

клієнтоорієнтованості, що сприяє поступовому підвищенню ефективності цих заходів та розвитку компетенцій персоналу.

## ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

*Білозьорова Д.С., здобувач вищої освіти,  
[Daria.Bilozorova@hneu.net](mailto:Daria.Bilozorova@hneu.net)*

*Науковий керівник: Бутенко Д.С., к.е.н., доцент  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця*

Оптова торгівля є одним з найважливіших видів ринків збуту адже створює зв'язок між виробництвом і обігом товарів, завдяки чому враховуються інтереси і потреби товаровиробників, що робить зазначену сферу економіки потужним комерційним посередником. [1] Також оптова торгівля допомагає в розширенні асортименту, моніторингу ринкових тенденцій, організації різних форм поставок посередникам тощо.

Саме тому метою розвитку оптової торгівлі є організація розвиненої структури каналів товароруку для підтримки необхідної інтенсивності товарних потоків, забезпечення економії та підвищення ефективності системи внутрішнього товарообігу.

В науковій літературі приділено достатньо уваги розумінню сутності поняття оптова торгівля, так, наприклад, М. С. Рахман та Д. В. Прус під оптовою торгівлею розуміють підгалузь торгівлі, яка здійснює товарообмін між виробниками та споживачами або роздрібною торгівлю [2].

В структуру оптової торгівлі входять дві групи підприємств [1]: оптові структури національного (державного) і міжрегіонального масштабів (оптові підприємства першого рівня), оптові підприємства регіонального рівня (оптові підприємства другого рівня).

Оптова структура на державному рівні має бути гарантією стабільності споживчого ринку. З цією метою можуть бути створені великі торговельні компанії, торгово-фінансові промислові групи та окремі державні підприємства стратегічного значення. Їхній товар зобов'язан орієнтуватися на потреби країни, а саме поставку товарів з віддалених територій.

В основу оптової структури підприємств першого рівня входить капітал для розвитку товарів великих вітчизняних товаровиробників

та змога виходу на національний ринок закордонних постачальників, які мають хорошу репутацію.

Для цього підходять такі товари, як метал, вугілля, кераміка й інші. Оскільки розвиток у цих регіонах нерівномірний, тому товар буде конкурентоспроможний, завдяки чому відбудеться інтенсивний товарорух.

Вчені [1] наголошують, що рушійною силою розвитку торгівлі повинні стати оптові підприємства регіонального рівня, тому що вони мають вплив на ринок послуг.

Такі бізнес-структури виконують одне із найважливіших завдань – закупають товари в оптових структурах першого рівня і поставляють підприємствам роздрібною торгівлі та іншим споживачам.

Статистичні дані свідчать, що у 2020 році обсяг продажу і запасів товарів на підприємствах оптової торгівлі склав 2462558,8 млн. грн., а у 2019 році він становив 2322176,9 млн. грн., що свідчить про приріст на 5,7%.

Оптовий ринок в Україні складається з продовольчих та непродовольчих товарів. Так, у 2020 році структура оптової торгівлі характеризувалась суттєвою перевагою непродовольчих товарів, які становили 82,3%, а непродовольчі відповідно 17,7%. [3]

Так, слід відзначити, що торгівельна галузь України має позитивний розвиток, але на ринку переважно відбувається значне зменшення кількості вітчизняних малих підприємств, які тільки розвиваються.

Останні роки для України характерні зростання продажу іноземних виробників, та хоч кризові ситуації в країні – це негативні явища, але в цих умовах продукція вітчизняних виробників користується великим попитом порівняно с іноземними товаровиробниками, що для українських підприємств – дає змогу укріпити свої міста на ринку та підвищити рівень конкурентоспроможності.

Для відновлення ролі та подальшого розвитку сфери оптової торгівлі необхідно розширити і покращити її функції. [4] Наприклад, для розвитку економіки країни була б доречно збільшення оптового товарообігу та створення стабільної територіально розгалуженої мережі оптових підприємств.

Не менш важливим є формування інфраструктури оптового ринку та впровадження організації і ведення оптової торгівельної

діяльності. Для цього можна створити торговельні дома, які широко представлені в країнах Західної Європи. [4] Вони відповідають за закуплю великих партій товарів на території країни та перепродаж іншим товарним фірмам. Також надають кредити, проводять лізингові операції, ведуть широку підприємницьку діяльність, у тому числі беруть участь у створенні промислових, сільськогосподарських, туристичних об'єктів тощо. Торгові дома інвестують у розвиток виробничої і збутової інфраструктури, складського господарства та розширення роздрібно-торговельної мережі. Вони здійснюють торгівлю нестандартними товарами народного споживання - одягом, взуттям, побутовою технікою, продуктами харчування. Як велике закупівельне підприємство вони здатні купувати продукцію великими партіями за низькими цінами. Їхня мета – забезпечити продовольством та іншими споживчими товарами як міське, так і сільське населення. Перспектива торговельного підприємства полягає у створенні розгалуженої мережі виробничо-транспортних підприємств, магазинів, інформаційних центрів, складів тощо. Її розвиток сформує якісні продажі товарів і створить нову конкурентоспроможну систему дистрибуції вітчизняних споживчих товарів.

Таким чином, можна зробити висновок, що незважаючи на приріст обсягів товарообігу оптової торгівлі необхідно і далі докладати зусиль для розвитку галузі за рахунок активної співпраці з вітчизняними виробниками. Так, для підвищення ефективності оптової торгівлі в Україні необхідно забезпечити прозоре регулювання та державну підтримку бізнес-структур, спрямовану на створення сприятливих умов взаємодії з суб'єктами господарювання на споживчому ринку.

### Література.

1. Рожко В. І. Формування системи збуту та розподілу товарів вітчизняного виробництва у відповідності сучасним соціально-економічним вимогам. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*. 2019. № 6(46). С. 67-70.
2. Рахман М. С., Прус Д. В. Аналіз ринку оптової торгівлі України. *Бізнес інформ.* – 2020. – №7. – С. 154-160
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : <https://www.ukrstat.gov.ua>
4. Кабінет Міністрів України постанова про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF#Text>