

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 339.33:334.735(477)

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-3-5>

### ОПТОВА ТОРГІВЛЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

**М. П. БАЛАБАН**

кандидат економічних наук, доцент;

**П. Ю. БАЛАБАН**

кандидат економічних наук, професор;

**В. І. МІСЮКЕВИЧ**

кандидат економічних наук, доцент;

**Ю. В. ІВАНОВ**

кандидат економічних наук, доцент;

**О. М. МИХАЙЛЕНКО**кандидат економічних наук, доцент,  
Полтавський університет економіки і торгівлі

**Анотація** *Мета статті* – визначити основні етапи трансформації оптової торгівлі споживчої кооперації України за період 1945–2023 роки. У статті проаналізовано тенденції розвитку оптової торгівлі Укоопспілки, охарактеризовано роль оптової торгівлі в організації прямих господарських зв'язків системи з поставачальниками товарів. Запропоновано регламентацію етапів розвитку у взаємозв'язку з тенденціями змін підприємств роздрібною торгівлі та їх вимогами до організації товаропостачання товарів у роздрібну торговельну мережу. **Методика дослідження.** Для вирішення поставлених у статті завдань використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналізу та синтезу, економіко-математичні, систематизації та узагальнення. **Результати.** Запропоновані у дослідженні етапи розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації відображають основні шляхи розвитку і трансформації кооперативного гурту у відповідності до змін, що відбувалися в економіці України і господарській діяльності системи. У процесі дослідження використані матеріали оперативної та статистичної звітності діяльності споживчої кооперації та її оптової ланки за 1945–2023 роки. **Практична значущість результатів дослідження.** Аналіз основних тенденцій розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації України проведено у відповідності до змін, що відбувалися у розвитку системи, які визначалися з іздами уповноважених споживчої кооперації СРСР і Укоопспілки. Це дозволило виділити чотири етапи у розвитку кооперативного гурту, упорядкувати тенденції трансформації оптової торгівлі у взаємозв'язку з трансформаційними процесами, що відбувалися в господарському комплексі системи. Зміни у її структурі і ролі в організації товаропостачання відомчих підприємств роздрібною торгівлі сприяли впровадженню у практику кооперативної торгівлі сучасних форматів підприємств, активному розвитку гуртово-логістичних центрів, що відповідає світовим тенденціям розвитку галузі.

**Ключові слова:** Споживча кооперація, оптова торгівля, гуртово-логістичні центри, етапи розвитку, товаропостачання, ланковість товаропросування, прямі зв'язки.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями.** Оптова торгівля споживчої кооперації на всіх етапах свого розвитку виконувала функції організатора товаропостачання в роздрібну торговельну мережу системи, формування асортименту товарів та організації централізованої доставки їх в магазини. За період з 1945 по 2023 роки оптова галузь системи пройшла шлях від невеликих баз і складів сільських споживчих товариств і райспоживспілок до сучас-

них висококомеханізованих гуртових комплексів, оснащених автоматизованими системами управління складськими процесами. Глибока економічна криза перехідного до ринку періоду призвела до значних втрат господарського комплексу системи споживчої кооперації і її оптової ланки. Трансформаційні процеси, що відбулися у цей період, сприяли скороченню чисельності оптових баз, зміні пріоритетів у діяльності, що, в кінцевому варіанті, привело до появи гуртово-логістичних центрів оптових закупівель, які обслуговують

мережу сучасних кооперативних підприємств типу «Коопмаркет». Зміни у формах кооперативної оптової торгівлі, її функціях дозволяють прогнозувати перспективи її подальшого розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності в умовах післявоєнної відбудови економіки України, забезпечити ефективне функціонування торговельної галузі і споживчої кооперації як соціально орієнтованої системи, призначенням якої є надавати торговельні послуги членам кооперативів і населенню в місцях проживання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження літературних джерел з проблем розвитку споживчої кооперації і її оптової ланки показало практичну відсутність друкованих праць, що висвітлювали би роботу оптової торгівлі системи. Окремі нечисленні публікації носять епізодичний характер і, як правило, присвячені розвитку оптової торгівлі України, чи відображають закордонний досвід. Поряд з цим, окремим аспектам організації і технології оптової торгівлі присвячені праці відомих науковців. Серед них – Алопій В.В. [12], Балабан М.П. [5–7], Богославець Г.М. [11], Вірт М.Я. [8], Куцик П.О. [10], Мазаракі А.А. [11], Торопков В.М. [9], Трубей О.М. [11] та інші. Однак проблеми систематизації етапів розвитку оптової торгівлі споживчої практично не висвітлювалися, що і стало основою публікації.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є періодизація розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації у відповідності до етапів розвитку кооперативної системи.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Оптова торгівля споживчої кооперації була створена як важлива галузь господарського комплексу системи і історично виконувала роль організатора постачання товарів у відомчу роздрібну торговельну мережу. До її безпосередніх завдань входили формування стійкого асортименту товарів, організація централізованої доставки їх в магазини у визначені терміни і у відповідності до потреб підприємств роздрібної

торгівлі, скорочення сумарних витрат на доведення товарів від виробників до споживачів, підвищення культури торговельного обслуговування пайовиків і населення в зоні діяльності.

За період функціонування в умовах Радянського Союзу кооперативний опт пройшов складний шлях розвитку – від невеликих баз і складів, що здійснювали торгівлю товарами простого асортименту і повсякденного попиту, до крупних оптових комплексів, оснащених сучасним торговельно-технологічним обладнанням і автоматизованими системами управління складськими процесами.

На наш погляд, в історії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації України за період після закінчення другої світової війни можна, умовно, виділити декілька основних етапів: 1945–1975 роки, 1976–1990 роки, 1991–2010 рр., 2011 рік і по сьогодні.

На першому етапі (1945–1975 роки) відбувалося активне відновлення системи споживчої кооперації та розбудова її оптової ланки після деокупації території України. Етап характеризувався відновленням мережі оптових підприємств, зруйнованих під час війни, активним будівництвом і впровадженням у практику торгівлі нових сучасних типів оптових баз, які дозволяли здійснювати товаропостачання підприємств роздрібної торгівлі з меншими витратами, здійснювати доставку товарів складного асортименту з мінімальною кількістю складських ланок, раціонально організувати товарорух, підвищити його ефективність.

Оптова торгівля на цьому етапі здійснювалась через мережу оптових баз і складів, які підпорядковувалися республіканським оптовим конторам Укоопспілки, а також через обласні, міжрайонні та районні госпрозрахункові бази обласних споживспілок, негоспрозрахункові бази і склади райспоживспілок і споживчих товариств. Станом на кінець 1975 року складське господарство системи Укоопспілки було представлено 4487 складами, основна маса яких знаходилася у підпорядкуванні обласних і районних споживспілок, районних споживчих товариств (райСТ) (таблиця 1).

Таблиця 1

**Організаційна структура оптової торгівлі Укоопспілки станом на 01.01.1976 року**

Структурні ланки оптової торгівлі	Складське господарство		
	кількість загальнотоварних складів, од.	складська площа загальнотоварних складів, тис. кв. м	середня площа складу, кв. м
Оптові контори Укоопспілки, оптові бази обласних споживспілок	2204	1131,7	513,48
Оптові бази і склади райспоживспілок, районних споживчих товариств	1967	647,5	329,18
Склади сільських споживчих товариств	316	67,1	212,34
Усього	4487	1846,3	411,48

Джерело: розраховано авторами на основі [1–3]

На частку оптових контор Укоопспілки і оптових баз обласних споживспілок приходилося 49,1% у загальній чисельності складського господарства системи і 61,3% – у їх складській площі, оптові підприємства районних споживспілок і районних споживчих товариств займали відповідно 43,8 і 35,1%, частка сільських споживчих товариств складала 7,1 і 3,6% відповідно. Отже, уже станом на кінець 1975 року оптова торгівля Укоопспілки було сконцентрована на обласному і районному рівнях, які мали більш потужну матеріально-технічну базу, що дозволяла здійснювати товаропостачання з меншими сукупними витратами.

Реальний процес якісного оновлення кооперативної оптової торгівлі розпочався з 1958 року згідно з рішеннями V-го з'їзду уповноважених споживчої кооперації СРСР, який започаткував процес ліквідації неперспективних оптових баз і складів сільських споживчих товариств та негоспрозрахункових баз районних споживспілок і районних споживчих товариств. Зокрема, за період 1958–1975 роки частка сільських споживчих товариств у загальній площі товарних складів системи скоротилася з 11,7 до 3,6%, райспоживспілок і районних споживчих товариств – з 59,8 до 35,1% при відповідному зростанні частки міжрайонних оптових баз (міжрайбаз), оптових баз обласних споживспілок і оптових контор Укоопспілки з 28,5 до 61,3%, або на 32,8% [1–3; 5].

Заходи, що були проведені в кооперативній торгівлі України в період 1945–1975 роки стосовно укрупнення складського господарства, ліквідації дрібних оптових баз і складів споживчих товариств і райспоживспілок, раціонального розміщення оптових баз обласних споживспілок і оптових контор Укоопспілки на території були важливими передумовами вдосконалення товаропросування, від яких у значній мірі залежала ефективність кооперативної торгівлі.

Водночас, будівництво крупних оптових баз сприяло активному розвитку прямих господарських зв'язків між виробниками товарів і оптовими ланками споживчої кооперації. За рішеннями V-го з'їзду уповноважених споживчої кооперації СРСР для системи споживчої кооперації прямими господарськими зв'язками була поставка товарів складного асортименту за схемою промислове підприємство – оптова база споживчої кооперації – магазин, – без участі несистемних посередників (як правило, це оптові бази і контори Міністерства торгівлі СРСР і союзних республік).

Організація прямих зв'язків в кооперативній торгівлі дозволяла встановлювати постійні довгострокові ділові контакти з виробництвом, замовляти товари у відповідності до попиту сільського населення, ефективніше впливати на виробництво у питаннях розширення асортименту і підвищення якості продукції, суттєво прискорити оборотність

товарів, скоротити сукупні витрати на доведення товарів від виробництва до споживачів. Як результат, уже у 1965 році за прямими господарськими зв'язками поставлялося в систему споживчої кооперації тканин, одягу і взуття 22,3% виділених системі фондів, на 1.01. 1971 року – 39,2%, на кінець 1975 року – 47,4% відповідно [1–3; 5].

Другий етап у розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації (1976–1990 рр.) характеризувався подальшим вдосконаленням матеріально-технічної бази, будівництвом крупних високо механізованих підприємств, розширенням асортименту товарів, вдосконаленням схем заводу, раціональною організацією товаропостачання магазинів.

Станом на 01.01.1991 року оптова торгівля споживчої кооперації була представлена 450 оптовими базами, у тому числі 134 міжрайонні оптові бази, 181 госпрозрахункові бази райспоживспілок і районних споживчих товариств та 91 база з торгівлі господарськими товарами, лісовими та будівельними матеріалами. Оптових баз і складів у споживчих товариствах та дрібних негоспрозрахункових складів і баз райспоживспілок і районних споживчих товариств у статистичній звітності Укоопспілки не числилося.

Суттєво зросли і основні показники, що характеризували розвиток оптової торгівлі системи. Так, середня площа кооперативних оптових баз складала 6,8 тис. кв. м, у тому числі міжрайбаз – 12,3 тис. кв. м, госпрозрахункових баз райспоживспілок і райСТ – 5,3 тис. кв. м, баз і складів з торгівлі лісгосптоварами – 4,9 тис. кв. м. Загальний обсяг оптового товарообороту системи станом на кінець 1990 року склав 16493 млн крб., що в середньому на одну оптову базу складало 366,5 млн крб.

Концентрація оптової торгівлі товарами складного асортименту у цей період на крупних оптових базах сприяла подальшому активному розвитку прямих господарських зв'язків з підприємствами промисловості, ліквідовувала нераціональну внутрішньообласну перевалку вантажів, забезпечувала зниження сукупних витрат по заводу товарів, прискорення оборотності товарів і скорочення термінів їх доставки за рахунок ліквідації проміжних операцій з додаткового складування та навантажувально-розвантажувальних робіт, а також скорочення ланковості товаропросування. У практиці торгівлі показником, що дозволяє кількісно визначити ефективність роботи оптової торгівлі у процесі товаропросування, є коефіцієнт ланковості товаропросування, який розраховується як відношення оптово-складського товарообороту до роздрібного.

Постійний характер прямих зв'язків з промисловістю дозволяв оптовим базам системи узгоджувати зміни асортименту товарів, підвищувати їх якість,

стабілізувати асортимент товарів на оптових базах, що, в свою чергу, сприяло більш ритмічному постачанню товарів в роздрібну торговельну мережу.

Водночас перехід на прями зв'язки з промисловістю був можливим лише для крупних оптових баз, які могли закупляти великі партії товарів, забезпечувати необхідну частоту заводу та формувати широкий і стійкий асортимент товарів.

Для розрахунку можливості виходу оптових баз на прями зв'язки використовувалася формула:

$$Q_m = N g t, \quad (1)$$

де  $Q_m$  – мінімальний товарооборот, при якому можливий перехід на прями господарські зв'язки з промисловістю, тис. крб.;

$N$  – мінімальна норма відвантаження промислових підприємств по окремих групах товарів, тис. крб.;

$g$  – кількість постачальників, з якими встановлювалися прями зв'язки, од.;

$t$  – мінімально допустима частота завезення товарів, дн.

Для прикладу мінімальна норма відвантаження швейних виробів була встановлена в сумі 10 тис. крб., кількість підприємств – постачальників швейних виробів для оптових баз більшості обласних споживспілок – 45, а мінімально допустимі терміни поставки, які прийняті у практиці торгівлі – 1 раз на місяць, – отже, мінімальний оптовий товарооборот оптових баз по швейних виробам мав бути не менше 5,4 млн крб. Такі обсяги товарообороту могли забезпечити лише крупні оптові бази. З врахуванням цього на 2-х зборах Ради Центросоюзу СРСР (травень 1968 року) була прийнята стратегія концентрації оптової торгівлі товарами складного асортименту на крупних оптових базах. В результаті уже на 01.01.1991 року в системі Укоопспілки в окремих обласних споживспілках оптова торгівля була сконцентрована виключно на міжрайонних та обласних оптових базах (таблиця 2).

Аналіз таблиці 2 засвідчує, що у Житомирській, Полтавській та Черкаській облспожив-

Таблиця 2

## Характеристика оптової торгівлі обласних споживспілок України станом на 01.01.1991 року

Облспоживспілки	Кількість оптових баз, од.	Складська площа, тис. кв. м		Складська площа у розрахунку на	
		всього	у тому числі загально товарні склади	одну оптову базу, тис. кв. м	1000 осіб населення, кв. м
Вінницька	28	173,3	171,4	6,2	125
Волинська	13	83,0	56,2	6,4	124
Дніпропетровська	13	126,7	113,7	9,7	143
Донецька	18	123,0	101,8	6,8	150
Житомирська	8	120,5	100,7	15,1	129
Закарпатська	18	81,5	71,5	4,5	102
Запорізька	16	95,3	92,2	6,0	141
Івано-Франківська	18	84,6	71,3	4,7	90
Київська	23	148,2	109,1	6,4	112
Кіровоградська	21	137,0	137,0	6,5	197
Кримська	21	126,5	107,3	6,0	137
Луганська	10	97,3	79,2	9,7	162
Львівська	24	126,7	117,4	5,3	97
Миколаївська	20	151,2	123,7	7,6	237
Одеська	32	162,2	131,5	5,1	146
Полтавська	9	137,6	119,0	15,3	148
Ровенська	14	92,1	67,0	6,6	119
Сумська	20	101,4	74,0	5,1	131
Тернопільська	13	111,1	94,2	8,5	127
Харківська	15	116,9	105,2	7,8	120
Херсонська	17	86,5	74,7	5,1	133
Хмельницька	19	154,2	113,5	8,1	163
Черкаська	9	149,5	149,5	16,6	148
Чернівецька	10	57,9	57,9	5,8	93
Чернігівська	32	152,7	114,2	4,8	176
Господарство Укоопспілки	9	58,2	58,2	6,5	-
Разом	450	3057,1	2611,5	6,8	138

Джерело: зоразовано авторами на основі [4]



спілками оптова торгівля була сконцентрована виключно на великих міжрайонних оптових базах з середньою площею складів 15,1; 16,6 та 15,3 тис. кв. метрів. Водночас у Одеській і Чернігівській обласних споживспілках оптову торгівлю здійснювали переважно госпрозрахункові бази районних споживспілок і райСТ. При великій чисельності у них оптових баз – 32, середній розмір складської площі (5,1 і 4,8 тис. кв. м) був недостатнім для виходу на прямі господарські зв'язки з промисловістю.

Перехід України до побудови ринкової економіки, який розпочався у 1991 році після здобуття нею незалежності, характеризує третій етап у розвитку оптової торгівлі системи. «На цей час в системі здійснювали господарську діяльність крупні споживчі товариства, райспоживспілки та районні споживчі товариства (райСТ) з розвинутою матеріально-технічною базою та значними обсягами діяльності. Всі ланки системи, всі галузі діяльності працювали прибутково» [6]. Оптова торгівля являла собою розгалужену мережу крупних оптових баз і складів і успішно виконувала роль основного постачальника товарів в роздрібну торговельну мережу системи. Однак глибока економічна криза, що була пов'язана з необхідністю поєднання елементів постсоціалістичного господарства із ринковими механізмами [6] призвела до відчутних втрат в господарському комплексі системи, у тому числі і у оптовій торгівлі.

Однією із основних причин ситуації, що склалася, було значне скорочення фізичного обсягу роздрібного товарообороту та мережі підприємств роздрібною торгівлі Укоопспілки, що призвело до відповідного скорочення обсягів діяльності та чисельності матеріально-технічної бази кооперативної оптової торгівлі [5]. Так, за 1991–2010 роки кількість оптових баз скоротилася на 390 од. (з 450 до 60 од., або у 7,5 рази), а складська площа – з 3057,1 до 215,5 тис. кв. м, або у 14,2 рази. Відбу-

лися негативні зміни і у структурі оптової торгівлі. Зокрема, чисельність міжрайонних оптових баз скоротилася у 3,8 рази (134 од. у 1991 році і 35 – у 2010 році), баз і складів районних споживспілок та райСТ – у 13,9 раз (з 181 до 13 од. відповідно).

В результаті, оптова торгівля споживчої кооперації за різних об'єктивних і суб'єктивних причин втратила свою визначальну роль в організації товаропостачання відомчої торговельної мережі (таблиця 3).

Як видно, при суттєвих скороченнях основних показників діяльності оптової і роздрібною торгівлі споживчої кооперації за період 1990–2010 роки оптова торгівля станом на 1.01.2011 року поставляла підприємствам роздрібною торгівлі системи лише 10,9% товарів (85,2% у 1990 році). Отже, формування основної маси товарів в магазинах споживчої кооперації здійснювалося позасистемними постачальниками і підприємствами – виробниками товарів [4; 5].

Четвертий етап у розвитку оптової торгівлі – 2011 рік і по сьогодні характеризувався подальшим скороченням як чисельності оптових баз, так і обсягів їх оптового товарообороту. «Оптові бази перетворилися із внутрісистемних в комерційні структури, для яких інтереси роздрібною кооперативної торгівлі практично не враховувалися» [7]. В результаті значне скорочення обсягів роздрібного товарообороту та чисельності магазинів, які традиційно обслуговувалися кооперативними оптовими базами, призвели до згорання оптової торгівлі системи.

Як реакція на ситуацію, що склалася, на III з'їзді Укркоопспілки (березень 2019 року) було прийнято постанову про створення мережі кооперативних торговельних підприємств типу «Кооп-маркет» з власними центрами оптових закупівель товарів. Таким чином, мережа оптових баз і складів, що функціонувала в обласних споживспілках, трансформувалася у гуртово-логістичні центри.

Таблиця 3

**Зміна ролі оптової торгівлі Укоопспілки в організації торговельної діяльності споживчої кооперації України за 1990–2010 роки**

Роки	Оптово-складський товарооборот, млн грн	Роздрібний товарооборот, млн грн	Коефіцієнт складської ланковості товаропросування	
			%	Зміни до 1990 року, +/-, %
1990	16493*	23233*	85,2	–
1995	33,6	1875,6	17,9	– 67,3
2000	78,4	1576,5	5,0	– 80,2
2005	276,3	2610,3	10,6	–74,6
2010	399,7	3661,7	10,9	– 74,3
2010 р. у % до 1995 р.	11,9 р.	195,2	–	–
2010 р. у % до 2000 р.	5,1 р.	2,3 р.	–	–
2010 р. у % до 2005 р.	144,7	140,3	–	–

\* у млн крб.

Джерело: розраховано авторами на основі [4; 5]

На сьогодні такі логістичні центри створено у Тернопільській, Рівненській, Волинській, Кіровоградській та інших обласних споживспілках. «Створення єдиних центрів закупівлі, об'єднання магазинів у мережевий ритейл дозволило отримати нижчі ціни, бонуси, маркетингові виплати, тощо. Це єдиний спосіб зберегти торгівлю як галузь кооперативного бізнесу» [7].

Трансформаційні процеси, що відбулися в системі споживчої кооперації України, починаючи з 1991 року, не тільки суттєво скоротили чисельність підприємств оптової і роздрібною торгівлі, але і сприяли укрупненню роздрібних торговельних підприємств і відкриттю нових форматів типу «Коопмаркет», забезпечення яких широким і стабільним асортиментом товарів покладено на власні торговельно-логістичні центри. Станом на 01.01.2022 року в системі споживчої кооперації України нараховувалося 159 коопмаркетів, забезпечення товарами яких здійснювалося 17-тю власними підприємствами оптової торгівлі.

Таким чином, оптова торгівля споживчої кооперації України за період 1945–2023 роки пройшла шлях від невеликих за обсягами діяльності складів

і баз споживчих товариств і негоспрозрахункових баз районних споживспілок і райСТ до крупних оптових баз обласного і загальнодержавного підпорядкування, трансформувались у подальшому у гуртово-логістичні центри оптових закупівель, орієнтовані на обслуговування сучасних торговельних підприємств типу «Коопмаркет».

**Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі.** Таким чином, запропонована нами періодизація розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації дозволяє систематизувати тенденції розвитку кооперативних оптових баз і складів у відповідності до рішень з'їздів споживчої кооперації, виокремити основні етапи трансформації оптових баз у відповідності до вимог відомчої роздрібною торговельної мережі та виділити основні шляхи подальшого розвитку кооперативної оптової торгівлі на перспективу. Результати періодизації етапів розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації можуть використовуватися у подальших дослідженнях ролі кооперативного сектору економіки у відбудові економічного потенціалу України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації Української РСР за 1960 рік. Київ : Укоопспілка, 1961. 81 с.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації Української РСР за 1970–1973 роки. Київ : Укоопспілка, 1974. 80 с.
3. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації Української РСР за 1975 рік. Київ : Укоопспілка, 1976. 87 с.
4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації Української РСР за 1985–1990 роки. Київ : Укоопспілка, 1991. 114 с.
5. Балабан П. Ю., Балабан М. П. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. 121 с.
6. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія. Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. 153 с.
7. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Машенко В. П. Конкурентоспроможність кооперативної торгівлі і мережевий ритейл. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали ІХ міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Полтава, 18-19 квітня 2019 року)*. Полтава : ПУЕТ, 2019. С. 89–96.
8. Вірт М. Я. Система показників стану та тенденцій розвитку оптового ринку України. *Актуальні проблеми розвитку сучасної економіки : збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Дніпропетровськ, 13-14 березня 2013 р.)*. Дніпропетровськ : Герда, 2013. С. 41–44.
9. Голошубова Н. О., Торопков В. М. Оптова торгівля: організація та технологія : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2005. 265 с.
10. Куцик П. О., Бачинський В. І., Полянська О. А. Управлінський облік операційної діяльності підприємств оптової торгівлі : монографія / за заг. ред. Куцика П.О. Львів : Видавництво «Растр-7», 2015. 312 с.
11. Мазаракі А. А., Богославець Г. М., Трубей О. М., Носуліч А. М. Оптова торгівля України : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Мазаракі А. А. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 208 с.
12. Апопій В. В., Бабенко С. Г., Башнянін Г. І., Бесчасний Л. К., Вовчак О. Д. Споживча кооперація України: проблеми сучасного розвитку : монографія / за заг. ред. Бабенка С. Г. Кн. 1: Ринкова орієнтація споживчої кооперації України. Львів : Коопосвіта, 1999. 366 с.

## REFERENCES

1. Osnovni pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii Ukrainskoi RSR za 1960 rik [The main indicators of the economic and financial activity of the consumer cooperative of the Ukrainian SSR in 1960] (1961). Kyiv: Ukoopspilka, 81 p.
2. Osnovni pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii Ukrainskoi RSR za 1970–1973

roky [The main indicators of the economic and financial activity of the consumer cooperative of the Ukrainian SSR for 1970–1973] (1974). Kyiv: Ukoopspilka, 80 p.

3. Osnovni pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii Ukrainiskoi RSR za 1975 rik [The main indicators of the economic and financial activity of the consumer cooperative of the Ukrainian SSR for 1975] (1976). Kyiv: Ukoopspilka, 87 p.

4. Osnovni pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti spozhyvchoi kooperatsii Ukrainiskoi RSR za 1985–1990 roky [The main indicators of the economic and financial activity of the consumer cooperative of the Ukrainian SSR for 1985–1990] (1991). Kyiv: Ukoopspilka, 114 p.

5. Balaban P. Yu., & Balaban M. P. (2011). Transformatsiia torhivli spozhyvchoi kooperatsii v ekonomitsi rynkovoho typu: etapy rozvytku, konkurentospromozhnist, stratehichni priorytety: monohrafiia [Transformation of consumer cooperative trade in a market-type economy: stage of development, competitiveness, strategic priorities: monograph]. Poltava: RVV PUET, 121 p.

6. Balaban M. P. (2005). Optova torhivlia v rynkovomu seredovyschi: efektyvnist funktsionuvannia ta stratehiia rozvytku: monohrafiia [Wholesale trade in the market environment: operational efficiency and development strategy: monograph]. Poltava: RVTs PUSKU, 153 p.

7. Balaban P. Yu., Balaban M. P., & Mashchenko V. P. (18-19 April, 2019). Konkurentospromozhnist kooperatyvnoi torhivli i merezhevyi ryteil [Competitiveness of cooperative trade and chain retail]. *Merezhevyi biznes: stanovlennia, problemy, innovatsii: materialy IX mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii*. Poltava: PUET, pp. 89–96.

8. Virt M. Ya. (13-14 March, 2013). Systema pokaznykiv stanu ta tendentsii rozvytku optovoho rynku Ukrainy [The system of indicators of the state and development trends of the wholesale market of Ukraine]. *Aktualni problemy rozvytku suchasnoi ekonomiky: zbirnyk materialiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi Internet-konferentsii*. Dnipropetrovsk: Herda, pp. 41–44.

9. Holoshubova N. O., & Toropkov V. M. (2005). Optova torhivlia: orhanizatsiia ta tekhnolohiia [Wholesale trade: organization and technology]: navch. posib. Kyiv: KNTEU, 265 p.

10. Kutsyk P. O., Bachynskiy V. I., & Polianska O. A. (2015). Upravlinskyi oblik operatsiinoi diialnosti pidpriemstv optovoi torhivli [Management accounting of the operational activity of wholesale trade enterprises]: monohrafiia / Kutsyk P. O. (Ed.). Lviv: Vydavnytstvo "Rastr-7", 312 p.

11. Mazaraki A. A., Bohoslavets H. M., Trubei O. M., & Nosulich A. M. (2016). Optova torhivlia Ukrainy [Wholesale trade of Ukraine]: monohrafiia / Mazaraki A. A. (Ed.). Kyiv: Kyiv. nats. torh.- ekon. un-t, 208 p.

12. Apopii V. V., Babenko S. H., Bashnianin H. I., Beschasnyi L. K., & Vovchak O. D. (1999). Spozhyvcha kooperatsiia Ukrainy: problemy suchasnoho rozvytku [Consumer cooperation of Ukraine: problems of modern development]: monohrafiia. Kn. 1: Rynkova oriantatsiia spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy / Babenko S. H. (Ed.). Lviv: Kooposvita, 366 p.

**Mykola Balaban, Petro Balaban, Valentyna Misiukevych, Yurii Ivanov, Olena Mykhailenko, Poltava University of Economics and Trade. Wholesale trade of consumer cooperatives in Ukraine: historical aspects of development.**

**Annotation.** *The purpose of the article – to determine the main stages for wholesale trade transformation of consumer cooperatives in Ukraine during the period 1945–2023. The article analyzes the trends in wholesale trade development of Ucoopspilka, characterizes the role of wholesale trade in the direct economic relations of the system with the suppliers. It is suggested to regulate the development stages in relation to the changing trends of retail trade enterprises and their requirements for the organization of the goods supply to the retail trade network.*

**Methodology.** *To solve the tasks the following methods were used: analysis and synthesis, economic-mathematical, systematization and generalization. Findings.* *The stages for the wholesale trade development of the consumer cooperatives reflect the main ways of development and transformation of the cooperative group in accordance with the changes taking place in the economy of Ukraine and the economic activity of the system. The materials of the operational and statistical activity reporting for the consumer cooperatives and the wholesale link for the years 1945–2023 were used in the process of research. Practical value.* *The analysis of the main trends in the development of wholesale trade by consumer cooperatives of Ukraine was carried out in accordance with the changes occurring in the development of the system determined by the congresses of the commissioners for consumer cooperatives of the USSR and Ucoopspilka. This made possible to distinguish four stages in the of the cooperative group development and organize transformation trends of wholesale trade in relation to the transformational processes taking place in the economic complex of the system. The changes in the structure and role in the organization of product supply for departmental retail enterprises contributed to the introduction into the practice of cooperative trade in modern enterprise formats, active development of wholesale and logistics centers corresponding to global trends in the development of the industry.*

**Keywords:** *Consumer cooperatives, wholesale trade, wholesale and logistics centers, stages of development, product supply, product promotion, direct connections.*