

Т. В. Дядик, к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Полтавська державна аграрна академія
(м. Полтава, Україна)

ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ УКРАЇНИ: СТАН ТА НАПРЯМКИ РОЗВИКУ

В даний час пріоритетами національної економічної політики є здійснення прогресивних структурних перетворень в економіці, збереження науково-технічного та технологічного потенціалу, розвиток логістики, забезпечення соціальної стабільності, сприяння розвитку підприємництва – всього, що впливає на розвиток товарного ринку.

Товарний ринок є елементом внутрішнього ринку товарів і послуг, це ринок окремих товарів або товарних груп, подібних за виробничими або споживчими ознаками. Під інфраструктурою товарного ринку зазвичай розуміють сукупність правових форм, рух товарів і послуг, акти купівлі-продажу або сукупність інститутів, систем, служб, підприємств, які обслуговують ринок і виконують певні функції по забезпеченню нормального режиму його функціонування. Елементи ринкової інфраструктури пов'язані з обслуговуванням певних ринків, через них реалізуються її функції: забезпечує фінансову і кредитну підтримку, включно з лізингом, аудитом, страхуванням суб'єктів підприємницької діяльності; сприяє матеріально-технічному забезпеченню і реалізації продукції товаровиробників; здійснює маркетингове, інформаційне і рекламне обслуговування, правове та економічне консультування підприємців і т.д. [2].

Загальною тенденцією товарного ринку є зростання кількості підприємств малого, середнього та мікропідприємництва, що пояснюється впливом економічної кризи на економіку, розоренням і ліквідацією крупно масштабного виробництва. Динаміка обсягів виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів

підприємництва України свідчить про нарощування обсягів виробництва усіма видами підприємств: у 2018 р. суб'єкти великого бізнесу виробили 2354,3 млрд. грн, що проти 2013 р. більше у 2 рази, суб'єкти середнього підприємництва збільшили обсяги виробництва у 2,4 рази, малого – у 3,1 рази, мікропідприємництва – у 3,8 рази (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягів виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів підприємництва України, 2013-2018 рр., млрд. грн

Роки	Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання						
	усього, суб'єкти підприємництва:				у тому числі ФОП, суб'єкти підприємництва:		
	великого	середнього	малого	з них мікропідприємництва	середнього	малого	з них мікропідприємництва
2013	1136,7	942,9	513,6	228,7	8,1	116,4	107,3
2014	1222,7	1046,7	616,1	305,2	5,7	155,9	144,8
2015	1439,9	1264,9	745,1	374,0	6,5	228,1	216,5
2016	1581,3	1622,3	1014,2	528,9	9,1	324,1	310,6
2017	2039,4	1970,2	1319,3	706,4	12,9	443,4	423,8
2018	2354,3	2248,0	1605,4	875,9	21,0	560,2	534,2
2018 до 2013, %	207,1	238,4	312,5	383,0	259,6	481,4	498,1

Джерело: розраховано за даними [1]

Якщо розглянути структуру виробництва обсягів продукції та послуг, то у 2018 р. із загальної суми суб'єкти великого підприємництва забезпечили 38%, середнього – 36% та малого – 26%, що ще раз підтверджує переважання малого та середнього бізнесу в Україні. У розрізі галузей економіки, великі підприємства забезпечують найбільшу питому вагу продукції та послуг сільського, лісового та рибного господарства, добувної та переробної промисловості. Аналіз питомої ваги середніх та малих підприємств в національній економіці показує, що мале підприємництво охоплює практично всі основні види економічної діяльності, а найбільше у сфері побутового обслуговування населення, оптової та роздрібної торгівлі.

Кожний вид ринку має свої спеціалізовані установи: ринок засобів виробництва обслуговують аукціони, ярмарки, товарні біржі, торгові дома, торгово-промислові палати, магазини, пункти прокату і лізингу, брокерські компанії; фінансовий ринок обслуговують фондові біржі, банки, фінансово-

кредитні посередники; валютний ринок – банки; ринок праці – центри чи служби зайнятості. На основному, продовольчому ринку України представлені всі основні формати торгівлі – гіпермаркети, дрібнооптові магазини, дискаунтери, магазини «у дворі», спеціалізовані магазини та ін. Рівень розвиненості торгових форматів задовольняє основному критерію – доступності для споживачів, а діапазон цін і асортимент варіюються в залежності від регіонів, сільських чи міських населених пунктів, а також від сумлінності підприємців. Необхідно відзначити той факт, що схема поставок через систему розподільних центрів в містах слабо розвинена, і, більш того, такого формату підприємств практично немає. Розвиток системи логістики та експрес-доставки в країні має достатній розвиток.

Основне завдання управління інфраструктурою товарного ринку полягає у визначенні оптимального, ефективного напрямку розвитку сучасної логістики, яка буде відповідати сучасному стану ринку, з одного боку, і реальним можливостям розвитку бізнесу, з іншого. З безлічі факторів, що визначатимуть конкурентоспроможність сучасної економіки на будь-якому рівні, одним з найважливіших є розвиненість інфраструктури ринку. З цієї точки зору політика уряду повинна бути в першу чергу спрямована на оновлення вітчизняної системи технічного регулювання, посилення вимог до безпеки продукції та технологічних процесів, необхідно стимулювати сучасний бізнес відмовитися від застарілого обладнання та інвестувати в модернізацію агровиробництва та промисловості.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.04.2020).
2. Інфраструктура ринку. Формування ринкової інфраструктури в Україні. URL: https://pidruchniki.com/11570718/politekonomiya/infrastruktura_rinku_formuvannya_rinkovoyi_infrastrukturi_ukrayini (дата звернення: 02.04.2020).