприємства торгівлі у 2016 році мали прибуток від звичайної діяльності до оподаткування, проте як попередні три роки отримали збиток від звичайної діяльності до оподаткування. Найбільший збиток підприємства мали у 2014 році, це пояснюється втратою Україною своїх територій і воєнними діями на сході країни. За 9 місяців 2017 року прибуток підприємств оптової і роздрібною торгівлі порівняно з 2016 роком зріс у 4,5 разів. Брак інформації не дає можливості встановити реальні причини таких значних змін. Досить залишається великою кількістю підприємств, які є збитковими. Більш наочно це можна побачити на рис. 4.

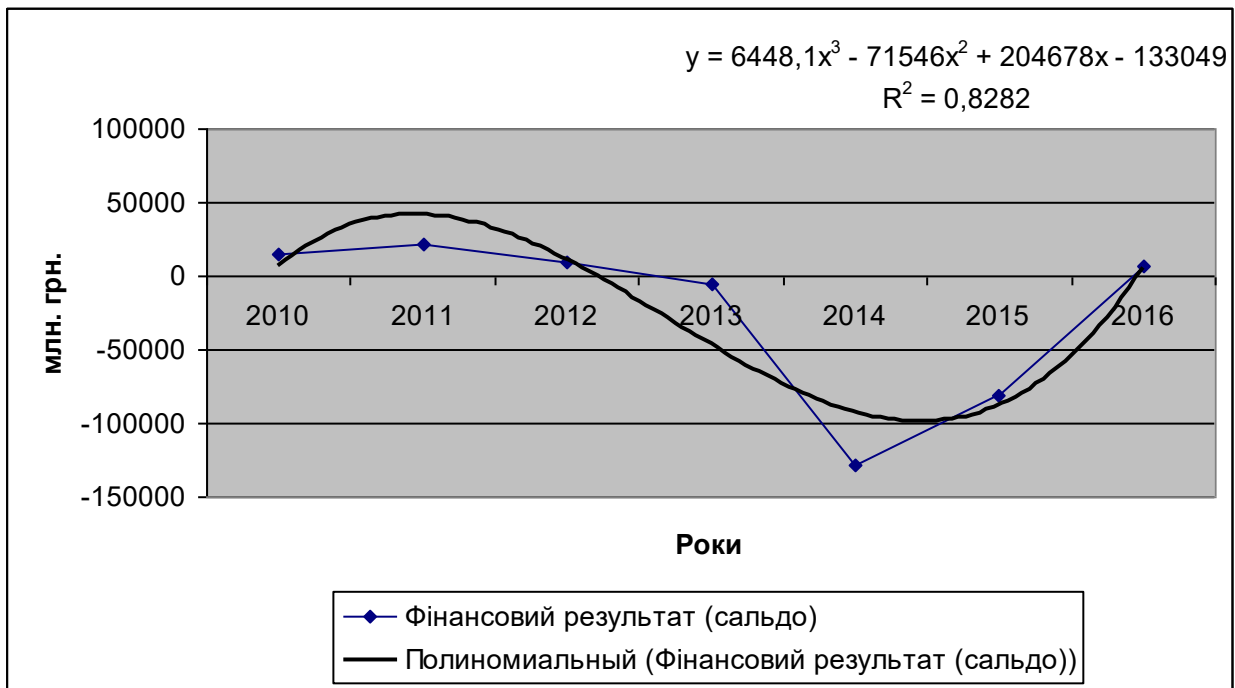


Рис. 4. Динаміка фінансових результатів підприємств оптової і роздрібної торгівлі України за 2010-2016 роки

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Візуальний аналіз графіка показує тенденцію до загального зростання фінансових результатів підприємств оптової і роздрібної торгівлі України. Розрахунки основних статистичних характеристик параболічного тренду фінансових результатів підприємств оптової і роздрібної торгівлі України проводились за допомогою системи STATISTICA. Величина коефіцієнту детермінації $R^2 = 0,8282$ свідчить про те, що понад 82,8 % варіації залежної змінної (фінансових результатів) пояснюється поліномом 3-го ступеню, тобто трендова модель є достатньо точною. Динаміка показника, що досліджувався складається з двох етапів: сповільненого зниження (2010-2013 р.р.) і прискореного зростання (2014-2016 р.р.). Отримана модель з одного боку дозволяє з'ясувати загальну тенденцію розвитку товарообороту, але з іншого боку може бути використана у цілях короткострокового прогнозування на 2017-2018 р.р. Рентабельність (збитковість) від операційної діяльності за видами економічної діяльності торгових підприємств України за 2010-2016 роки наведено у таблиці 4.

Таблиця 4

Рентабельність (збитковість) від операційної діяльності за видами економічної діяльності торгових підприємств України за 2010-2016 роки

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Україна	4,0	5,9	5,0	3,9	-4,1	1,0	7,4
Оптова та роздрібна торгівля	9,8	15,0	12,2	10,2	-12,8	-0,9	15,0

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [2]

Рентабельність діяльності суб'єктів оптової та роздрібною торгівлі до 2014 р. характеризується позитивними змінами, однак за підсумками 2014 р. цей показник суттєво зменшився. Так у 2014 році підприємства як у цілому по Україні так і підприємства оптової та роздрібною торгівлі мали збитковість 4,1 % і 12,8 % відповідно. А у 2016 році торгові підприємства оптової і роздрібною торгівлі в Україні мали рентабельність від операційної діяльності у розмірі 15 %, що значно вище, ніж у цілому по Україні. Це пов'язано зі специфікою галузі, що в будь-які часи люди повинні купувати необхідні продовольчі та непродовольчі товари. Аналіз оптового товарообороту продовольчих продуктів (борошно, крупи, вироби макаронні) наведений у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Аналіз оптового товарообороту окремих продовольчих продуктів України за 2014-2016 р.р.

№ з/п	Показники	Роки			Відхилення (+,-) від			
					2015 до 2014 року		2016 до 2015 року	
		2014	2015	2016	у сумі	у %	у сумі	у %
1.	Борошно	976,0	1280,9	1192,7	304,9	31,2	-88,2	-6,9
2.	Крупи	2461,0	3358,7	3645,3	897,7	36,5	286,6	8,5
3.	Вироби макаронні	1866,7	2382,4	2678,8	515,7	27,6	296,4	12,4

Джерело: розраховано та складено за даними Державної служби статистики України [40]

Але аналізуючи оптовий товарооборот продовольчих продуктів (борошно, крупи, вироби макаронні) варто зазначити, що у 2016 році порівняно з 2015

роком скоротилося продаж муки на 6,9 %, проте як зросли обсяги продажу круп на 8,5 %, макаронних виробів на 12,4 %. Зниження продажу муки пов'язано зі зниженням платоспроможності населення, його скороченням і економією коштів на продукти харчування.

Факторами, які негативно впливають на розвиток підприємств оптової торгівлі є:

- недосконалість нормативно-правової бази щодо регулювання діяльності підприємств оптової торгівлі;
- нездатність таких підприємств пристосуватись до змінних ринкових умов з тим, щоб стати потрібним оператором у системі збуту і розподілі продукції завдяки наданню спектру послуг;
- зростання вартості оренди складських приміщень та технічного обладнання [4].

Враховуючи наявні проблеми у сфері оптової торгівлі товарами харчової промисловості, довгостроковими орієнтирами та пріоритетами розвитку сфери оптової торгівлі в Україні повинні стати: створення розвинутої структури каналів переміщення товарів; підтримка необхідної інтенсивності товаропотоків; формування резервних джерел фінансового забезпечення процесу руху товарів.

Варто зазначити, що основними стратегічними напрямками розвитку підприємств оптової торгівлі продуктами харчування є:

- створення нових форматів діяльності оптових торговельних підприємств, що здатні пропонувати найбільш повний спектр основних та додаткових послуг;
- формування нових умов співпраці оптових торговців з товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами;
- посилення інтеграційних процесів на ринку оптових торговельних послуг, тобто утворення об'єднань торговельних посередників, здатних найбільш повно та ефективно задовольняти інтереси клієнтів;

– фінансове оздоровлення та підвищення ефективності діяльності суб'єктів оптового торговельного бізнесу [5, с. 31].

Висновки з проведеного дослідження. У цілому торгова галузь України має позитивну динаміку розвитку, за останні десятиліття суттєво скоротилася кількість підприємств торгівлі, в основному на ринку працюють малі підприємства. Збільшення обсягів роздрібного і оптового товарообігу дає додаткову можливість для розвитку економіки країни в цілому. У складних кризових умовах вітчизняні виробники користуються великим попитом на свою продукцію в порівнянні з іноземними товаровиробниками.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М. С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України / М. С. Кравченко // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 31, Т. 2. – С. 139–145. – (Серія : Економічні науки).
2. Матеріали Державного комітету статистики України: – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/operativ/operativ2007/sr/sot/sot_r/
3. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2005. – № 4. – С. 145–153.
4. Остапенко Н.В. Оптова торгівля продовольчими товарами: напрями розвитку / Остапенко Н.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/search?dcr=0&source=hp&ei=egs3WpWDFIzUkwXj7ryIDQ&q=39.%09Остапенко>
5. Богославець Г.М. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України / Г. М. Богославець, О. М. Трубей // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 5(2). – С. 28-32.