

## ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТОВАРОРУХУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

УДК 658.8:339.17

Волошан І. Г.

Розглянуто види торгівлі за місцем обслуговування покупця. Досліджено сучасні види підприємств стаціонарної та нестаціонарної торгівлі й визначено особливості їх діяльності. Зазначено, що підприємства галузі торгівлі є найбільш масовими та класифікуються за різними ознаками. Типи магазинів постійно змінюються під впливом економічних процесів, науково-технічного прогресу, соціальних факторів, а поряд із цим виникають нові торговельно-технологічні процеси об'єктів торгівлі. Запропоновано схеми торговельно-технологічних процесів об'єктів стаціонарної та нестаціонарної торгівлі, визначена їх структура. Дослідження довело, що налагодити ефективну господарську діяльність підприємства торгівлі у ринковій економіці можна лише за наявності чіткої, досконалої форми організації господарської діяльності.

*Ключові слова:* види торгівлі, торгівля за місцем знаходження торгового об'єкта, торгівля за місцем знаходження покупця, торговельно-технологічні процеси на підприємствах торгівлі.

## ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

УДК 658.8:339.17

Волошан И. Г.

Рассмотрены виды торговли по месту обслуживания покупателя. Исследованы современные виды предприятий стационарной и нестационарной торговли и определены особенности их деятельности. Указано, что предприятия отрасли торговли являются наиболее массовыми и классифицируются по различным признакам. Типы магазинов постоянно меняются под влиянием экономических процессов, научно-технического прогресса, социальных факторов, а наряду с этим возникают новые торгово-технологические процессы объектов торговли. Предложены схемы торгово-технологических процессов объектов стационарной и нестационарной торговли, определена их структура. Исследование доказало, что наладить эффективную хозяйственную деятельность предприятия торговли в рыночной экономике можно лишь при наличии четкой, совершенной формы организации хозяйственной деятельности.

*Ключевые слова:* виды торговли, торговля по месту нахождения торгового объекта, торговля по месту нахождения покупателя, торгово-технологические процессы на предприятиях торговли.

## THE PECULIARITIES OF TRADE AND TECHNOLOGICAL PROCESSES OF TRADE ENTERPRISES MERCHANDISE DISTRIBUTION

UDC 658.8:339.17

I. Voloshan

The article describes the kinds of trade at the place of customer service. The modern types of stationary and non-stationary trade enterprises were studied and specific features of their activity were defined. The trade industry enterprises are determined as the most widespread and classified according to various criteria. Types of stores are constantly changing under the influence of economic processes, technological progress, social factors, and along with it, new trade and technological processes of trade entities appear. The schemes of trade and technological processes of the objects of stationary and non-stationary trade were proposed, their structure was defined. The research has proven that to achieve effective business of trading enterprise in a market economy is possible only in case of clear and perfect form of economic activity organization.

*Keywords:* kinds of trade, trade at commercial object's location, trade at a buyer's location, trade and technological processes at the trade enterprises.

Однією з найчисельніших галузей економіки будь-якої держави за кількістю суб'єктів господарювання, обсягом діяльності, чисельністю зайнятого персоналу та внеску в загальний економічний потенціал є торгівля. Торгівля є сферою формування і стабілізації споживчого ринку, координаційною ланкою в системі міжгалузевих, регіональних та міжрегіональних зв'язків, дієвим механізмом задоволення соціальних потреб.

Підприємства галузі торгівлі є найбільш масовими, типи магазинів постійно змінюються, а поряд із цим виникають нові торговельно-технологічні процеси об'єктів торгівлі. Питання розвитку роздрібної та оптової торгівлі, в тому числі за регіонами, знайшли своє відображення в працях таких науковців, як В. Апопій, І. Бланк, Л. Янчева, Л. Лігоненко, В. Лісіца, Н. Власова, А. Крутова, Л. Котенко, Т. Тарасова, О. Нестеренко та інші.

Метою статті є дослідження діяльності підприємств торгівлі та формування схеми торговельно-технологічних процесів сучасних видів торгівлі. Для досягнення мети було розглянуто види торгівлі за місцем обслуговування покупця, досліджено торговельно-технологічні процеси об'єктів стаціонарної та нестаціонарної торгівлі, визначено їх структуру.

Об'єктом дослідження є підприємства оптової та роздрібно торгівлі, які обслуговують покупця за місцем знаходження об'єкта стаціонарної торгівлі та за місцем знаходження покупця. Предметом дослідження є торговельно-технологічні процеси підприємств торгівлі.

Торгівля виконує функцію посередника між споживачем і товаровиробником. Завдяки виникненню нових шляхів просування товарів до споживача можна констатувати, що відбулося поєднання класичних ознак, які були притаманні оптовій або роздрібній торгівлі. Так, традиційна класифікаційна ознака – місце обслуговування покупця – сьогодні притаманна обома видам торгівлі.

Торгівля за місцем знаходження торгового об'єкта є найбільш поширеною. Залежно від умов реалізації товарів, торгівлю за місцем знаходження торгового об'єкта можна розподілити на магазинну і позамагазинну (вуличну та біржову) [1].

Магазинну торгівлю формують будівельні системи. Існує багато видів магазинів, серед них: традиційне обслуговування через прилавок; магазини самообслуговування (гіпер- та супермаркети, cash&carry); магазини-склади; магазини, що торгують за каталогами; продаж через торговельні автомати. Порівняно новий для України формат торгівлі – молл – велика територія, на якій розташовано безліч торгових підприємств і на яку не дозволяється в'їзд автомобілів. Також зростає популярність формату магазину при автозаправній станції.

Серед стаціонарних об'єктів торгівлі переважають магазини, їх кількість у 2012 році склала 48 383 об'єкти [2]. Необхідно зауважити, що серед магазинів постійно збільшується питома вага торговельних центрів, гіпермаркетів та супермаркетів, з якими не можуть конкурувати дрібні магазини. Гастрономи радянського зразка закрилися, а на зміну їм прийшли так звані "Магазини біля дому" – магазини самообслуговування, які пропонують відпрацьований асортимент товарів повсякденного попиту ("Фора", "Клас", "Рост", "Таргет", "Амстор", "Метро", "Велика кишеня" та ін.).

Під вуличною торгівлею мається на увазі продаж товарів у наметах, контейнерах, з лотків та автомобілів на спеціально відведених територіях та у виділених місцях (на ринках) [3]. В Україні на 1 січня 2012 року зареєстровано 21 944 об'єкти торгівлі поза магазинами. Серед об'єктів вуличної торгівлі найменшу питому вагу мають лотки та прилавки, розташовані поза ринками. Найбільшу питому вагу серед об'єктів вуличної торгівлі мають склади та майданчики [2].

Торгівля за місцем знаходження покупця (нестаціонарна торгівля) функціонує на принципах розв'язної та розносної торгівлі. Розв'язна торгівля використовує спеціально обладнаний транспорт для обслуговування жителів сільських населених пунктів, у яких відсутні магазини, а також для торгівлі в містах у місцях великого скупчення людей. Розносна торгівля здійснюється в позаста-

ціонарних роздрібних торговельних підприємствах шляхом безпосереднього контакту продавця з покупцем вдома, в установах, на підприємстві, в транспорті або на вулиці [3].

Торгівля за місцем знаходження покупця реалізується в наступних формах: безпосередній продаж товарів вдома у покупця, телевізійна торгівля, електронна торгівля, торгівля за каталогами, проспектами, буклетами (посилкова торгівля) і т. д.

Безпосередній продаж товарів вдома у покупця передбачає, що фізична особа (торговий агент, менеджер), звертається в квартиру (будинок, офісне приміщення) з пропозицією придбати наявний у нього товар. Пропозиція придбати товар і безпосередня передача товару відбуваються в місці знаходження покупця [4].

Телевізійна торгівля в Україні як вид обслуговування за місцем знаходження покупця набирає обертів. На відміну від зарубіжної телевізійної торгівлі, яка існує у вигляді спеціальних торговельних каналів, вітчизняна займає "ефірні ніші" на телевізійних каналах – наприклад, телевізійні магазини "Дякуємо за покупку", "Магазин на дивані" і т. д.

Електронна торгівля здійснюється за допомогою ресурсів Інтернету. В Україні електронна торгівля тільки починає розвиватися. Електронна торгівля поєднує роздрібний та оптовий характер, зумовлює появу віртуальних Інтернет-магазинів та електронних товарних бірж. Вигідність організації такої торгівлі полягає в тому, що покупцеві надається можливість придбати товар, не виходячи з будинку або офісу.

Інструментами продажів торгівлі за каталогами (проспектами, буклетами) є друковані видання, в яких представлені найчастіше фотознімки, рідше креслення та схематичні зображення запропонованих товарів. До каталогів додаються купонні книжки або вкладиші, які заповнюються покупцем і направляються продавцю, також може бути передбачена можливість замовлення товару по телефону. Товар буде доставлений покупцеві кур'єрською службою чи поштою [5].

У ході товарних відносин між продавцем та покупцем завжди виникають два господарські процеси – реалізації та придбання. Таким чином, постійно забезпечується кругообіг запасів та грошових коштів.

Господарські процеси торговельного підприємства за функціональною ознакою поділяються на: процес постачання (надходження), процес зберігання, процес внутрішнього переміщення, процес виробництва (як допоміжний процес роздрібних торговельних підприємств), процес реалізації. Це дає можливість стверджувати, що торгівля охоплює загальний ланцюг, який поєднує процеси торгівлі та виробництва. Тобто взаємопов'язані торговельні технологічні операції складають торговельно-технологічний процес.

Структура торговельно-технологічного процесу, послідовність операцій залежать від виду торговельного підприємства, застосовуваного методу продажу товарів, типу, розміру магазину. З цією метою пропонуються окремі схеми торговельно-технологічного процесу для об'єктів стаціонарної торгівлі та об'єктів торгівлі за місцем знаходження покупця (рис. 1 і 2).

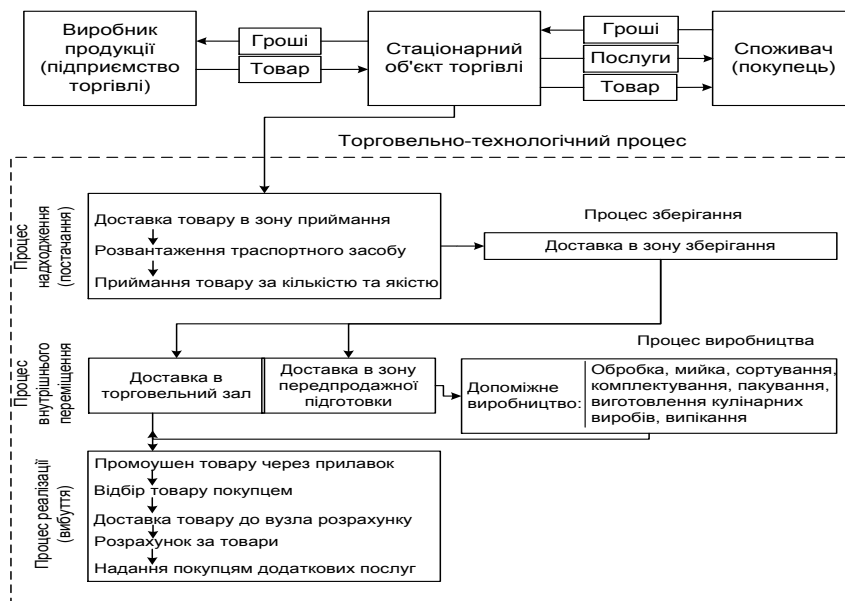


Рис. 1. Схема торговельно-технологічного процесу об'єктів стаціонарної торгівлі

Доцільно торговельно-технологічний процес торговельно-го підприємства будувати за етапами товароруку: операції з товарами до пропозиції їх покупцям; операції безпосереднього обслуговування покупців; додаткові операції з обслуговування покупців.

На якість торговельного обслуговування істотний вплив мають операції з підготовки товарів до реалізації їх покупцям. До них відносять: доставку товарів у зону приймання; розвантаження транспортних засобів; приймання товарів за кількістю та якістю; доставку в зону зберігання, підготовки до продажу або безпосередньо в торговельний зал (залежно від ступеня їх готовності); зберігання товарів; підготовку товарів до продажу; переміщення товарів у торговий зал; викладку товарів на торговому устаткуванні (друк буклетів, каталогів, створення Інтернет-сайтів).

Для того щоб забезпечити високий рівень обслуговування покупців, необхідно: постійно вивчати попит, який є підставою для складання заявок на заведення товарів; проводити приймання

товарів тільки відповідної якості; створити умови для зберігання товарів і підготовки їх до продажу; правильно розміщувати товари в торговельному залі [6; 7].

Найбільш відповідальну частину торговельно-технологічного процесу становлять операції з обслуговування покупців, до яких належать: зустріч покупця; пропозиція товарів; відбір товарів покупцями; розрахунок за відібрані товари; надання покупцям додаткових послуг. На цій стадії торговельно-технологічного процесу виникають міжособистісні психологічні контакти, які відображають складні економічні відносини, пов'язані з купівлею-продажем товарів.

Третя частина торговельно-технологічного процесу включає виконання операцій, пов'язаних з додатковим обслуговуванням покупців. Вони спрямовані на надання їм різноманітних послуг, пов'язаних з придбанням товарів (прийом попередніх замовлень, комплектування подарункових наборів, сервісні послуги і т. д.).

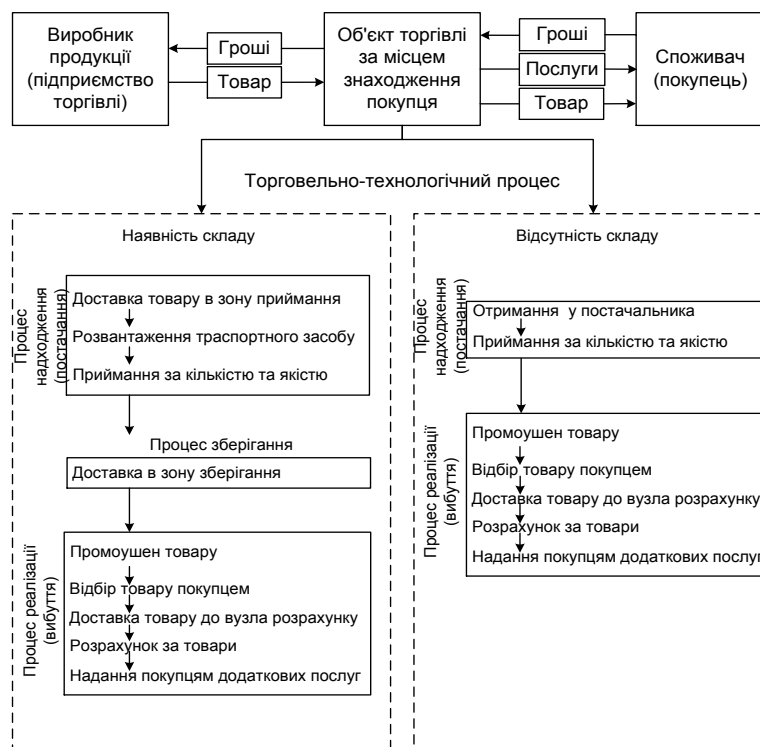


Рис. 2. Схема торговельно-технологічного процесу об'єктів торгівлі за місцем знаходження покупця

Таким чином, дослідження довело, що налагодити ефективну господарську діяльність підприємства торгівлі в ринковій економіці можна лише за наявності чіткої, досконалої форми організації господарської діяльності. З цією метою на кожному торговельному підприємстві необхідно чітко визначити схему торговельно-технологічних процесів товароруку. Структура торговельно-технологічних процесів залежить від виду торгівлі, типу підприємства, його організаційної структури.

Господарська діяльність торговельного підприємства передбачає наявність своєчасного інформаційного забезпечення про товарорух для ухвалення оперативних та стратегічних управлінських рішень, тому визначення схеми товароруку є важливою складовою вдосконалення організації діяльності й управління торговельним підприємством.

Перспективами подальших досліджень є вдосконалення первинного обліку як головного чинника обліково-інформаційного забезпечення управління товарними операціями підприємств торгівлі, а процесу документування – як головного процесу облікової системи взагалі.

Україні № 833 від 15.06.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 2. Офіційний сайт Державного комітету статистики. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). 3. Правила торгівлі на замовлення та поза торговельними або офісними приміщеннями : Наказ Міністерства фінансів України № 103 від 19.04.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 4. Тимофєєва О. В. Розвиток українських торговельних мереж на сучасному етапі / О. В. Тимофєєва // Економіка і регіон. – 2007. – № 2 (13). – С. 68–72. 5. Правила продажу товарів поштою : Наказ Міністерства економіки України та Міністерства транспорту та зв'язку України № 206/699 від 11.06.2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 6. Булах Т. М. Сфера торгівлі в ресторанного господарства у сільській місцевості України: стан, проблеми та перспективи розвитку / Т. М. Булах // Економіка розвитку. – 2013. – № 1 (65). – С. 38–42. 7. Ряченко В. П. Направлення оптимізації бизнес-процесів підприємств / В. П. Ряченко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10(136). – С. 143–150. 8. Солошенко Л. Роздрібна торгівля : організація та облік [Текст] / Л. Солошенко, О. Піроженко, Я. Кавторєва. – Х. : Фактор, 2003. – 168 с. 9. Фуртало Т. В. Роздрібна торгівля в Україні: основні напрями розвитку / Т. В. Фуртало // Торговля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : ЛКА, 2007. – С. 10–16.

Література: 1. Порядок провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення : Постанова Кабінету Міністрів

References: 1. Poriadok provadzhennia torhovelnoi diialnosti ta pravyl torhovelnoho obsluhovuvannia naselennia : Postanova Kabinetu Ministriv

Ukrainy No. 833 vid 15.06.2006 r. [Electronic resource]. – Access mode : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 2. Ofitsiyni sait Derzhavnoho komitetu statystyky. – Access mode : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). 3. Pravyly torhivli na zamovlennia ta poza torhovelnymy abo ofisnymy prymishchenniamy : Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy No. 103 vid 19.04.2007 r. [Electronic resource]. – Access mode : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 4. Soloshenko L. Rozdribna torhivlia : orhanizatsiia ta oblik [Tekst] / L. Soloshenko, O. Pirozhenko, Ya. Kavtoryeva. – Kh. : Faktor, 2003. – 168 p. 5. Tymofieieva O. V. Rozvytok Ukrainykykh torhovelnnykh merezh na suchasnomu etapi / O. V. Tymofieieva // Ekonomika rehionu. – 2007. – No. 2(13). – Pp. 68–72. 6. Pravyly prodazhu tovariv poshtoiu : Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy ta Ministerstva transportu ta zviazku Ukrainy No. 206/699 vid 11.06.2008 r. [Electronic resource]. – Access mode : [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua). 7. Futalo T. V. Rozdribna torhivlia v Ukraini: osnovni napriamky rozvytku / T. V. Futalo // Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zb. nauk. prats. – Lviv : LKA, 2007. – Pp. 10–16. 8. Bulakh T. M. Sfera torhivli i restorannoho hospodarstva u silskii mistsevosti Ukrainy: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku / T. M. Bulakh // Ekonomika rozvytku. – 2013. – No. 1(65). – Pp. 38–42. 9. Ryashchenko V. P. Napravleniia optimizatsii biznes-protsessov predpriatiya / V. P. Ryashchenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – No. 10 (136). – Pp. 143–150.

#### **Інформація про автора**

**Волошан Ірина Геннадіївна** – старший викладач кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: [irchik\\_w\\_@mail.ru](mailto:irchik_w_@mail.ru)).

#### **И н ф о р м а ц и я о б а в т о р е**

**Волошан Ирина Геннадьевна** – старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета Харьковского национального экономического университета (61166, Украина, г. Харьков, пр. Ленина, 9а, e-mail: [irchik\\_w\\_@mail.ru](mailto:irchik_w_@mail.ru)).

#### **Information about the author**

**I. V. Voloshan** – senior lecturer of Accounting Department of Kharkiv National University of Economics (9a Lenin Ave., 61166, Kharkiv, Ukraine, e-mail: [irchik\\_w\\_@mail.ru](mailto:irchik_w_@mail.ru)).

#### **Рецензент**

*докт. екон. наук,  
професор Орлов П. А.*

*Стаття надійшла до ред.  
28.05.2013 р*

