

гівлі як у чисельності підприємств, так і в структурі роздрібного товарообороту. Так, частка державних торговельних підприємств в загальному обсязі роздрібного товарообороту за 1990–2014 рр. скоротилась з 70 % до майже 3 %. До 2004 року основна частка товарообороту приходилася на колективну форму власності, яка у структурі загального товарообороту займала 78,8 %.

Починаючи з 2004 р., приватна форма торгівлі забезпечує більше 95 % роздрібного товарообороту підприємств. При цьому товарооборот приватної торгівлі зростає вищими темпами, ніж оборот підприємств, що належать до державної та комунальної форм власності.

Економічний аналіз трансформаційних процесів у внутрішній торгівлі України показує наявність різнонаправлених тенденцій у розвитку чисельності підприємств, структурі і загальних обсягах товарообороту. При постійному скороченні кількості підприємств торгівлі обсяги товарообороту змінювалися у відповідності до загальноекономічних процесів, що відбувалися в Україні.

*П. Ю. Балабан, к. е. н., професор;
М. П. Балабан, к. е. н., доцент
ПУЕТ, м. Полтава*

ОПТОВА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: ЕТАПИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В ЕКОНОМІЦІ РИНКОВОГО ТИПУ

Посередницькі функції між товаровиробниками та споживачами зазвичай бере на себе оптова торгівля, роль якої з розвитком ринкових відносин і насиченістю ринку різноманітними споживчими товарами зростає. Це викликано тим, що великі товарні потоки потребують значних зусиль з їх обробки в каналах обігу, а тому невеликі за обсягами діяльності підприємства роздрібною торгівлі не мають ресурсів і можливості раціонально виконувати ці операції. Роздрібним підприємствам, які максимально наближені до споживачів, економічно вигідніше контактувати з одним або декількома оптовими підприємствами, ніж з

чисельними виробниками, що територіально віддалені від них. Неспівпадіння часу і місця виробництва товарів з їх реалізацією потребує накопичення і зберігання значних обсягів товарних запасів, перегруповання виробничого асортименту в торговий, концентрації розпорошених по території країни товарних ресурсів, вивчення попиту населення та визначення місткості ринку. Ці функції виконують підприємства оптової торгівлі.

Разом з тим, за нових економічних умов перед оптовою торгівлею виникла ціла низка проблем, до основних із яких слід віднести:

- зниження ролі оптової ланки торгівлі як посередника в процесі товарного обміну;
- порушення взаємозв'язків між виробниками продукції і торгівлею;
- послаблення впливу держави на розвиток торговельної галузі і поява «тіньового сектора», який має цілий ряд конкурентних переваг перед «цивілізованою» оптовою торгівлею;
- зникнення в обігу багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва;
- необґрунтоване збільшення ланковості товароруку;
- ліквідація традиційної системи та каналів поставок продукції виробничо-технічного призначення.

Цей етап характеризувався кардинальними змінами у структурі форм власності оптової торгівлі, що спричинило відповідні зміни у обсягах і структурі оптового товарообороту. Уже станом на 1.01.2001 року лише 5,0 % підприємств належали до державного сектору економіки, на 1.01.2006 року – 3,0 % [1, с. 23]. Відмічається чітка тенденція до зростання обсягів оптового товарообороту: у 2000 році він становив 162,8 млрд грн, у 2010 р. – 993,7 млрд грн, у 2014 році – 988,0 млрд грн [2, с. 243]. Широкого розповсюдження набуло формування невеликих за обсягами діяльності оптово-роздрібних структур. При цьому потужна складська мережа в результаті такої стратегії була практично непотрібна. В результаті частка оптово-складського товарообороту в загальному обороті оптових баз скоротилася до 10–20 %. Таким чином, процес ліквідації планово-розподільчої системи,

який успішно був проведений в перехідний до ринкової економіки період, не призвів до створення якісно нової системи оптової торгівлі в Україні. Замість цього відбулося у широких масштабах подрібнення структури оптової торгівлі, активізувалися процеси стихійного функціонування оптово-посередницької діяльності, створення та безсистемного розвитку нових форм оптових підприємств і оптово-посередницьких структур, що характеризувало початок другого етапу у розвитку оптової торгівлі України.

За даними Держстату України середня площа оптових баз у 2010 р. складала 159,4 м², у 2013 р. – 183,9, у 2014 р. – 174,6 м². При цьому оптовий товарооборот в середньому на одне підприємство у 2010 р. складав 12,68 млн грн, у 2013 р. – 19,7, у 2014 р. – 20,5 млн гривень. Станом на 1.01.2011 року 62,8 % оптових підприємств мали обсяг товарообороту до 1,0 млн грн (0,8 % в загальному обсязі оптового товарообороту), 12,3 % підприємств (92,2 % в загальному обсязі оптового товарообороту) – більше 10,0 млн грн (табл. 1).

Таблиця 1 – Групування оптових підприємств України за обсягом оптового товарообороту у 2010–2014 рр. (на кінець року)

Групи підприємств за обсягом оптового товарообороту, тис. грн	Кількість підприємств, %					Структура оптового товарообороту, %					Товарооборот на одне підприємство у 2014 р., тис. грн
	Роки					Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014	
до 50,0	37,2	29,1	25,4	19,8	15,1	0	0	0	0	0	4,37
50,1–500,0	17,3	17,5	18,1	19,0	19,8	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	236,91
500,1–1 000,0	8,3	9,2	9,3	10,1	11,0	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	727,71
1 000,1–10 000,0	24,9	29,6	31,5	34,3	37,2	7,0	6,3	5,8	5,9	6,3	3636,49
більше 10 000,1	12,3	14,8	15,7	16,8	16,9	92,2	93,1	92,2	93,5	93,1	10952,14

Розраховано за матеріалами Державної служби статистики України [2–3]

За період з 2010 по 2014 роки тенденція збереглася: на 1.01.2015 року кількість підприємств з обсягом товарообороту до 1 млн грн склала у загальній чисельності оптових підприємств 45,9 % (у структурі оптового товарообороту – 0,6 %), у структурі товарообороту найбільшу частку займали підприємства з обсягом товарообороту більше 1 млн грн (93,1 %).

За останні чотири роки чисельність оптових баз з обсягом товарообороту до 50 тис. грн скоротилася на 22,1 %, при відповідному зростанні чисельності оптових баз з обсягом товарообороту 1–10 млн грн (на 12,3 %) та більше 10,1 млн грн – на 4,6 %, що характеризує введення в дію в основному великих за обсягом товарообороту оптових підприємств. Разом з тим, максимальна частка у чисельності підприємств оптової торгівлі приходить на групу 1,1 – 10,0 млн грн (37,2 % у 2014 р.), у товарообороті – на групу більше 10 млн грн (93,1 %), що підтверджує тезу про відкриття крупних за обсягом товарообороту оптових підприємств, що можна вважати позитивною тенденцією у розвитку оптової торгівлі. Як свідчить практика, подрібнення оптових підприємств призвело до порушення міжгалузевих та міжгосподарських зв'язків, натуралізації процесів обміну (що особливо було характерним для перших років ринкових трансформацій), необґрунтованого збільшення ланковості товаропроточування та кількості оптових посередницьких структур, обумовило зростання витрат обігу і роздрібних цін, уповільнення обертності товарів.

Список використаних джерел

1. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 153 с.
2. Статистичний щорічник України за 2014 рік / за ред. Жук І. М. – Київ : Держстат України, 2015. – 586 с.
3. Оптова і біржова торгівля України у 2012–2013 роках. Статистичний збірник. – Київ : Держстат України, 2014. – 65 с.
4. Близнюк О. П. Экономико-организационный механизм функционирования оптовой торговли : дис. ... канд. экон. наук : 08.07.05 / О. П. Близнюк. – Харьков, 2001. – 250 с.

5. Копич І. М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля [та ін.] ; за ред. В. В. Апопія, П. Ю. Балабана. – Львів : «Новий світ – 2000», 2014. – 563 [3] с.

***Kiril Bashikarov**, PhD student
Accounting and Analysis Department, UNWE, Sofia*

THE NEW APPROACH TO REVENUE RECOGNITION

According to IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers¹, revenue from sale of goods or rendering of services is recognized to the extent to which the entity expects to receive a consideration in exchange for the transfer of those goods or services rendered to the customers. In contrast to the hitherto prevailing revenue recognition approach, which is based on the risks and benefits, the concept of control has been grounded in the new standard on revenue. The standard defines control as the ability to direct the use of and obtain substantially all of the remaining benefits from the asset². An asset is considered to be transferred when the control over the asset is transferred.

The new standard on revenue recognition provides a five-step model framework for revenue recognition, which includes the following:

1. Identification of the contract(s) with a customer;
2. Identification of entity's performance obligations under the specific contract;
3. Determining the transaction price;
4. Allocation of the transaction price to the performance obligations;
5. Recognition of revenue when (or as) the entity satisfies a performance obligation under the contract.

A notable feature in the new standard is that the revenue can be recognized at a specific point in time or over time. Pursuant to

¹ The Standard was published on 28 May, 2014 and is expected to become effective for periods beginning on or after 1 January, 2018.

² IFRS 15, par. 33.