

манням якісних стандартів, слабким припливом інформації. Стосовно інформації ситуація виглядає взагалі парадоксальною. Кожний суб'єкт ринку хотів би одержати найбільше інформації, але нічого не хоче дати взамін. Єдиним мотивом при цьому є бажання дезінформувати конкурента.

Потрібно зауважити, що навіть в Україні немає відвернення від супермаркетів. Експансивний розвиток супермаркетів і гіпермаркетів, а у перспективі з широкою участю зарубіжного капіталу, може привести до банкрутства багатьох суб'єктів ринку, передусім роздрібної торгівлі та дрібного гурту.

Ринкова трансформація виробництва молока довела, що пропозиція молока і молочних продуктів мусить бути пристосована до попиту, а не навпаки. Саме це призводить до необхідності пристосування молочного підкомплексу до вимог ринку, тобто до вподобань і потреб споживачів. Це особливо важливе у контексті стратегії європейської інтеграції, оскільки неусвідомлення цього зробить нереальним і неможливим конкурентність вітчизняного молочного підкомплексу.

Процес пристосування до нових ринкових умов виявився надто складним для більшості виробників і переробників молока. Вміло проведена оцінка негативних явищ може стати вихідним чинником для ефективного розв'язання проблем організації виробництва і переробки та розвитку ринку молока і молочних продуктів.

Необхідний пошук дієвих важелів подальшого вдосконалення організаційної та функціональної структур ринку, формування його продовольчих ресурсів, зосередженість суто на виробництві, в умовах загострення конкуренції на ринку не гарантує позитивних результатів як для виробника, так і для суспільства в цілому.

Література

1. **Агропромисловий** комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (вип. 4)/ За ред. П.Т. Саблука та ін. – К.: ІАЕ, 2000. – 601 с.
2. **Бойко В., Макаренко Ю., Коржинський М.** Актуальні аспекти формування ринку молока// Тваринництво України. – 1996, № 2. – С. 25-26.
3. **Двинский Б.М.** Состояние сырьевой базы – основная причина кризиса в молочном комплексе России// Молочная промышленность. – 1999, № 8. – С. 4-7.
4. **Ринок** продовольства: проблеми формування і розвитку/ Під. ред. П.Т. Саблука, В.І. Бойка, М.Г. Лобаса. – К.: Укр. ІНТЕІ, 1993. – 236 с.
5. **Савицька В.П.** Актуальні проблеми розвитку ринку молока і молочних продуктів// Економіка АПК. – 2002, № 11. – С. 102-106.

УДК 339.33(477)

Аспір. М.Я. Вірт – Львівська КА¹

ПЕРЕДУМОВИ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Розглядаються передумови, закономірності та проблеми розвитку оптової торгівлі в Україні у сучасний період. Запропоновано способи державного регулювання для ефективного розвитку оптової ланки.

¹ Наук. керівник: доц. І.М. Шиндировський, к.е.н. – ЛКА

The reasons and regularities of the development of the wholesale trade in Ukraine

The reasons, problems and regularities of the development of the wholesale trade in Ukraine during present times are described. Some ways of state regulation for the effective development of the wholesale link are suggested.

Становлення та вдосконалення сфери товарного обігу є об'єктивною передумовою стабільного та динамічного розвитку ринкової економіки. При цьому оптова торгівля як галузь товарного обігу має виконувати роль економічного двигуна підтримувати вітчизняного виробника, забезпечувати бюджетоутворення та громадський добробут, стати дієвим механізмом економічного розвитку.

Послаблення ролі оптової торгівлі в умовах трансформаційних змін і нерівномірного розміщення виробництва товарів масового споживання, неспроможності роздрібних торговельних підприємств встановити тривалі господарські зв'язки з численними виробниками та іншими постачальниками негативно впливає як на рівень торговельного обслуговування населення, так і на стабільність роботи вітчизняних товаровиробників, рівень використання їх потенціалу, ефективність діяльності самих торговельних підприємств. Зниження ролі оптових посередників у сфері товарного обігу обумовлено не тільки економічною кризою, яка супроводжує трансформаційний період в Україні, а й відсутністю обґрунтованої політики щодо посередницької діяльності як з боку держави, так і з боку суб'єктів господарювання, відсутністю ефективного конкурентного середовища у цій сфері, невмінням і небажанням багатьох, особливо новостворених малих посередників, цивілізовано працювати на товарних ринках.

Важливим напрямом державного впливу на функціонування оптової торгівлі є координація товаропотоків для забезпечення економії сукупних витрат на процес товаропросування. Основою цього повинні стати прогностичні та орієнтуючі схеми руху товарів, скоординоване використання на рівні регіонів складів оптових посередницьких структур, транспортних терміналів і підприємств, що обслуговуються для покращення взаємодії їх на договірній основі.

Процеси реформування торговельної діяльності у перехідному періоді відбулися здебільшого стихійно, держава практично не регулювала ці процеси, не спрямовувала їх розвиток у належне русло. Для всіх посередників було встановлено єдину ставку оподаткування прибутку. Крім того, на всіх рівнях державного управління поширювалася думка, що необхідно переходити на прямі зв'язки, тобто обминути оптову ланку. Серйозною помилкою було й те, що й ці процеси не отримали наукової підтримки – більшість науково-практичних зв'язків у цій сфері було втрачено.

Для вітчизняної оптової ланки характерна одноманітність оптових підприємств та оптових посередників за своїм функціональним призначенням, організаційно-правовими формами господарювання і технологією роботи, що не сприяє створенню ефективного конкурентного середовища. Більш великі оптові підприємства, зокрема зовнішньої системи Міністерства торгівлі,

теж недостатньо адаптувалися до умов ринкового середовища. Вони істотно відстають від перетворень у роздрібній торгівлі, де прискорено розвиваються нові формати магазинів, корпоративні торгові мережі і фрайчазингові організації, створюються сучасні інформаційні системи, впроваджується електронна комерція, починають проводитися маркетингові дослідження.

У зв'язку із послабленням ролі оптової торгівлі, відбувся перехід багатьох роздрібних торговельних підприємств переважно на прямі зв'язки з товаровиробниками. Це обумовило необхідність мати власне складське господарство, або орендувати складську площу в інших суб'єктів господарювання, у тому числі оптових підприємств. У цей час в оптових підприємствах почав руйнуватися складський фонд, оскільки не вистачало коштів на його реконструкцію та оновлення, тому вони почали надавати свої склади в оренду. Надання оптовими підприємствами в оренду складських площ, набуло значного поширення, що призвело поряд з іншими причинами до втрати своїх позицій і істотного скорочення обсягу оптового товарообороту. Набагато зросли товарні запаси на підприємствах роздрібною торгівлі при значному зменшенні їх обсягів на складах підприємств оптової торгівлі.

У сучасних умовах функції оптового збуту дедалі більше перебирають на себе товаровиробники та великі підприємства роздрібного типу супер- та гіпермаркетів, на базі яких почали формуватися торгові мережі з власними центральними розподільчими складами, що постачають товари не тільки власним роздрібним магазинам, а й продають дрібнооптовим покупцям. Набула поширення практика дрібнооптового продажу різними роздрібними торговельними підприємствами, оптово-роздрібними ринками та іншими суб'єктами господарювання, які не мають належних умов і професійних знань для виконання цих функцій.

Необхідно відзначити і те, що на шляху товару від товаровиробника до роздрібного підприємства з'явилася невиправдана кількість малих оптових посередників. У результаті зростає його ціна, а питання якості товару, формування оптимального товарного асортименту, оптимізації витрат товароруку при цьому часто залишаються поза увагою.

У сучасних умовах дедалі більше фінансові взаємовідносини оптових підприємств з роздрібними торговими підприємствами ґрунтуються на умовах товарного кредиту, що негативно впливає на результати господарської діяльності як оптовика, так і роздрібного торговця.

Успішність торговельної діяльності дедалі більше залежить від фінансових умов її здійснення, від можливості її ефективного кредитування. Низький рівень банківського кредитування підприємств оптової торгівлі (особливо довгострокового) пов'язано із його високою вартістю та ускладненнями, які виникають при використанні традиційної схеми банківського кредитування. Невисока питома вага власного капіталу, а значить фінансова стійкість і платоспроможність оптових торговельних підприємств, обумовлює, на погляд банківських установ, надто високий рівень фінансових ризиків, що позначаються на вартості кредиту. Значна кількість малих оптових посередників, які створені останніми роками не мають відповідної майнової застави та відповідної кредитної історії для отримання довгострокових кредитів.

Не стали відчутними результати функціонування оптових продовольчих ринків, які почали створюватися в Україні відповідно до постанови Кабінету Міністрів України "Про основні напрями створення та функціонування оптових продовольчих ринків" від 09.06.1999 року № 997. Оптові ринки, що створюються на базі складської мережі колишніх державних оптових і оптово-роздрібних підприємств (картопле- та овочесховищ, холодильників тощо) – ще не сформували ефективний механізм взаємодії виробників сільськогосподарської продукції та продовольства з роздрібною торгівлею.

У сучасних умовах господарювання, на оптових ринках скорочуються обсяги реалізації сільськогосподарської продукції, матеріально-технічна база більшості ринків застаріла, значна кількість споживчих товарів, які реалізуються на ринках незадовільної якості, фальсифіковані, належний захист прав споживачів не забезпечено. Некоординований розвиток оптових ринків посилює загрозу "тінізації" обігу товарів та послуг, деформації структури оптової торгівлі, погіршення якості торговельного обслуговування.

Надзвичайно важливим у розвитку оптової торгівлі України є врахування процесів глобалізації, які відбуваються у світовій економіці. Для того щоб добитися конкурентних переваг створюються різні види об'єднань – вертикальні маркетингові системи, до складу яких входять товаровиробники, оптові та роздрібні торгові підприємства, які функціонують як єдина система. Особливо необхідно відзначити об'єднання, що створюються на принципах фрайчазингу для малих оптових посередницьких структур і функціонують під егідою товаровиробника. Заслужує уваги і досвід щодо розвитку горизонтальних маркетингових систем. Завдяки об'єднанню цих підприємств досягається значний економічний ефект.

Наша країна істотно відстає за кількісними і якісними показниками розвитку оптової ланки порівняно із західноєвропейськими країнами, з якими бажаємо інтегруватися, та з іншими високорозвиненими країнами. Процеси реформування цієї сфери діяльності в основному проходили стихійно, держава практично не регулювала ці процеси, не спрямовувала їх розвиток у належне русло.

Усе це свідчить про те, що вітчизняна оптова ланка не в змозі забезпечити ефективне функціонування товарних ринків і потребує кардинального перетворення.

Методами державного регулювання необхідно більш активно спрямовувати її розвиток у необхідне русло. Для реалізації цих завдань необхідно забезпечити:

- стимулювання розвитку оптової торгівлі шляхом оподаткування, кредитування та надання пільг залежно від виду оптового підприємства чи оптового посередника, їх спеціалізації, тобто від їх місця і ролі у сфері товарного обігу;
- створення різноманітної структури оптових посередників за функціональним призначенням, розмірами, спеціалізацією, зоною діяльності, організаційно-правовими формами господарювання. Для формування більш ефективного конкурентного середовища і розвитку оптової торгівлі в цілому потрібні оптові підприємства з повним циклом обслуговування (здебільшого) і ті що, спеціалізуються на виконанні окремих функцій;
- прискорення розвитку оптових ринків;

- впорядкування діяльності організованих і неформальних ринків, відновлення державного контролю якості товарів по всіх каналах продажу, забезпечення захисту прав споживачів;
- створення різних нових видів об'єднань в оптовій торгівлі, у тому числі на принципах франчайзингу;
- формування логістичних систем на товарних ринках, де оптова ланка повинна відігравати активну роль як організатора, координатора, інтегратора процесу управління товарними, інформаційними та фінансовими потоками;
- впровадження на оптових підприємствах автоматизованого обліку товарору-ху та системи швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку і своєчасного доведення товару до роздрібної торгівлі;
- удосконалення маркетингової діяльності оптових підприємств;
- оптимізація товарних запасів за обсягом та структурою;
- накопичення на складах оптових підприємств товарних запасів сезонного призначення та формування резервних джерел для своєчасного товарного забезпечення роздрібного оптового товарообороту на випадок зміни кон'юнктури ринку;
- удосконалення процесу оптового продажу товарів, розширення номенклатури послуг, що надаватимуть оптові посередники товаровиробникам і підприємствам роздрібної торгівлі;
- підтримання необхідної інтенсивності товаропотоків;
- стимулювання розвитку сучасної складської мережі в оптовій торгівлі, зокрема комплексно механізованих та автоматизованих складів, а також сприяння розвитку самостійного складського бізнесу, створенням складів-готелів, складів гарантійного зберігання, консигнаційних, митно-ліцензійних;
- розширення банківського кредитування підприємств оптової торгівлі для розвитку оптового товарообороту, накопичення товарних запасів.

Література

1. Голошубова Н. Стратегічні напрями розвитку оптової торгівлі споживчими товарами// Підприємство, господарство і право. – 2003, № 10. – С. 22-26.
2. Мозник Л. Територіальна диференціація споживчого ринку// Економіка України. 2003, № 2. – С. 36-37.
3. Сальников О., Азарян О. Оптові продовольчі ринки як елемент інфраструктури споживчого ринку// Торгівля і ринок України. – 2002, вип. 13, т.2. – С. 277-284.
4. Шведчикова Т.М. Проблеми товарного обігу в Україні// Актуальні проблеми економіки. – 2003, № 11. – С. 34-46.

УДК 338.45:615: 351.824.5(477)

Асист. І.Б. Дутчак¹ – Львівський НУ
ім. Івана Франка

ОПТИМІЗАЦІЯ ТОВАРОПРОСУВАННЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ПІД ВПЛИВОМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЦІН НА НИХ

Запропоновано виділяти окремий метод ціноутворення, що враховує вплив державного регулювання цін на лікарські засоби. Альтернативні шляхи оптимізації товаропросування ліків на фармацевтичному ринку сприяють підвищенню рентабельності торгових посередників і створюють кращі умови купівлі медикаментів для кінцевих споживачів.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, організація збуту лікарських засобів, державне регулювання цін, торгові фармацевтичні підприємства.

¹ Наук. керівник: проф. Є.В. Мних, д-р екон. наук – Київський національний торгово-економічний університет