

# ГОСПОДАРСЬКІ ПРОЦЕСИ В ТОРГІВЛІ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

УДК 658.86/.87

Волошан І.Г., старший викладач  
кафедри бухгалтерського обліку ХНЕУ

*Досліджено сучасні види підприємств роздрібної торгівлі та запропоновано їх сучасну класифікацію залежно від місця обслуговування покупця, досліджено адміністративно-територіальний розподіл підприємств торгівлі за регіонами. Визначено основні процеси товароруку в торгівлі.*

*Исследованы современные виды предприятий розничной торговли и предложено их современную классификацию в зависимости от места обслуживания покупателя, исследовано административно-территориальное деление предприятий торговли по регионам. Определены основные процессы товародвижения в торговле.*

*Actual types of retailers and offered their modern classification depending on where customer service, analysis of the administrative-territorial division of trade by region. The basic processes of goods movement in the trade.*

**Ключові слова:** *торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, електронна торгівля, телевізійна торгівля, торгівля за каталогами.*

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. З точки зору підприємництва, торгівля являє собою вид діяльності, спрямований на отримання доходу, де об'єктом дій є товарообмін, купівля-продаж товарів, а також супутні додаткові послуги з обслуговування покупців у процесі реалізації товарів і забезпечення доставки товарів, їх зберігання та підготовки до продажу.

Підприємства галузі торгівлі є найбільш масовими. За видами торгівлі підприємства поділяються на оптові та роздрібні.

Типи магазинів постійно змінюються під впливом процесів, що відбуваються в економіці країни, науково-технічного прогресу, соціальних та інших факторів.

Підприємства оптової торгівлі реалізують товар господарюючим суб'єктам, які купують товар для подальшого перепродажу або для виробництва будь-якого виду продукції (виконання робіт, надання послуг). Відмінними рисами оптової торгівлі є можливість пропонувати різні за обсягом партії товарів стабільної якості за порівняно невисокими цінами протягом тривалого періоду часу, що дозволяє їм мати успіх конкурентної боротьби.

Роздрібна торгівля – це продаж товарів кінцевим споживачам, а не комерційному підприємству. На відміну від оптового продажу приводом для закупівлі в роздрібній торгівлі є задоволення особистих потреб покупця або членів його сім'ї за рахунок споживання купленого товару.

На рис. 1 наведено графічне відображення розподілу кількісного складу підприємств торгівлі за регіонами та видами торгівлі.

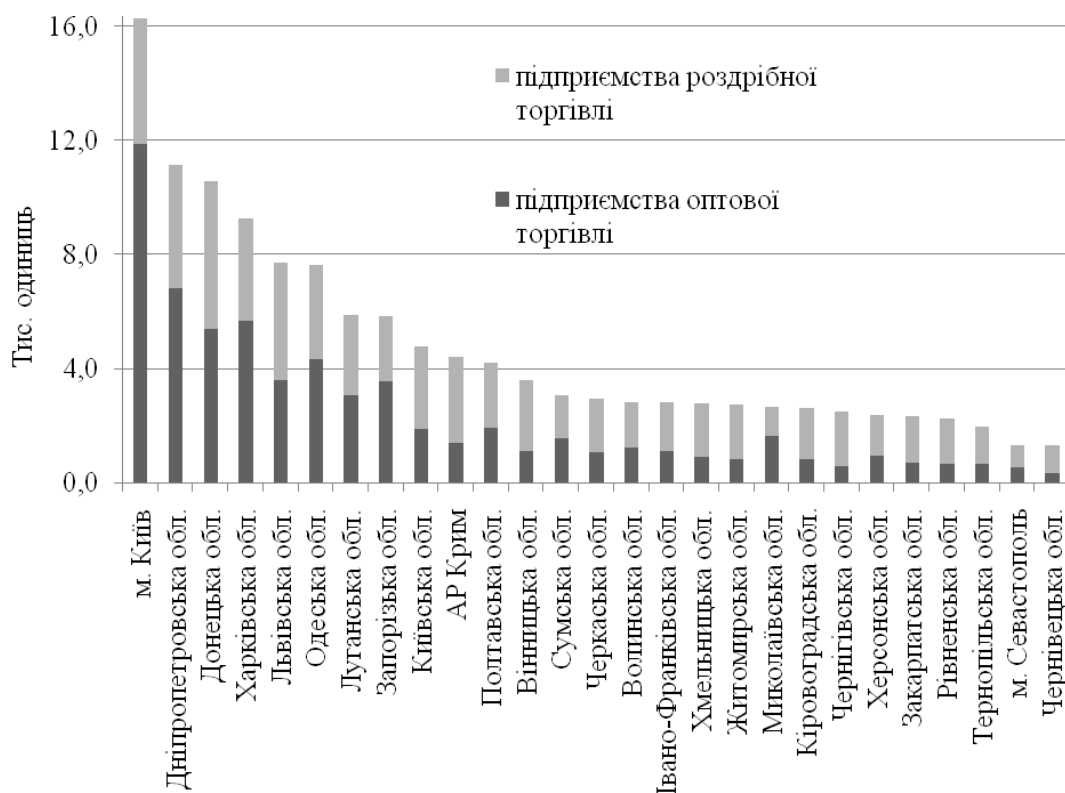


Рис. 1. Адміністративно-територіальний розподіл кількості підприємств торгівлі за регіонами [1]

Загальна кількість підприємств оптової торгівлі у 2012 році складала 128,5 тис. одиниць, що на 17,9% менше ніж у 2011 році. Дослідження адміністративно-територіального розподілу довело, що найбільша концентрація підприємств торгівлі спостерігається у м. Києві, східних та прикордонних регіонах України. Причинами нерівномірного розташування суб'єктів господарювання за регіонами України є розташування ресурсної бази, споживачів продукції (робіт, послуг) та транспортні зв'язки.

Традиційною ознакою класифікації роздрібної торгівлі є місце обслуговування покупця. За наведеною ознакою виділяють торгівлю за місцем знаходження торгового об'єкту (стаціонарна торгівля) та торгівлю за місцем знаходження покупця (нестационарна торгівля).

Торгівля за місцем знаходження торгового об'єкту є найбільш поширеною. Але залежно від умов реалізації товарів, торгівлю за місцем знаходження торгового об'єкта можна підрозділити на магазинну торгівлю і вуличну.

Магазинну торгівлю утворюють будівельні системи, що мають замкнутий об'єм, міцно пов'язані фундаментом із земельною ділянкою і приєднані до інженерних комунікацій. Вона включає в себе як великі сучасні, технічно обладнані магазини. Існує багато видів магазинів, серед них: традиційне обслуговування через прилавки, магазини самообслуговування (гіпермаркети, супермаркети, мінімаркети, cash & carry), магазини типу «магазин-склад», магазини, що торгують по каталогах, продаж через торгові автомати.

Порівняно новий для України формат торгівлі – мол. Мол (від англійського «mall» – алея) – велика, звичайно, крита територія, на якій розташовано безліч торгових підприємств і не дозволяється в'їзд автомобілів. Основу молу, як правило, становить ряд великих магазинів, званих якорями. Вони з'єднані між собою критими галереями, в яких розташовується безліч невеликих магазинів, ресторанів, кафе, перукарень, хімчисток.

Також, зростає популярність формату магазину при АЗС – це магазин при автозаправній станції, що суміщає в собі продуктивний магазин формату «зручний» і магазин з продажу автомобільних запчастин і моторних масел.

На рис. 2 наведено аналіз стаціонарних об'єктів торгівлі.

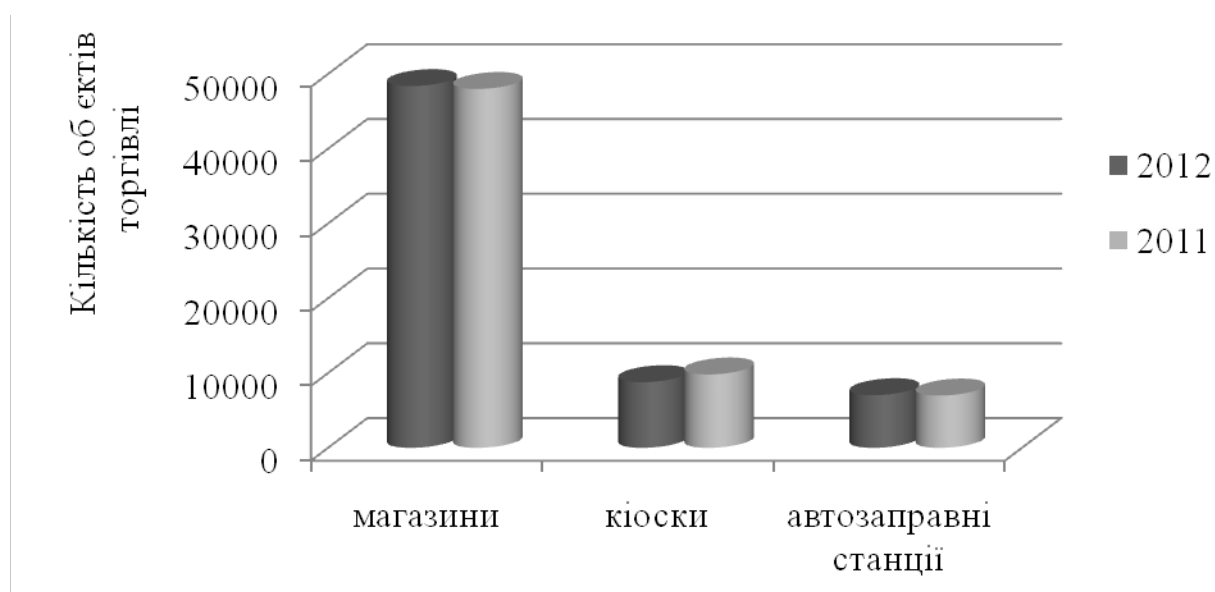


Рис. 2. Стаціонарні об'єкти роздрібної торгівлі в Україні [2]

Серед стаціонарних об'єктів торгівлі переважають магазини, їх кількість у 2012 році склала 48383 об'єкти, що на 0,01% більше ніж у 2011 році. Кількість магазинів при АЗС також збільшилася на 0,01 і склала у 2012 році 7045 об'єктів. Кількість стаціонарних кіосків за рік навпаки зменшилася на 11,8% і у 2012 році склала 8783 об'єкти. Необхідно зауважити, що серед магазинів постійно збільшується питома вага торгівельних центрів, гіпермаркетів та супермаркетів з якими не можуть конкурувати дрібні магазини. Тому, останнім часом жителі міст стикаються з нестачею невеликих продовольчих магазинів. Це створює дискомфорт, оскільки більшість людей не мають можливості відвідувати великі торгові центри щодня. Гастрономи радянського зразка в більшості своїй закрилися, а на зміну їм прийшли так звані «Магазини біля дому» – магазин самообслуговування, який пропонує відпрацьований асортимент товарів повсякденного попиту (Фора, Клас, Рост, Таргет, Амстор, Метро, Велика кишеня та ін).

Торгівля за місцем знаходження покупця (нестационарна торгівля) функціонує на принципах розв'язної і розносної торгівлі. Розв'язна торгівля використовує спеціалізований або спеціально обладнаний транспорт для обслуговування жителів сільських населених пунктів, в яких відсутні магазини, а також для торгівлі в містах в місцях великого скупчення

людей. Розносна торгівля здійснюється поза стаціонарних роздрібних торговельних підприємств шляхом безпосереднього контакту продавця з покупцем на дому, в установі, організації, на підприємстві, транспорті або на вулиці. Пересувна торгова мережа сприяє наближенню до покупців і оперативному його обслуговуванню.

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 з продажу), 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.

Телевізійна торгівля в Україні, як вид обслуговування за місцем знаходження покупця, набирає оберти. На відміну від зарубіжної телевізійної торгівлі, яка існує у вигляді спеціальних торгових каналів, вітчизняна займає «ефірні ніші» на телевізійних каналах – наприклад, телевізійні магазини «Дякуємо за покупку», «Магазин на дивані» і т.д. В даний час у нас переважає телевізійна торгівля ювелірними прикрасами, косметичними засобами, спортивними тренажерами, кухонним обладнанням і, певною мірою, одягом.

Електронна торгівля здійснюється за допомогою ресурсів Інтернету. В Україні електронна торгівля тільки починає розвиватися. Для того щоб придбати товар, покупцеві необхідно мати персональний комп'ютер, далі вибрати по каталогах необхідний товар й одночасно здійснити оплату з використанням спеціальних кредитних карток.

Інструментами продажів торгівлі за каталогами (проспектами, буклетами) є друковані видання, в яких представлені найчастіше фотознімки, рідше креслення та схематичні зображення, пропонувані товарів. Каталоги (проспекти, буклети) представляють собою довідники, в яких наводяться перелік товарів, фотографії зразків (найчастіше декількох кольорів або моделей), їх опис (технічні характеристики, медичні показання, дані випробувань і досліджень, і т.д.), ціна за

одиницю, можливі схеми знижок і т.д. До каталогів додаються купонні книжки або вкладиші, які заповнюються покупцем і направляються: продавцю, також може бути передбачена можливість замовлення товару по телефону.

Товарні відносини між продавцем та покупцем характеризуються двома господарськими процесами: у продавця – процес реалізації, у покупця – процес придбання. Таким чином, постійно забезпечується кругообіг запасів та грошових коштів між учасниками торговельного процесу. Господарські процеси торговельного підприємства за функціональною ознакою поділяються на: процес постачання (надходження), процес зберігання, процес внутрішнього переміщення, процес виробництва (як допоміжний процес роздрібних підприємств), процес реалізації.

Посилення конкуренції на збутовому ринку, вимушує сучасні підприємства торгівлі розширювати функції та пропонувати нові послуги з обслуговування споживачів. Тому до суто торгового процесу приєднується процес виробництва.

Торгово-технологічний процес на підприємстві торгівлі являє собою комплекс взаємопов'язаних торгових (комерційних) і технологічних операцій і є завершальною стадією всього торгово-технологічного процесу товароруку. Структура торгово-технологічного процесу, послідовність виконання різних операцій залежать від виду торгового підприємства, застосовуваного методу продажу товарів, типу, розміру магазину та інших факторів.

Торгово-технологічний процес торговельного підприємства можна розділити на три основні частини: операції з товарами до пропозиції їх покупцям; операції безпосереднього обслуговування покупців; додаткові операції з обслуговування покупців.

На якість торговельного обслуговування істотний вплив роблять операції з товарами до пропозиції їх покупцям. До них відносять: розвантаження транспортних засобів; доставку товарів у зону приймання; приймання товарів за кількістю та якістю; доставку товарів у зону зберігання, підготовки до продажу або безпосередньо в торговельний зал (залежно від ступеня готовності їх до продажу); 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 служить підставою для складання заявок на завезення товарів; проводити прийом товарів тільки відповідної якості; створити умови зберігання товарів і підготовки їх до продажу; правильне розміщення товарів в торговельному залі.

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

Третя частина торгово-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.).

Таким чином, налагодити ефективну господарську діяльність підприємства торгівлі у ринковій економіці можна лише при наявності чіткої, досконалої організації господарської діяльності, яка передбачає наявність своєчасного інформаційного забезпечення про господарські процеси для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень.

### **Література:**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/>

**Керівник:** к.е.н., доцент Тарасова Т. О.