

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

В умовах неоіндустріального суспільства підприємства оптової торгівлі отримують дуальний виток своєї діяльності: з однієї сторони, вони мають створити сприятливі умови суб'єктам товарного ринку для здійснення раціонального товарного обігу [1, с. 143], що полягає у самому призначенні цих підприємств; з іншої – при зниженні частки сектору матеріального виробництва, зуміти збільшити реалізацію продукції у умовах нового розвитку продуктивних сил на основі високотехнологічних та наукомістких процесів виробництва, підґрунтям для якого є нове інституціональне середовище [2, с. 193].

Прояв процесів неоіндустріалізації на сучасному етапі В.В. Буряк розглядає як вектор розвитку на основі базису, який складається з трьох «субвекторів»: інновації, знання, інформаційні технології [3, с. 114]. Для підприємств оптової торгівлі такі складові реалізуються при задіяні декількох факторів:

- новітні підходи до реалізації товарів та надання додаткових послуг (Інтернет-аукціони, Інтернет-магазини, електронні каталоги, dropshipping тощо), зворотній зв'язок, формування електронної бази даних потенціальних покупців, становлення принципу «бізнес для бізнесу»;

- високі кваліфіковані кадри (операціоністи, ІТ-фахівці, менеджери, логісти);

- сучасні інформаційні технології при реалізації товарів та наданні послуг, що базуються на використанні комп'ютерних програм.

Підприємства оптової торгівлі в Україні за функціональним рівнем масштабів діяльності (зон впливу) розподіляються на три основні групи: оптові підприємства національного, міжрегіонального (регіонального) і локального значення (масштабу). Відповідно до обсягів реалізації товарів підприємства оптової торгівлі поділяються на великі, середні і малі. При чому, характерною ознакою є поступове скорочення кількості оптових підприємств в Україні за рахунок укрупнення, злиття та об'єднання малих і середніх оптових одиниць.

За статистичними даними у першому півріччі 2019 року відбулося незначне зростання обсягів випуску ВЕД “Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів” (п/п) на 0,31% [$\pm 0,1$ в.п.] («мінус» 0,2% за 5 міс. 2019 р., «плюс» 4,8% за 6 місяців 2018 р.). Однак, основний внесок у позитивну динаміку внутрішньої торгівлі було забезпечено завдяки інтенсивному розвитку роздрібного сегменту ринку (зростання обороту роздрібною торгівлі прискорилося до 10,3% (9,6% за 5 міс. 2019 р., 5,1% за 6 міс. 2018 р.), з позитивним внеском за 6 міс. 2019 р. на рівні 3 в.п.) на тлі зростаючої купівельної спроможності населення в умовах подальшого збільшення реальної заробітної плати та помірної цінової динаміки на внутрішньому ринку. В свою чергу, низхідна динаміка оптової торгівлі – зменшення на 3,8% ((«мінус» 4,1% за 5 міс.

2019 р., «плюс» 4,4% за 6 міс. 2018 р.) з від'ємним внеском до загального показника торгівлі на рівні 2,7 в.п.) продовжує стримувати розвиток галузі [4].

Особливості оптової торгівлі за два з половиною роки подані на рисунку 1.

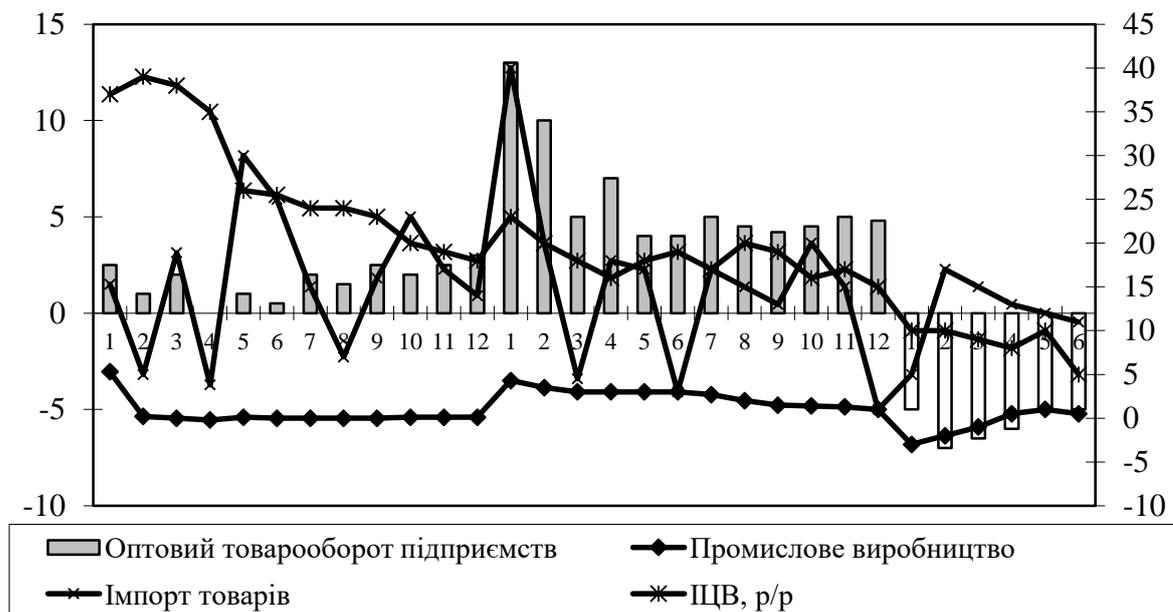


Рис. 1. Динаміка складових оптової торгівлі в Україні з 2017 р. по I півроку 2019 р., % п/п (побудовано за даними [4])

Стримуючими факторами оптової торгівлі виступили:

- низький попит на послуги оптової торгівлі з боку окремих промислових виробників, зокрема, товарів проміжного споживання та інвестиційних товарів;
- незначні обсяги кредитування оптового сегменту ринку (обсяг кредитів наданих підприємствам оптової торгівлі станом на кінець червня 2019 р. порівняно з кінцем червня 2018 р. зросли на 2%);
- зменшення показника ланковості перепродажу непродовольчих товарів, які складають більше 80% у загальному обсязі оптового товарообороту (у I кв. 2019 р. порівняно з I кв. 2018 р. ланковість перепродажу товарів зменшилася на 0,2 пункти до 2,1, що загалом є позитивним явищем для кінцевого споживача послуг оптової торгівлі).

Проведений аналіз в сфері оптової торгівлі потребує комплекс реалізації вказаних вище «субвекторів» неоіндустріального суспільства, що дозволить підвищити ефективність та прибутковість роботи підприємства за рахунок максимальної інтеграції матеріальних, технічних, кадрових, інформаційних ресурсів в єдину систему.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М.С. Аналіз сучасного стану розвитку торгівельної галузі України / М.С. Кравченко // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць. – 2016. – Вип. 31, Т. 2. – С. 139–145.
2. Прушківська Е.В. Неоіндустріалізація як процес оновлення вторинного сектору економіки в період економічної нестабільності / Е.В. Прушківська // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. пр. – 2013. – Вип. 28. – Т. 1. – С. 191-197.

3. Буряк В.В. Неоіндустріальні чинники розвитку промислового міста в умовах децентралізації / В.В. Буряк // Економіка та держава. – 2017. – № 7. – С. 113-116.

4. Офіційний сайт Державної Служби Статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrstat.org/uk>

Обнявко В.О., аспірант
Одеський національний економічний
університет, м. Одеса, Україна

ВИНОРОБСТВО В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Історія розвитку виноробства на території України охоплює тисячі років з часів, коли давні греки заснували свої колонії в регіонах біля річок Дону, Дніпра, Бугу, Дністра та Дунаю, вирощували виноград і займалися виноробством. Сучасне виноробство в Україні представлене виробництвом виноградних вин, ігристих вин, а також вермутів і подібних напоїв.

Україна має достатній потенціал для розвитку галузі й виробництва якісної продукції – сприятливі кліматичні умови, якісні ґрунти, галузь машинобудування, що забезпечує виноробство необхідним обладнанням, багаторічний досвід виноробів. Проте ринок вітчизняного вина зараз в занепаді і демонструє лише незначне зростання за останні роки (рис. 1).

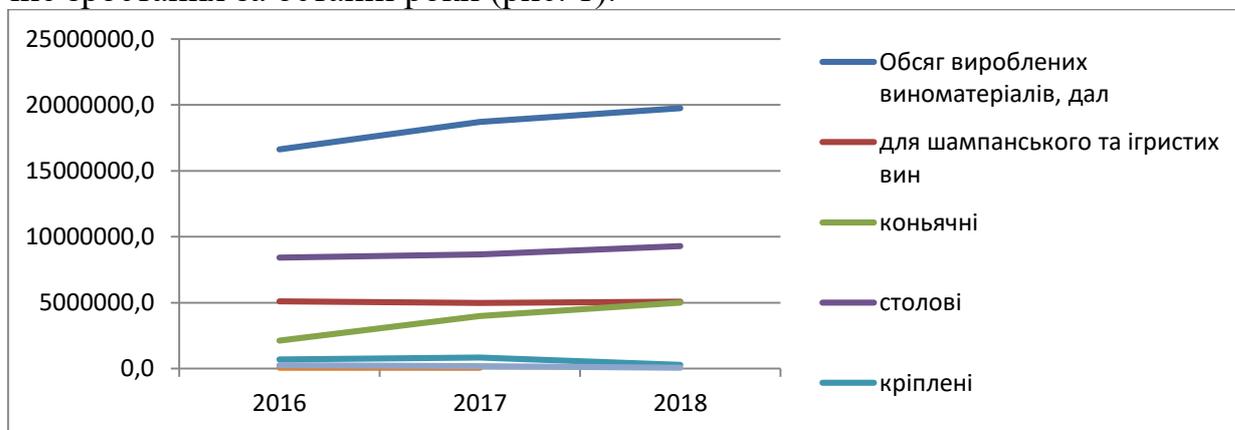


Рис. 1. Динаміка виробництва виноматеріалів у груповому асортименті в Україні у 2016-2018 роках (побудовано автором за даними [1])

Значно вплинуло на такий стан справ різке падіння доходів населення, що знизило попит на винопродукцію, яка не є предметом першої необхідності, військові дії в Східному регіоні України та анексія Криму, де знаходились одні з найбільших площ насаджень винограду.

Українським виноробам вкрай не вистачає власної сировини для повноцінного виробництва і доводиться проводити закупівлі за кордоном. Це значною мірою обумовлює великі обсяги імпортованих вин та дуже невеликі поставки вітчизняних вин на експорт (рис. 2, рис. 3). Так, у період з січня по липень 2018 року Україна імпортувала вина і сула виноградного на загальну