

# СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ ОПТОВОЇ ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

КОВАЛЬЧУК К. Ф., ХИМЕНКО О. О.

УДК 658.8.012.12:338.246.83:005.31

## Ковальчук К. Ф., Хименко О. О. Структурний аналіз оптової посередницької діяльності в Україні

Ефективне функціонування сучасної економічної системи залежить від створення розвинутої ринкової інфраструктури, яка об'єднує різноманітні форми каналів товароруку продукції. Центральним суб'єктом будь-якого каналу розподілу товарів і послуг є посередницьке підприємство. Наявність та необхідність посередницьких організацій зумовлена необхідністю вирішення фундаментальної економічної суперечності між ефективністю масового виробництва та ефективністю індивідуального споживання. У статті проаналізовано сучасний стан оптової торгівлі в Україні: простежено динаміку обсягів оптового товарообороту у 2005 – 2011 рр.; розглянуто регіональну структуру оптового товарообороту та концентрацію підприємств оптової торгівлі в регіонах; висвітлено динаміку обсягів оптового товарообороту в розрахунку на одне підприємство; проаналізовано структуру підприємств оптової торгівлі залежно від обсягів оптового товарообороту та динаміку обсягів складських площ. У роботі запропоновано класифікацію функцій оптових посередників і проведено морфологічний аналіз цих функцій. Обсяги оптової посередницької діяльності в Україні збільшуються протягом останніх років, оптовій торгівлі притаманний регіональний аспект, лідерами за обсягами оптового товарообороту є м. Київ, Донецька, Дніпропетровська та Харківська області. Комерційні функції значно превалюють серед усіх інших функцій посередників, але наявність та вираженість виробничих, фінансових та інформаційних функцій підтверджує, що оптовий посередник є опорою виробника, професійна діяльність якого веде до удешевлення товару і підвищення якості, оскільки виробник не займається функціями, які для нього не характерні.

**Ключові слова:** оптовий посередник, функції, стан.

**Рис.:** 6. **Табл.:** 1. **Формул.:** 1. **Бібл.:** 8.

**Ковальчук Костянтин Федорович** – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки та менеджменту, Національна металургійна академія України (пр. Гагаріна, 4, Дніпропетровськ, 49600, Україна)

**E-mail:** const1955@mail.ru

**Хименко Олена Олександрівна** – аспірантка, кафедра фінансів, Національна металургійна академія України (пр. Гагаріна, 4, Дніпропетровськ, 49600, Україна)

**E-mail:** khimenko@i.ua

УДК 658.8.012.12:338.246.83:005.31

## Ковальчук К. Ф., Хименко Е. А. Структурный анализ оптовой посреднической деятельности в Украине

Эффективное функционирование современной экономической системы зависит от развитой рыночной инфраструктуры, которая объединяет различные формы каналов товародвижения продукции. Центральным субъектом любого канала распределения товаров и услуг является посредническое предприятие. Наличие и необходимость посреднических организаций обусловлена необходимостью решения фундаментального экономического противоречия между эффективностью массового производства и эффективностью индивидуального потребления. В статье проанализировано современное состояние оптовой торговли в Украине: прослежена динамика объемов оптового товарооборота в 2005 – 2011 гг.; рассмотрена региональная структура оптового товарооборота и концентрация предприятий оптовой торговли в регионах; освещена динамика объемов оптового товарооборота в расчете на одно предприятие; проанализирована структура предприятий оптовой торговли в зависимости от объемов оптового товарооборота и динамика объемов складских площадей. В работе предложена классификация функций оптовых посредников и проведен морфологический анализ этих функций. Объемы оптовой посреднической деятельности в Украине увеличились в течение последних лет, оптовой торговли присущ региональный аспект, лидерами по объемам оптового товарооборота являются г. Киев, Донецкая, Днепропетровская и Харьковская области. Коммерческие функции значительно превалируют среди всех других функций посредников, но наличие и выраженность производственных, финансовых и информационных функций подтверждает, что оптовый посредник является опорой производителя, профессиональная деятельность которого ведет к удешевлению товара и повышению качества, так как производитель не занимается функциями, которые для него не характерны.

**Ключевые слова:** оптовый посредник, функции, состояние.

**Рис.:** 6. **Табл.:** 1. **Формул.:** 1. **Библ.:** 8.

**Ковальчук Константин Федорович** – доктор экономических наук, профессор, декан факультета экономики и менеджмента, Национальная металлургическая академия Украины (пр. Гагарина, 4, Днепропетровск, 49600, Украина)

**E-mail:** const1955@mail.ru

**Хименко Елена Александровна** – аспирант, кафедра финансов, Национальная металлургическая академия Украины (пр. Гагарина, 4, Днепропетровск, 49600, Украина)

**E-mail:** khimenko@i.ua

UDC 658.8.012.12:338.246.83:005.31

## Kovalchuk K. F., Khimenko Y. A. Structural Analysis of Wholesale Intermediary Activity in Ukraine

Efficient functioning of the modern economic system depends on a developed market infrastructure, which unites various forms of product movement channels. An intermediary company is a central subject of any channel of distribution of goods and services. Availability and necessity of intermediary organizations is justified by a necessity to solve a fundamental economic contradiction between efficiency of mass production and efficiency of individual consumption. The article analyses the modern state of wholesale trade in Ukraine: it traces dynamics of volumes of wholesale goods turnover during 2005 – 2011; considers the regional structure of wholesale goods turnover and concentration of companies of wholesale trade in regions; illustrates dynamics of volumes of wholesale goods turnover for one company; analyses the structure of wholesale companies depending on volumes of wholesale goods turnover and dynamics of volumes of storehouse facilities. The article offers a classification of functions of wholesale intermediaries and conducts a morphological analysis of these functions. Volumes of the wholesale intermediary activity in Ukraine have increased during the past years, regional aspect inheres in wholesale trade, leaders in volumes of wholesale goods turnover are the City of Kiev, Donetsk Oblast, Dnipropetrovsk Oblast and Kharkiv Oblast. Commercial functions significantly prevail among all other functions of intermediaries, however, availability and evidence of production, financial and information functions confirm that a wholesale intermediary is a support of a producer, professional activity of which results in reduction of cost and increase of quality of goods, since the producer does not deal with functions not typical for it.

**Key words:** wholesale intermediary, functions, state.

**Fig.:** 6. **Tabl.:** 1. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 8.

**Kovalchuk Konstantin F.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Dean of the Faculty of Economics and Management, The National Metallurgical Academy of Ukraine (pr. Gagarina, 4, Dnipropetrovsk, 49600, Ukraine)

**E-mail:** const1955@mail.ru

**Khimenko Yelena A.** – Postgraduate Student, Department of Finance, The National Metallurgical Academy of Ukraine (pr. Gagarina, 4, Dnipropetrovsk, 49600, Ukraine)

**E-mail:** khimenko@i.ua

У сучасних умовах господарювання промисловість України характеризується наявністю чисельних міжгалузевих, регіональних і міжрегіональних зв'язків. Ефективне функціонування сучасної економічної системи залежить від створення розвинутої ринкової інфраструктури, яка об'єднує різноманітні форми каналів товароруку продукції від виробництва до споживання. Центральним суб'єктом будь-якого каналу розподілу товарів і послуг є посередницьке підприємство, а для промислової сфери – оптовий посередник. Наявність та необхідність посередницьких організацій зумовлена необхідністю вирішення фундаментальної економічної суперечності між ефективністю масового виробництва та ефективністю індивідуального споживання, а також необхідністю виробляти тільки ті товари та послуги, які мають платоспроможний попит.

Важлива роль у вирішенні цих завдань належить оптовій торгівлі, яка, з одного боку, має організувати активне просування товарів вітчизняних та іноземних товаровиробників, а з іншого – забезпечити роздрібну торгівлю необхідним обсягом та асортиментом товарної пропозиції, акумулюючи розпорознені товарні ресурси. Оптова торгівля відіграє роль організатора ринку, збалансовуючи інтереси його учасників. Ефективність оптової торгівлі є обов'язковою умовою стійкого функціонування ринкової економіки [5].

Актуальність питань, пов'язаних із дослідженням оптових посередників, знайшла своє відображення у дослідженнях українських і зарубіжних вчених: В. В. Апопія, Л. В. Балабанової, І. О. Бланка, М. Д. Виноградського, В. Даненбурга, Ж. Жалле, Ф. Котлера, А. Кріє, Р. Монкріфа та ін. Однак аналіз функцій, які надають підприємства оптової торгівлі в сучасних умовах, а також сучасного стану ринку оптових посередників в Україні потребують подальшого дослідження.

У зв'язку з цим метою даної роботи є дослідження стану та розвитку оптової торгівлі в Україні, а також проведення морфологічного аналізу функцій оптових посередників.

Ефективність існування посередників обумовлюється тим, що в багатьох виробників не вистачає власних оборотних коштів для здійснення просування товарів до кінцевого споживача. При спробі здійснити прямий продаж власних товарів багатьом виробникам довелося б стати посередниками в продажі товарів інших виробників з метою створення широкого асортименту продукції, навіть якщо виробник володіє достатніми обсягами ресурсів для створення власної мережі каналів розподілу товарів, це вимагатиме від нього відволікання частини ресурсів, які б він мав змогу вкласти в основне виробництво, що принесло б йому більшу норму прибутку [3].

В Україні обсяги оптового товарообороту за період з 2005 по 2011 рр. збільшилися в 2,2 раза та склали в 2011 р. 1 107 289 млн грн (рис. 1) [8].

При цьому 70% усього оптового товарообороту України створюють м. Київ (35%), Донецька область (21%), Дніпропетровська область (9%) і Харківська область (5%) за даними на 2011 р. (рис. 2). Треба відмітити, що у 2005 р. частки Донецької та Дніпропетровської областей були майже рівними (13,5%), частка м. Києва за період з 2005 по 2011 рр. коливалася між 30% та 38% загального оптового товарообороту країни [7].

За даними 2012 р. 18% всіх підприємств оптової торгівлі було сконцентровано в м. Києві, 11% – у Дніпропетровській області, 9% – у Харківській і 8% – у Донецькій області, що в сукупності складає 46% всіх оптових підприємств України (рис. 3) [6].

В Україні обсяги оптового товарообороту в розрахунку на одне підприємство з 2009 по 2011 рр. збільшилися у 1,5 раза і склали 17208,6 тис. грн, цей показник Донецької області складав 44265 тис. грн, що в 2,6 раза перевищує середній показник по країні, також показник м. Києва перевищує середній у 1,9 раза, оптовий товарооборот в розрахунку на одне підприємство Київської області перевищує показник по Україні в 1,54 раза. Оптовий товарооборот у розрахунку на одне підприємство інших областей є нижчим узагальненого показника по країні. У період з 2009 р. по 2010 р. обсяги оптово-

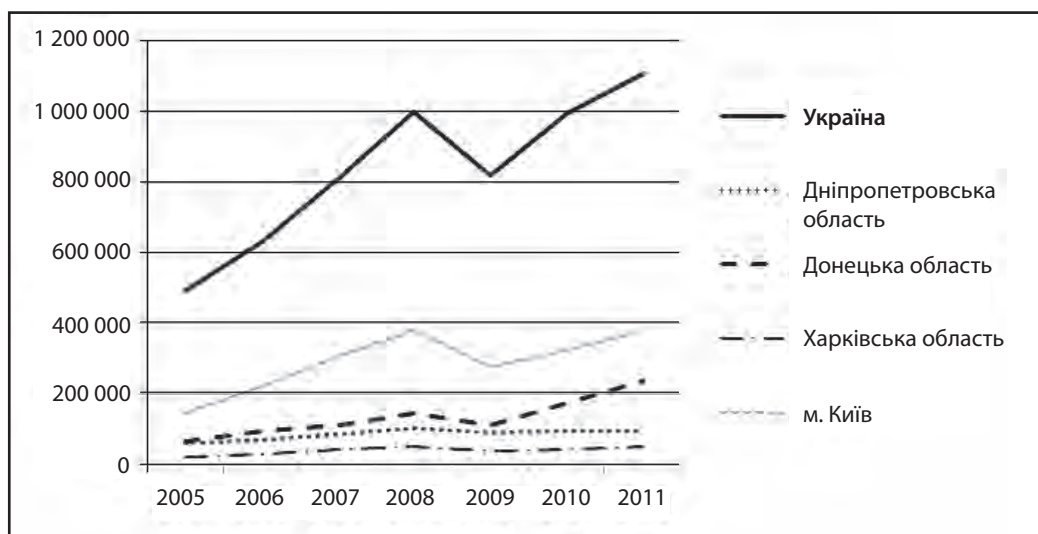


Рис. 1. Динаміка обсягів оптового товарообороту

го товарообороту в розрахунку на одне підприємство збільшилися на 17%, а кількість підприємств оптової торгівлі зростає лише на 4%, що свідчить про підвищення ефективності діяльності оптовиків [6].

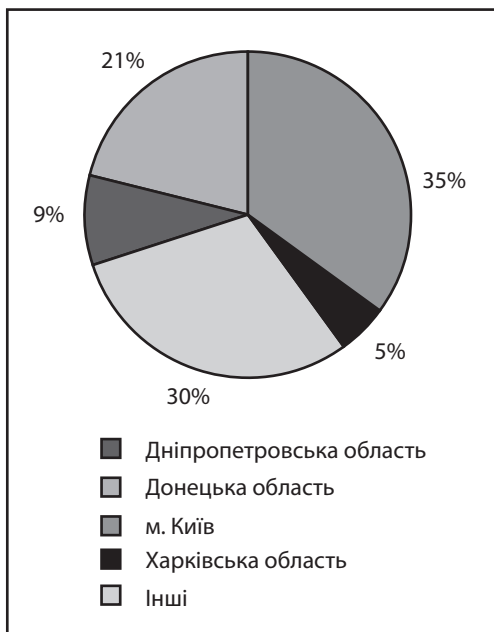


Рис. 2. Структура оптового товарообороту у 2011 р.

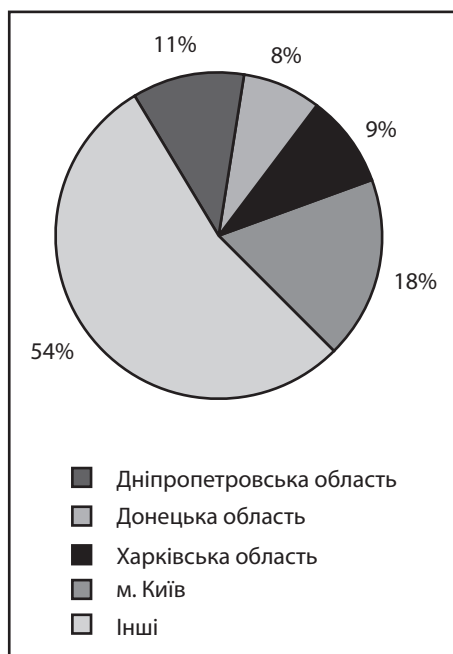


Рис. 3. Концентрація підприємств оптової торгівлі в 2012 р.

У 2011 р. в Україні налічувалося 64 345 підприємств оптової торгівлі, з них майже 30% склали підприємства з оптовим товарооборотом від 1,1 до 10 млн грн і 29% підприємств з оптовим товарооборотом до 50 тис. грн (рис. 4).

Підприємства з оптовим товарооборотом 500,1 млн грн і більше склали лише 0,4% усіх підприємств оптової торгівлі, при цьому товарооборот саме цих підприємств склав 50,2% загального оптового товарообороту країни (рис. 5) [6].

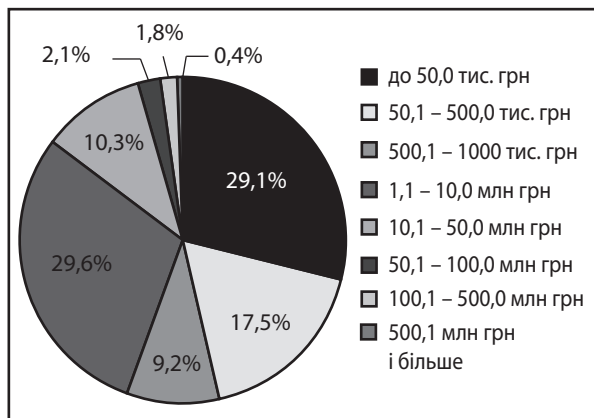


Рис. 4. Групування підприємств оптової торгівлі за обсягом оптового товарообороту у 2011 р.

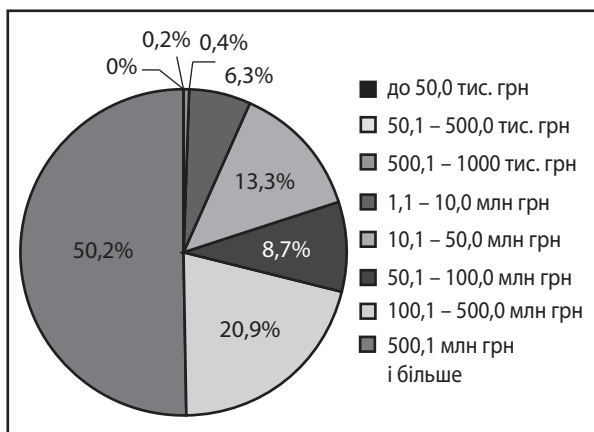


Рис. 5. Структура оптового товарообороту України в 2011 р. залежно від обсягів діяльності підприємств

Незважаючи на збільшення обсягів оптового товарообороту України, з 2009 р. до 2012 р. відбулося скорочення складських площ на підприємствах оптової торгівлі на 15%. На початок 2012 р. 30% складських площ було сконцентровано в м. Києві (14%), Дніпропетровській області (8%) та Одеській області (8%) (рис. 6) [6].

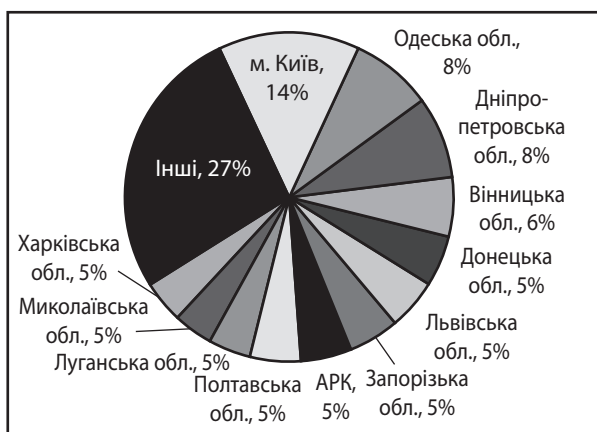


Рис. 6. Структура складських площ на підприємствах оптової торгівлі за регіонами на початок 2012 р.

Зростанню оптової торгівлі сприяє декілька факторів: зростання масового виробництва на великих підприємствах, віддалених від основних споживачів готової продукції, збільшення обсягів безперебійного виробни-

цтва, а не для задоволення конкретних заказів, заострення необхідності пристосовувати товарів до вимог проміжних та кінцевих споживачів з точки зору кількості, упаковки та асортименту [3].

**Б**удь-яка посередницька діяльність здійснюється з метою отримання прибутку. Але обґрунтовану необхідність існування посередницьких організацій можна простежити через ряд переваг, які досягаються завдяки їх залученню до діяльності:

- ✦ посередники можуть завчасно орієнтувати виробників, в якому напрямі їм слід розвивати виробництво продукції та послуг, тобто посередники практично здійснюють безперервний маркетинговий моніторинг ринку;
- ✦ посередники вкладають у сферу обігу власний капітал, тобто авансують виробників товарів і послуг, створюючи їм умови для збільшення прибутку за рахунок економії оборотності виробничого капіталу;
- ✦ посередники приймають на себе фінансові гарантії виконання платіжних і інших зобов'язань сторін, підвищуючи надійність товарного обміну, а також посередники можуть організувати транспортування вантажів, їх розмитнення та страхування;
- ✦ посередники підвищують конкурентоспроможність товарів по технічному рівню та якості, здійснюючи передпродажну підготовку товарів та їх технічне обслуговування в гарантійний і післягарантійний періоди;
- ✦ посередники сприяють підвищенню ефективності реклами товарів, яку вони здійснюють з урахуванням регіональних та інших особливостей ринку;
- ✦ капітал посередницьких фірм використовується для фінансування угод на основі як короткострокового, так і середньострокового кредитування;
- ✦ виробник звільняється від багатьох функцій, пов'язаних із реалізацією товару (доставка, сортування, упакування, підбір за асортиментом, пристосування до вимог місцевого ринку) і таким чином заощаджує свої кошти).

У сучасному ринковому середовищі існує велике розмаїття посередницьких фірм, які беруть на себе виконання різноманітних функцій щодо просування товарів від виробника до споживача, а саме:

#### **I. Комерційні функції:**

1. *Збут і його стимулювання.* Оптові фірми мають торговий персонал, який допомагає виробнику охопити багато дрібних клієнтів при порівняно невеликих витратах. Також оптові фірми мають більше ділових контактів, і часто покупець довіряє йому більше, ніж виробнику.

2. *Закупівля та формування товарного асортименту.* Оптовий посередник може підібрати вироби і сформувати необхідний товарний асортимент, позбавивши таким чином клієнта від необхідності виконувати це самостійно.

#### **II. Виробничі функції:**

3. *Складування.* Оптові посередники зберігають товарні запаси, сприяючи тим самим зниженню відповідних витрат постачальника і споживачів.

4. *Розфасовка великих партій товарів на дрібні.* Посередники забезпечують клієнтам економію коштів, розбиваючи великі партії на дрібніші.

5. *Транспортування.* Посередницькі організації забезпечують більш оперативну доставку товарів, оскільки вони знаходяться ближче до клієнтів, ніж виробники.

6. *Пакування.* При розфасовці великих партій товару посередник може також здійснювати пакування цього товару.

7. *Сервісне обслуговування.* Оптовий посередник може доробляти товар, пристосовуючи його до вимог конкретного споживача.

#### **III. Фінансові функції:**

8. *Кредитування споживача.* Посередники фінансують своїх клієнтів, надаючи їм відстрочку платежу.

9. *Кредитування виробника.* Посередники фінансують постачальників, видаючи замовлення завчасно і вчасно оплачуючи рахунки.

10. *Страховання.* Беручи право власності на товар і несучи витрати у зв'язку з його розкраданням, пошкодженням, псуванням і старінням, фірми-посередники беруть на себе частину ризику.

11. *Митні послуги.* Здійснюючи імпорт іноземних товарів для вітчизняного споживача, оптовий посередник бере на себе розмитнення товару, що ж функцію оптовик виконує при продажі вітчизняних товарів закордон.

#### **IV. Інформаційні функції:**

12. *Інформаційна підтримка.* Посередницькі організації надають своїм постачальникам і клієнтам інформацію про діяльність конкурентів, про нові товари, динаміку цін і т. ін.

13. *Послуги з управління та консалтингу.* Оптові посередники можуть допомагати роздрібним торговцям удосконалювати діяльність, навчаючи їх продавців, беручи участь у розробці схеми магазину і пристрої експозицій, а також в організації систем бухгалтерського обліку та управління запасами.

14. *Реклама.* Оптовий посередник інформує потенційних клієнтів про переваги товарів на послуг, які він представляє.

**У**сіх посередників можна поділити на дві групи відповідно до функцій, які вони виконують: оптові дистриб'ютори (оптові посередники з повним циклом обслуговування, інтернет-торгівля, оптовики-консигнанти, оптовики-комівояжери та оптовики-організатори), брокери та агенти (брокери, агенти виробників, повноважні агенти зі збуту, агенти з закупівлі та комісionери). Основна відмінність між цими групами полягає в тому, що оптові дистриб'ютори придбають право власності на товар, а брокери та агенти не беруть його на себе. Саме ця відмінність пояснює наявність, чи відсутність певних функцій у різних посередників.

У роботі запропоновано модель морфологічного аналізу видів оптових посередників відповідно до функ-

цій, які вони виконують, яка реалізується у такій послідовності:

1) Експертна оцінка ступеня наявності відповідної функції у бальній шкалі від 0 до 5, де 5 – функція представлена в повному обсязі, 0 – функція відсутня. Результати експертизи наявності функцій у посередників представляються у вигляді морфологічної матриці:

$$\| b_{ij} \|_{n,m}, \quad (1)$$

де  $i = 1, 2, \dots, n$  – індекс виду оптового посередника;  
 $j = 1, 2, \dots, m$  – індекс функції посередника;  
 $b_{ij} = 0, 1, 2, 3, 4, 5$  – бальна оцінка наявності  $j$ -тої функції у  $i$ -того виду оптового посередника.

2) Ранжування видів оптовиків відповідно повноті реалізації посередницьких функцій:

– сумування балів функцій для кожного виду оптовика:

$$B_i = \sum_{j=1}^m b_{ij};$$

– упорядкування видів оптовиків за убунням суми балів:

$$B_{i_1} > B_{i_2} > \dots > B_{i_n};$$

– ранжування видів оптових посередників:

$$R_{i_1} = 1, R_{i_2} = 2, \dots, R_{i_n} = n.$$

3) Ранжування посередницьких функцій за рівнем представлення у оптовій діяльності:

– сумування балів видів оптовика для кожної функції:

$$B_j = \sum_{i=1}^n b_{ij};$$

– упорядкування посередницьких функцій за убунням суми балів:

$$B_{j_1} > B_{j_2} > \dots > B_{j_m};$$

– ранжування посередницьких функцій:

$$R_{j_1} = 1, R_{j_2} = 2, \dots, R_{j_m} = m.$$

4) Визначення середньгруппової бальної оцінки за групами комерційних, виробничих, фінансових та інформаційних функцій.

Відповідно до визначень видів оптових посередників у науковій літературі [1 – 5], було оцінено у 5-бальній шкалі рівень наявності відповідних функцій, розраховані відповідні ранги та значущість класів функцій, що представлено в *табл. 1*.

Серед усіх посередницьких функцій значно преважують саме комерційні функції з перепродажу товарів, які мають спекулятивний характер. Виробничі функції, на жаль, представлені в значно меншій мірі. Але треба відмітити, що функція транспортування за ступенем наявності знаходиться на 4 місці серед 14 функцій. Аналогічна ситуація відбувається з інформаційними функціями, які також за своєю значущістю значно поступаються комерційним функціям, але функція інформаційної підтримки займає 3 місце серед всіх функцій.

Серед фінансових функцій найбільш вагомим є страхування, що пояснюється самою природою посередницькою діяльності, бо посередник приймає на себе частину ризиків і виробників, і споживачів, тому що приймаючи комерційне рішення він бере на себе ризик, пов'язаний з невизначеністю кон'юнктури, як на ринку виробників, так і на ринку споживачів товарів та послуг. Усе це підкреслює необхідність існування посередницької діяльності для сучасної ринкової економіки.

## ВИСНОВКИ

Отже, обсяги оптової посередницької діяльності в Україні стрімко збільшуються протягом останніх років,

Таблиця 1

Види посередницьких організацій та функції, які вони виконують

Функції	Комерційні		Виробничі					Фінансові				Інформаційні			В <sub>i</sub> Разом	R <sub>i</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
З повним циклом обслуговування	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	3	55	1
Комівожери	5	5	3	3	5	1	0	2	2	2	0	2	0	0	30	4
Організатори	5	0	0	0	0	0	0	3	4	5	4	3	0	3	27	6
Консигнанти	5	5	2	3	4	1	3	4	2	2	0	0	0	0	31	3
Інтернет торгівля	5	5	4	2	0	1	0	0	3	3	2	4	0	3	32	2
Брокери	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	2	12	10
Агенти виробників	5	0	0	0	4	0	0	0	0	0	3	4	2	3	21	7
Повноважні агенти зі збуту	5	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	4	2	3	20	8
Агенти з закупівлі	3	5	4	0	4	0	0	0	2	3	3	4	0	0	28	5
Комісіонери	5	5	2	2	4	0	0	0	0	2	0	0	0	0	20	9
Разом B <sub>j</sub>	48	30	19	14	28	7	7	13	17	22	19	29	6	17		
R <sub>j</sub>	1	2	6	10	4	12	13	11	8	5	7	3	14	9		
Разом по групі	78		75					71				52				
Середньгруппова бальна оцінка	39		15					18				17				

оптовій торгівлі притаманний регіональний аспект, лідерами за обсягами оптового товарообороту є м. Київ, Донецька, Дніпропетровська та Харківська області. Комерційні функції значно превалюють серед усіх інших функцій посередників, але наявність та вираженість виробничих, фінансових та інформаційних функцій підтверджує, що оптовий посередник є опорою виробника, професійна діяльність посередника веде до здешевлення товару і підвищенню його якості, оскільки виробник не займається функціями, які для нього не характерні. Посередницька діяльність робить ринок більш конкурентним і пристосовує його до вимог споживача. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Анопій В. В.** Організація торгівлі : підручник / В. В. Анопій, І. П. Міщук. – 3-тє вид. ; за ред. В. В. Анопія. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 632 с.
2. **Даненбург В.** Основы оптовой торговли: практический курс / В. Даненбург, Р. Монкриф, В. Тейлор. – М. : Сирин, 2003. – 248 с.
3. **Котлер Ф.** Основы маркетинга [пер. с англ.] / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1991. – 657 с.
4. **Методология прикладных исследований экономической кибернетики: К.2** / [Заруба В. Я., Витлинский В. В., Ковальчук К. Ф. и др.]. – Д. : Юго-Восток, 2007.
5. **Носулич А. М.** Організаційно-економічний механізм оптової торговельної діяльності : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / А. М. Носулич. – Київ, 2010. – 23 с.

6. Статистичний збірник «Оптова і біржова торгівля України» / Державна служба статистики України. – К., 2012.
7. Статистичний збірник «Україна у цифрах 2011» / Державна служба статистики України. – К., 2012.
8. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України. – К., 2012.

#### REFERENCES

- Danenburger, V., Monkrif, R., and Taylor, V. *Osnovy optovoy trgovli* [Basics of wholesale trade]. Moscow: Sirin, 2003.
- Kotler, F. *Osnovy marketinga* [Principles of Marketing]. Moscow: Progress, 1991.
- Nosulich, A. M. "Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm optovoi torhovelnoi diialnosti [Organizational-economic mechanism of wholesale trade activities]." *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04*, 2010.
- Statystychnyi zbirnyk «Optova i birzhova torhivlia Ukrainy»* [Statistical Yearbook "Wholesale and exchange trading Ukraine"]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012.
- Statystychnyi zbirnyk «Ukraina u tsyfrakh 2011»* [Statistical Yearbook "Ukraine at a Glance 2011"]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012.
- Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2011 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine for 2011]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 2012.
- Apopii, V. V., and Mishchuk, I. P. *Orhanizatsiia torhivli* [Trade Organization]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury, 2009.
- Zaruba, V. Ya., Vitlinskiy, V. V., and Kovalchuk, K. F. *Metodologiya prikladnykh issledovaniy ekonomicheskoy kibernetiki* [Methodology Applied Research of Economic Cybernetics]. Donetsk: Yugo-Vostok, 2007.

УДК 378.147:338.48

## ТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

ЛОЛА Ю. Ю.

УДК 378.147:338.48

### Лола Ю. Ю. Тренінгові технології в процесі підготовки фахівця туристичної індустрії

У статті розглянуто особливості підготовки фахівців туристичної сфери, досліджено сучасний підхід до формування комплексу професійних і загальних компетентностей, розвитку професійно важливих особистісних якостей, а також формування психологічної готовності студентів працювати за обраною спеціальністю. Визначено місце тренінгів у сучасній системі навчання, встановлено ряд особливостей проведення тренінгів у рамках навчального процесу. Доведено, що компетентнісний підхід в освіті потребує формування певного досвіду, який можливо набути на основі впровадження тренінгових технологій.

**Ключові слова:** підготовка фахівців з туризму, професійні компетентності, тренінг.

**Рис.:** 6. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

**Лола Юлія Юрїївна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)  
E-mail: yulia-8-11-8@rambler.ru

УДК 378.147:338.48

### Лола Ю. Ю. Тренінгові технології в процесі підготовки фахівця туристичної індустрії

В статье рассмотрены особенности подготовки специалистов туристической сферы, исследован современный подход к формированию комплекса профессиональных и общих компетентностей, развития профессионально важных личностных качеств, а также формирование психологической готовности студентов работать по выбранной специальности. Определено место тренингов в современной системе обучения, установлен ряд особенностей проведения тренингов в рамках учебного процесса. Доказано, что компетентностный подход в образовании требует формирования опыта, который можно приобрести на основе внедрения тренинговых технологий.

**Ключевые слова:** подготовка специалистов сферы туризма, профессиональные компетентности, тренинг.

**Рис.:** 6. **Табл.:** 1. **Библ.:** 8.

**Лола Юлия Юрьевна** – кандидат экономических наук, доцент, кафедра туризма, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)  
E-mail: yulia-8-11-8@rambler.ru

UDC 378.147:338.48

### Lola Y. Y. Training Technologies in the Process of Training Specialists for the Tourist Industry

The article considers specific features of training specialists for the tourist sphere, studies the modern approach to formation of a complex of professional and general competences, development of professionally important personal qualities and also formation of psychological readiness of students to work in the selected specialty. It determines the place of trainings in the modern system of education, establishes a number of specific features of conducting trainings within the framework of the process of education. It proves that the competence approach in education requires formation of experience, which could be obtained on the basis of introduction of training technologies.

**Key words:** training specialists for the tourist sphere, professional competences, training.  
**Pic.:** 6. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

**Lola Yuliya Yu.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Tourism, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)  
E-mail: yulia-8-11-8@rambler.ru