



УДК 339.138

**STATE APPROACHES IN RELATION TO DECISION OF PROBLEM  
QUESTIONS IN THE FIELD OF MARKETING IN UKRAINE:  
INFORMATIVELY RESEARCH ASPECT ABOUT COMMODITY  
AUCTIONS AND COMPETITIONS**

**ДЕРЖАВНИЦЬКІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМНИХ ПИТАНЬ У  
СФЕРІ МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ: ІНФОРМАЦІЙНО-ДОСЛІДНИЦЬКИЙ АСПЕКТ  
ПРО ТОВАРНІ АУКЦІОНИ ТА КОНКУРСИ**

**N. Orlov / Орлов М.М.**

*Doctor of Sciences in Public Administration, Professor /  
доктор наук з державного управління, професор  
Kharkov national university of building and architecture,  
Kharkov, street Sumska 40, 61000*

*Харківський національний університет будівництва та архітектури,  
м. Харків, вул. Сумська 40, 61000.*

**Анотація.** Міжнародні товарні аукціони та конкурси сприяють забезпеченню безперервності процесу розширеного відтворення й прискорення кругообігу суспільного продукту. При цьому: скорочується час на обіг товарів; підвищується ефективність використання основних фондів та трудових ресурсів; зменшується потреба в оборотних коштах, банківському кредиті й тим самим дозволяє збільшити ресурси, що направляються в інші галузі господарства. Зазначені питання є предметом дослідження у сфері менеджменту під контролем органів державної влади для підприємств державної власності.

**Ключові слова.** органи державної влади, менеджмент, товарні аукціони та конкурси, механізми скорочення часу на проведення аукціонів та конкурсів, графоаналітичне моделювання.

**Вступ** В умовах інтенсифікації процесів глобалізації, швидкої індустріалізації перспективи міжнародної біржової, аукціонної та тендерної діяльності видаються вельми сприятливими. В останні роки в світі накопичений великий досвід проведення міжнародних бірж, аукціонів та торгів і це свідчить про певні переваги цього механізму. Разом з тим, далеко не всі питання організації міжнародних бірж, аукціонів та торгів знайшли оптимальне рішення з точки зору інтересів країн-учасниць світового співтовариства, компаній та державних організацій, залучених до зазначеної діяльності.

Актуальність теми полягає у значенні товарних аукціонів та конкурсів, як важливих інструментів у сучасному механізмі ринкового господарства: вони сприяють розвитку зовнішньої торгівлі, яка, у свою чергу, служить засобом забезпечення більш високих темпів зростання національної економіки.

Міжнародні товарні аукціони сприяють забезпеченню безперервності процесу розширеного відтворення й прискоренню кругообігу суспільного продукту. При цьому: скорочується час на обіг товарів; підвищується ефективність використання основних фондів та трудових ресурсів; зменшується потреба в оборотних коштах, банківському кредиті й тим самим дозволяє збільшити ресурси, що направляються в інші галузі господарства.

Необхідно підкреслити, що використання торгів дозволяє ефективно



здійснювати операції купівлі-продажу як покупцю, так і продавцеві великої групи переважно капітало- та наукомістких товарів і послуг, у тому числі реалізованих часто в комплексі.

Зазначені в матеріалах праці питання досліджувалися такими ученими як: А. Гриценко і М. Пашковим [3], О. Онищуком [4]. Разом з тим, на думку автора в матеріалах праці, ще бракує висвітлення проблемних питань товарних аукціонів та конкурсів і пошук напрямів їх удосконалення для маркетингу в Україні. Ці дослідження дозволять набути ґрунтовних знань в галузі економічної теорії, міжнародної економіки, менеджменту зовнішньо-економічних відносин, ознайомитися з тим, як відбувається розвиток економічного співробітництва в світовому господарстві та виявити проблеми на шляху виходу України на міжнародні ринки.

**Основний текст.** *Аукціон* – спеціально організований і періодично діючий ринок продажу товарів, майна з публічного торгу покупцеві, який запропонував найвищу ціну. Може проводитись як у вигляді зібрання продавців і покупців в одному місці, так і в Інтернеті, що називається *онлайн-аукціоном*. На аукціоні можуть продаватися об'єкти нерухомості, антикваріат, витвори мистецтва тощо. Крім добровільних, аукціони можуть бути примусовими – за рішенням судових органів. Добровільні аукціони організуються власниками товарів з метою найвигіднішого їх продажу. Примусові влаштовуються відповідними органами з метою стягнення боргів, реалізації конфіскованих товарів, незапитаних і неоплачених вантажів, не викупленого з ломбардів майна тощо.

*Конкурс* – особлива форма видачі замовлень на поставку товарів або підрядів на виконання робіт, яка передбачає залучення пропозицій від декількох постачальників або підрядників з метою забезпечення найбільш вигідних комерційних та інших умов угоди для організаторів таких торгів.

Для розуміння суті проблеми сьогодення розглянемо види та характеристики аукціонів. Аукціони як форма організації продажу товарних та інших цінностей за принципом «Хто більше?» бувають товарними і валютними. На товарних аукціонах продаються твори мистецтва, ювелірні вироби, хутра та інші унікальні, що рідко зустрічаються і користуються підвищеним попитом, товари та інші цінності. Види основних аукціонів та характеристики представлені в табл. 1.

Порядок проведення аукціону поділяється на чотири етапи [3].

1. *Підготовка аукціону*. Починається за 2–3 місяці до майбутнього аукціону. Прийняті від продавців товари сортується залежно від якості за лотами. Кожному лоту надається номер, під яким він продаватиметься з аукціону. Від кожної партії відбирається зразок. Після закінчення сортування аукціонний комітет випускає каталог з вказівкою номерів лотів, сорту та кількості одиниць товару в кожному лоті. Каталог розсилається можливим покупцям з додатком Правил аукціонного торгу. У правилах указуються: порядок огляду товарів; порядок продажу та порядок зняття товару з торгів; розмір відсотка, який стягується з вартості куплених товарів на користь адміністрації аукціону; порядок вирішення суперечок між сторонами. У каталозі повідомляється: дата відкриття аукціону, його тривалість і місце



проведення; час, встановлений для огляду товару; час проведення торгів; останній день платежу за придбання товару. Звичайно в каталозі однакові за якісними показниками лоти групуються в більші партії – страти, які в каталозі відділяються один від одного лініями.

Таблиця 1

### Види аукціонів та їх характеристики

Вид аукціону	Особливості аукціону
Стандартний аукціон (англійський аукціон)	Використовується відкритий формат пропозицій (всі покупці знають про пропозиції один одного). Продавець призначає початкову (стартову) ціну, далі покупці вступають у конкурентну боротьбу, призначаючи ціни вище початкової (зазвичай на 3%). Перемагає той, хто на момент закінчення аукціонної боротьби запропонував найвищу ціну
Голландський аукціон (пряма протилежність англійському аукціону)	Використовується відкритий формат пропозицій, торги починаються з заздалегідь завищеною, неприйнятною ціни, яка послідовно знижується, поки один з покупців не погодиться її прийняти
Американський аукціон	Він не стосується формування ціни, а лише визначає порядок виставлення і продажу лотів. Так, товари виставляються не окремо, а всі разом. Згодом видаються за порядком, зазначеним у списку учасників. Такий вид аукціонів практично не використовують ні при торгівлі «наживо», ні на онлайн майданчиках
Аукціон одночасної пропозиції	Використовується закритий формат пропозицій. Всі покупці одночасно призначають ціни (зазвичай у письмовій формі), не знаючи про пропозицію своїх опонентів. Перемагає той, хто пропонує максимальну ціну
Подвійний аукціон	Пропозиції одночасно надходять від продавця і покупця (встановлюється рівноважна ціна). Найчастіше використовується на електронній біржі
Аукціон закритих пропозицій	Покупець або продавець роблять секретні пропозиції протягом встановленого часу. Переможець купує товар за ціною, яка перевищує максимальну. Припустимо, що покупець А робить пропозицію, що дорівнює 10 доларам; покупець В – 15 доларам і покупець С – 20 доларам. Зрозуміло, що перемагає покупець, який дав максимальну пропозицію – покупець С, але платить він не запропоновану їм суму, а останню встановлену до нього – запропоновану покупцем В (15 доларів замість 20 доларів).

До підготовки аукціону входить також сповіщення потенційних покупців про терміни проведення торгу. Для цього за 1,5–2 місяці до початку аукціону в пресі розміщуються рекламні оголошення з вказівкою: умов, місця та часу проведення торгів; кількості й асортименту пропонованих до продажу товарів.

Однією з проблем першого етапу є скорочення часу на його реалізацію.

2. *Огляд товарів.* Обов'язковою умовою організації аукціону є завчасне надання потенційним покупцям можливості ознайомитися з товаром. Огляд товарів проводиться звичайно за тиждень або за 10 днів до відкриття торгів.



Кількість днів, відведених для огляду товарів, залежить від розмірів аукціонної експозиції. Скорочення термінів, що відводяться для огляду, може бути досягнуто шляхом удосконалення устаткування залів (спеціальні стенди, візки, денне освітлення тощо).

Попередній огляд товарів є обов'язковим, оскільки за умовами аукціонного торгу ніякі претензії щодо якості товарів до продавців і організаторів аукціону після продажу не приймаються (крім прихованих дефектів). Покупець може ознайомитися не тільки із зразками товарів, але і зі усіма лотами, які його зацікавили (звичайно він цього не робить, оскільки довіряє організаторам аукціону).

Проблемою другого етапу є скорочення часу на попередній огляд товару.

3. *Аукціонний торг.* Торги починаються в наперед визначену годину і день та проводяться в спеціальному аукціонному залі, що має форму амфітеатру. При гласному способі аукціоніст оголошує номер чергового лота, називає початкову (стартову) ціну і питає: «Хто більше?» Якщо чергового підвищення ціни не пропонується, аукціоніст після триразового запитання: «Хто більше?» ударяє молотком, підтверджуючи, що даний лот проданий останньому, що назвав найвищу ціну.

Покупець, що хоче придбати товар, піднімає сигнальну табличку, лицьова сторона якої звернена до аукціоніста, і оголошує ціну, що перевищує стартову. Аукціоніст повторює кожну запропоновану покупцем ціну і називає місце, звідки надійшла ціна. У тих випадках, коли через відсутність інтересу до даного лота або внаслідок змови покупців не вдається досягти наміченого рівня продажної ціни, аукціоніст має право без пояснення зняти лот з торгу і виставити його пізніше знову. До удару молотка аукціоніста покупець має право відкликати зроблену пропозицію про ціну.

У складі президії аукціону, крім аукціоніста, знаходяться його помічники, які спостерігають за поведінкою покупців.

При автоматизованій системі проведення аукціонного торгу над столом аукціоніста встановлений циферблат з рухомою стрілкою. Аукціоніст встановлює стрілку на найнижчій ціні. Кожен покупець має на закріпленому за ним місці кнопку, яку він натискає тоді, коли бажає зробити покупку за запропонованою ціною. Якщо одночасно декілька покупців натиснуть кнопки, стрілка просунеться до вищої ціни, а на спеціальному табло поряд з циферблатом спалахують номери цих покупців. Стрілка просуватиметься до вищої ціни до тих пір, поки не залишиться один покупець. У цей момент вона зупиняється і на табло з'являється номер цього покупця. Операція вважається завершеною і не може бути анульована іншим покупцем.

4. *Оформлення аукціонної операції і передача товару покупцю.* Після закінчення торгів покупець оформляє аукціонну операцію. Адміністрація аукціону вручає покупцю контракт на куплений товар. Контракт має типову форму. Покупець підписує контракт і повертає його в контору аукціону, залишивши собі копію. На підставі контракту бухгалтер виписує товарний чек у 2-х екземплярах. У чеку вказуються: найменування товару; номер інформаційної картки; номер лота; остаточна аукціонна ціна; відомості про



покупця; дата продажу.

На підставі товарного чека, оплаченого покупцем, бухгалтер реєструє продаж товарів в аукціонній відомості для подальшого розподілу виручки (різниці між стартовою і продажною ціною) між власником товару й організаторами аукціону.

Терміни вивозу товару з аукціонного складу залежать від виду товару (як правило, для товарів, що не швидко псуються, протягом 2-3 тижнів) [3].

Отже, аналіз етапів проведення аукціону висвітлив одну із проблем – проблема скорочення часу на їх здійснення. У подальшому буде показано бачення автора до вирішення зазначеної проблеми.

Разом з аукціонами проводяться і товарні конкурси. *Конкурс* – це особлива форма видачі замовлень на поставку товарів або підрядів на виконання робіт, яка передбачає залучення пропозицій від декількох постачальників або підрядників з метою забезпечення найбільш вигідних комерційних та інших умов угоди для організаторів таких торгів. Сутність конкурсних торгів полягає в тому, що покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (постачальник) на товар або послуги із заздалегідь певними характеристиками і після порівняння отриманих пропозицій підписує договір з тим продавцем (постачальником) або підрядником, який запропонував найбільш вигідні для покупців (замовників) умови [4].

Розрізняють продаж майна та акцій у приватну власність по інвестиційному конкурсу і продаж за комерційним конкурсом. У разі *продажу за інвестиційного конкурсу* право придбання акцій за номінальною вартістю отримує особа, що запропонувала за це право максимальні інвестиції в розвиток даного суспільства на найбільш сприятливих для останнього умовах. При *продажу за комерційним конкурсом* право придбання акцій отримує особа, що запропонувала за них максимальну ціну і у разі погодження виконати певні умови, встановлені перед проведенням конкурсу. Види конкурсів мають певні характеристики, які інтегрально подані в табл. 2.

*Тендери* в сучасних умовах набули широкого поширення, відіграючи важливу роль у пошуку і відборі контрагентів для укладання угод на поставку машин і обладнання. Найбільш часто тендери як метод закупівель застосовуються країнами, що розвиваються. Організатори торгів, що прийняли рішення про розміщення замовлень через торги, створюють тендерні комітети, до складу яких входять технічні і комерційні експерти, представники адміністрації. Головами тендерних комітетів, як правило, призначаються керівники організацій, які здійснюють закупівлі. Тендерні комітети проводять всю організаційну роботу з проведення торгів: публікують оголошення про торги, поширюють їх умови між учасниками, аналізують представлені пропозиції і виносять рішення про переможця конкурсного торгу, якому і передається замовлення та ін.

У разі проведення *відкритих торгів* в офіційних, в урядових органах друку містяться оголошення з вичерпною, необхідною для учасників торгів інформацією. При проведенні *закритих торгів* порядок надання інформації інший. Повідомлення про майбутні торги отримують лише окремі фірми, які



або добре відомі організаторам торгів, які раніше виконували замовлення, або є широко відомими і солідними фірмами даної галузі. До встановлення

Таблиця 2

### Види та особливості конкурсних торгів

Види конкурсних торгів	Характеристика
Міжнародні торги	Спосіб закупівлі товарів, розміщення замовлень і видачі підрядів, що пропонують залучення до певного, заздалегідь встановленого терміну пропозицій від декількох постачальників або підрядників різних країн і укладення контракту з тими з них, пропозиція якого найбільш вигідна організаторам
Внутрішні торги	Пропозиції йдуть від постачальників або підрядників тієї країни, де відбувається конкурс
Залежно від способу проведення	
Відкриті торги (публічні)	До участі у відкритих торгах залучаються всі бажаючі фірми та організації: як місцеві, так і іноземні. Шляхом відкритих торгів в основному розміщуються замовлення на стандартне і універсальне устаткування, а також невеликі за обсягом підрядні роботи
Закриті торги (обмежені або негласні)	До участі в закритих торгах запрошуються лише визначені фірми, до яких висилаються спеціальні запрошення. В основному це престижні, відомі в даній галузі виробництва фірми, що мають великий досвід і добре технічно озброєні. Через закриті торги розміщуються замовлення на унікальне, складне і спеціальне обладнання, комплектні вироби тощо

тендерним комітетом терміну закриття торгів їх учасники готують комісійні, технічні та комерційні пропозиції. Після закриття торгів учасники не мають право змінювати умови своїх пропозицій, і зобов'язані у разі отримання замовлення виконати його строго у відповідності з представленими пропозиціями. Щоб виключити можливість відмови учасників від своїх пропозицій, умови торгів передбачають обов'язок претендентів надавати банківські гарантії серйозності пропозицій у розмірі 1–3% їх загальної суми [5].

Завершуючим етапом проведення конкурсних торгів є підписання контракту з фірмою, яка виграла торги. Зміст такого контракту закріплюється звичайним договором купівлі-продажу.

З поданого вище, стає зрозумілим, що одною з проблем проведення торгів є занадто багато часу на їх підготовку та проведення.

Підсумовуючи подане вище, слід зосередитися на обґрунтуванні напрямів удосконалення аукціонів і конкурсів в Україні.

*Перший напрям* – збільшити темп нарощування аукціонної торгівлі в Україні. Як зазначено у праці [6], аукціонна торгівля в Україні розвивається досить низькими темпами. Проте за останні роки аукціони отримали певний розвиток. І тепер, є можливість на ряду з світовими аукціонами обирати для торгівлі ще й місцеві аукціони України. Це, безспірно, тільки збільшує можливості для продавців і цим потрібно скористатися. Це дуже зручно, як для



початківців, так і для тих, хто бажає розширити свій бізнес. Особливо привабливо для тих, хто не має можливості торгувати на популярних світових аукціонах через незнання мови. Для підтвердження зазначеного на рис. 1 подано деякі існуючі українські Інтернет-аукціони.



Логотип	URL сайту	Загальний або спеціальний	Кількість користувачів або лотів	Кількість відвідувачів в місяць
	<a href="http://prom.ua">prom.ua</a>	загальний	669 тис. компаній 88,7 млн. лотів,	32 млн.
	<a href="http://kidstaff.com.ua">kidstaff.com.ua</a>	загальний, ого. + аукціон	27 тис. лотів,	16 млн.
	<a href="http://bigl.ua">bigl.ua</a>	загальний, але без колекц. і творчої м.	5,4 тис. магаз. 6,2 млн. лотів	10 млн.
	<a href="http://shafa.ua">shafa.ua</a>	одяг та аксесуари	3,6 мп н. лотів	8 млн.
	<a href="http://Price.ua">Price.ua</a>	загальний, вироб, магазин + оголоше	1500 компаній 3 млн. запропоновано.	6 млн.
	<a href="http://lamoda.ua">lamoda.ua</a>	одяг, взуття, аксесуари	2 млн. товарів	3,4 млн.
	<a href="http://besplatka.ua">besplatka.ua</a>	загальний, ого. + аукціон	40 тис. користю. 817 тис. лоту	3,2 млн.
	<a href="http://newauction.com.ua">newauction.com.ua</a>	загальний	2,2 млн. лотів	3 млн.
	<a href="http://ria.com">ria.com</a>	загальний	400 магаз. 1,2 млн. лотів.	2 млн.
	<a href="http://skylots.org">skylots.org</a>	загальний	193 тис. лотів	1,7 млн.
	<a href="http://auction.violity.com">auction.violity.com</a>	колекціониров.	217 тис. користю. 4,6 млн. лотів,	1,4 млн.
	<a href="http://crafta.ua">crafta.ua</a>	колекціониров., творчість	5 тис. продавши. 14 тис. лотів	1 млн.
	<a href="http://tatet.ua">tatet.ua</a>	загальний	200 тис. лотів	390 тис.
	<a href="http://охо.ua">охо.ua</a>	загальний, але без колекц. і творчої м.	32 тис. продавши. 2,4 млн. лотів	300 тис.
	<a href="http://auction.com.ua">auction.com.ua</a>	загальний	140 тис. лотів	90 тис.
	<a href="http://копійка.in.ua">копійка.in.ua</a>	загальний	141 тис. лотів	85 тис.

Рис. 1 – Інтернет-аукціони України

Як зазначають фахівці у сфері маркетингу, головними проблемами, чому



українські аукціони погано розвиваються, є: відсутність купівельної спроможності населення; незнання специфіки ринку; мала кількість громадян, які мають зайві кошти на предмети не першої необхідності, а ті люди, які мають достатню кількість коштів, вважають за краще мовчати про достаток.

Для подолання зазначеної проблеми необхідно: врівноважити економіку України за для підвищення достатку населення; детально вивчити та проаналізувати поняття «аукціон» і «конкурс» (наряду з міжнародним розумінням цих термінів); дати громадянам стимул заробляти гроші відкрито, не приховуючи свої доходи від Державної фіскальної служби України; виставляти товари на аукціони не тільки для поповнення колекції чи покупки якогось товару, а й для благодійності (всі кошти від продажу лоту будуть йти на благодійність); залучення міжнародних фахівців, які б допомогли розвинути аукціонну торгівлю та просунути її на більш високий рівень.

*Другий напрям* – скорочення часу на підготовку і проведення товарних аукціонів та конкурсів. З цією метою слід застосовувати графоаналітичне моделювання, як поєднання таблиці з певними значеннями показників робіт на підготовку і здійснення зазначених аукціонів та конкурсів і сіткового графіку виконання усього комплексу робіт (у разі можливого точного встановлення часу на проведення зазначених робіт) для визначення критичного часу на заданому критичному шляху.

У разі якщо неможливо точно встановити час виконання елементарних (зазначених) робіт сіткового графіку, тобто час є суть випадкової величини з заданим законом розподілу. У цьому випадку постає питання для організаторів аукціонів та конкурсів: як визначити імовірність того, що визначений комплекс робіт буде виконано до заданого строку? Математична запис такої постановки завдання має такий вигляд:

$$\text{знайти } P_0(T_{кр} < T_0) \quad (1)$$

за умови, що час виконання елементарних (зазначених) робіт  $t_i$  - незалежні випадкові величини з щільністю імовірності розподілу  $f_i(t)$ ;  $i = 1, 2, \dots, n$  при

З урахуванням зазначеного:

$$T_{кр} = \sum_{(кр)} t_i, i \in M, \quad (2)$$

де  $M$  – множина номерів елементарних (визначених) робіт, які «лежать» на критичному шляху.

У визначеному завданні:

$T_{кр}$  – випадкова величина;

$P_0(T_{кр} < T_0)$  – шукана імовірність виконання усього комплексу визначених робіт не пізніше ніж за час  $T_0$ .

Для визначення параметрів нормального закону розподілу випадкової величини  $T_{кр}$  необхідно знайти математичне очікування  $m_{кр} = \sum_{(кр)} m_i$  та





середнє квадратичне відхилення величини  $\sigma_{кр} = \sqrt{\sum_{(кр)} \sigma_i^2}$ .

Деталізація другого напрямку – удосконалення організації проведення аукціонів і конкурсів в Україні шляхом скорочення часу, може мати продовження як в науковому, так і практичному аспектах.

### **Заключення і висновки**

Отже, розглянуті питання проведення аукціонів і конкурсів дозволяють зробити висновки, що у сучасній міжнародній торгівлі спостерігається тенденція до падіння ролі аукціонів, що викликано цілим рядом причин: посилення конкуренції зумовило динамічний розвиток прямих зв'язків між експортерами та імпортерами без використання посередницької ланки, перш за все брокерів–аукціонерів; підвищення якості товарів і вдосконалення стандартизації сприяли розширенню товарних поставок рівномірнішої та гарантованішої якості, збільшенню обсягів продажу товарів на основі окремих договорів; розробка асоціаціями торговців типових контрактів і вдосконалення механізму комерційного арбітражу призвели до зростання торгівлі на основі типових контрактів; значні додаткові витрати, пов'язані з розвантаженням, зберіганням, відправкою товару тощо, суттєво знижують ефективність експорту; розвиток світової транспортної мережі і засобів зв'язку зумовив зростання визначеності термінів поставки, що знизило потребу в запасах.

Усе це призвело до того, що на сьогодні аукціони відіграють провідну роль в міжнародній торгівлі тільки такими товарами, як чай (майже 70 % продажів на світовому ринку), хутро (приблизно 80 %), вовна (майже 50 %). Важливе значення аукціони зберігають і для таких товарів, як квіти, овочі, фрукти, тютюн, риба, худоба.

Іншою тенденцією розвитку аукціонів є їх зміщення з імпортуємих в експортуємі країни, що пов'язано як з нижчими накладними витратами при продажах на аукціонах місця походження товару, так і з прагненням досягнення більшого контролю за системою збуту своїх експортних товарів і посилення впливу на формування рівня цін.

Крім зазначеного, слід приділити увагу скороченню часу на організацію товарних аукціонів і конкурсів в Україні.

### **Література**

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (зі змінами від 8 червня 2000 року N 1807-III).
2. «Україна - Європейський Союз: зовнішньоекономічна діяльність і перспективи співробітництва», Київ, 2005.
3. Гриценко А. Пашков М. Украина на мировых рынках: добро пожаловать или //Зеркало недели, №25(298), 24 июня 2001 г.
4. Оніщук О. Зовнішня торгівля України: Основні тенденції. Програма Тасіс Європейського Союзу. К. : Українсько-європейський консультативний центр (UEPLAC), група економічного законодавства, березень 2001 р.
5. Положення про Товарну Секцію Української Міжбанківської Валютної



Біржі. Затверджено Біржовим Комітетом УМВБ Протокол №1(51) від 01 березня 2000 р.

6. Правила торгів біржовим товаром за технологією одностороннього аукціону в Товарній секції Української міжбанківської валютної біржі. Затверджено Біржовим Комітетом УМВБ Протокол №1 (54) від 08.02.2001 р. (Із змінами та доповненнями затвердженими Радою директорів УМВБ Протокол № 15 від 31.08.2001 р.).

#### References.

1. A law of Ukraine is «On foreign economic activity» (with changes from June, 8, 2000 N of 1807-iii).
2. «Ukraine is European Union: foreign economic activity and prospects of collaboration», Kyiv, 2005.
3. Gricenko A. Pashkov M. (on Junes, 24 2001). Ukraina on world markets: welcome or //Zerkalo weeks, 25(298).
4. Onischuk O. (March in 2001). Zovnishnya trade of Ukraine: Basic tendencies. Program Tacis European Union. K: Ukrainian-European konsultativniy center (UEPLAC), group of economic legislation.
5. Position about Commodity Section of Ukrainian Mizhbankivskoy Currency Exchange. Protocol is ratified Exchange Committee of UMVB 1(51) from March, 01 of 2000.
6. Rule auctions by an exchange commodity on technology of one-sided auction in the Commodity section of the Ukrainian mizhbankivskoy currency exchange. Protocol is ratified Exchange Committee of UMVB 1 (54) from 08.02.2001 (With changes and additions ratified of directors of UMVB Advice Protocol 15 from 31.08.2001).

**Abstract. Entry.** *Actuality of research theme is grounded. The deposit of scientists is expounded in the field of organization of commodity auctions and competitions. Paid regard to open questions after the theme of research.*

**Basic text.** *Existent approaches of organization (preparation and leadthrough) of commodity auctions and competitions are expounded. Paid regard to two problems: a necessity of increase of rates of increase of auction trade is for Ukraine; ground of methodical vehicle of determination of time on the leadthrough of commodity auctions and competitions. Contributions of recommendation and mathematical vehicle for determination of time on the leadthrough of commodity auctions and competitions.*

**Conclusion and conclusions.** *Paid regard to and necessity to spare attention on reduction of time on their preparation and leadthrough in Ukraine in the field of international trade role commodity auctions. A problem is considered can have scientific and practical continuation.*