

30.03.2022

Група ТУ-1

Урок 3-4

Тема: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОРГІВЛІ ЯК СИСТЕМИ

Мета: визначити завдання і функції торгівлі як сфери національної економіки

Торгівля як сфера національної економіки за своєю формою і змістом належить до складних соціально-економічних систем і виконує життєво важливі завдання і функції.

Торгівля посідає особливе місце в структурі національної економіки та в системі економічних відносин. Вона опосередковує товарно-грошовий обмін у величезних розмірах

Функції торгівлі

Для торгівлі як соціально-економічної системи характерна низка функцій. *Провідною функцією торгівлі є обмін результатів праці (продукції, послуг) на гроші, тобто реалізація виробленої споживчої вартості.* При цьому масштаби, структура обміну стають дедалі складнішими за рахунок складності величезних мас товарів, продукції, послуг, у тому числі іноземного походження.

Важливо підкреслити ще один момент. Оскільки в умовах соціалістичної економіки лише обмін товарів народного споживання вважався моментом відтворення, то штучно звужувалися відносини обміну передусім у сфері обігу засобів виробництва. У нових умовах відносини обміну реалізуються в повнішому обсязі. Поряд зі споживчими товарами об'єктом обміну стає продукція, засоби виробництва, нерухомість, об'єкти інтелектуальної власності, цінні папери і т. ін.

Як відомо, обмін пов'язує виробництво та споживання і тим самим замикає відтворювальний процес. Тому важливо, щоб товарно-грошовий обмін, тобто період процесу обміну, був мінімальним. А це залежить від умов реалізації іншої функції торгівлі — товаропросування.

Друга важлива функція торгівлі — доведення товарів зі сфери виробництва у сферу споживання. Сутність аналізованої функції необхідно

розглядати з позиції прискореного доведення товарів до сфери споживання з максимальним збереженням їх споживчих властивостей. У такому ракурсі дана функція набуває особливої актуальності в умовах роздробленості і географічної розосередженості товаровиробників і споживачів.

У нових умовах у міру інтеграції торгівлі України в міжнародні зв'язки тривалість товаропросування зростатиме, причому суттєво. Відповідно, підвищиться рівень витрат обігу, сповільниться оборотність.

Надзвичайно важливою в нових умовах функцією торгівлі є функція активного впливу на виробництво і споживання. Ідеється про підпорядкування виробничих програм підприємств потребам і вимогам ринку, реалізації маркетингових стратегій товаровиробників, а також про активний вплив торгівлі на структуру споживання, організацію післяпродажного обслуговування.

У зв'язку з цим можна очікувати прагнення товаровиробників заручитися гарантією з боку торгівлі відносно збути продукції з тим, щоб знизити ризик і небезпеку банкрутства. Відповідно подорожчають послуги торгівлі, розшириться апарат товарного обігу, з'являться принципово нові функціональні організації в торговельній сфері.

Таким чином, функції торгівлі не тільки суттєво ускладняються, вони набуватимуть якісно нового змісту. їх реалізація стане неможливою в рамках існуючих організаційних форм, оскільки вони не вписуються в систему обігу товарів та послуг, характерну для ринкової економіки.

Складні завдання і функції торгівлі потребують зосередження в цій сфері величезних ресурсів для забезпечення її нормального функціонування.

Ядро системи торгівлі становлять організаційні елементи у вигляді підприємств торгівлі, організацій та їх об'єднань, товарно-матеріальні, трудові ресурси і грошові засоби.

Усі ці складові торгівлі тісно взаємозв'язані, а їхні дії підпорядковані виконанню соціально-економічних функцій торгівлі. Це і є *перша ознака торгівлі як системи*.

Друга ознака характеризує систему як сукупність елементів, що взаємозв'язані і перебувають у різносторонніх відносинах.

У торгівлі всі складові взаємодіють на базі розгалуженої системи зв'язків. Між суб'єктами торгівлі найбільш розповсюджені господарські зв'язки. Вони опосередковують рух і обмін величезної маси товарів. Другий вид зв'язків на низовому рівні — це технологічні зв'язки, які вважаються ще більш системоутворювальними, ніж господарські. Технологічні зв'язки повинні забезпечити єдність і безперервність торгово-технологічних процесів.

Співробітництво і взаємодія між підсистемами підтримується економічними зв'язками, інтеграційними та коопераційними зв'язками.

Уся сукупність зв'язків виражає комплекс складних відносин, які виникають у торгівлі: економічні, соціальні, технологічні, організаційні, правові та ін. Відносини виникають з приводу виробництва, розподілу, споживання, обміну. Безперечно, у торгівлі переважають відносини з приводу обміну в товарно-грошовій формі. Саме ці відносини визначають характер і інтегративні властивості торговельної системи.

Інтегративність є третьою ознакою системи. У торгівлі як соціально-економічній системі об'єднані різноякісні, але в цілому об'єкти однорідної діяльності. При всьому цьому кожному окремому елементу не властиві якості, характерні для системи. Отож, торговельна система не зводиться до простої сукупності елементів. Сума властивостей окремих елементів не виражає суму властивостей системи.

Наступна ознака — еволюційних характер розвитку. Торгівля як система розвивається за законами еволюції, де поєднуються детермінізм і стахостичність, нестабільність і рівновага, циклічність і хаос. Така еволюція зумовлює властивості синергічності, а значить, сприяє самоорганізації системи.

І остання ознака, притаманна торговельній системі, — цілісність. У сфері торгівлі впорядковані об'єкти, підсистеми, що взаємодіють як одне ціле, оскільки вони взаємозалежні, взаємозв'язані і функціонують заради єдиної

кінцевої мети — забезпечення процесу товарно-грошового обміну й отримання прибутку.

Суб'єктний склад сфери торгівлі різноманітний і складний. Будучи відкритою системою, ця сфера легкодоступна для багатьох видів суб'єктів господарювання незалежно від організаційно-правового статусу, форми власності або відомчої належності. На відміну від інших систем, тут можуть функціонувати як юридичні, так і фізичні особи.

Фізичні особи — це індивідуальні підприємці, громадяни України або інших держав, які стають суб'єктами ринку після проходження державної реєстрації. Фізичні особи можуть бути зареєстровані підприємцями зі створенням юридичних осіб і без створення юридичних осіб. Як правило, підприємці не створюють юридичну особу, а виступають як приватні підприємці. У такому разі для державної реєстрації фізичні особи подають паспорт, реєстраційну картку, документ, що засвідчує оплату за державну реєстрацію. Орган державної реєстрації вносить відповідні дані в Реєстр суб'єктів підприємницької діяльності і видає свідоцтво про державну реєстрацію, а також ідентифікаційний номер фізичної особи.

Підприємець, який створює юридичну особу, подає установчі документи — статут, реєстраційну картку встановленого зразка, квитанцію про оплату реєстрації.

Юридичною особою визнається організація, підприємство, які наділені відокремленою власністю і можуть відповідати майном за свої зобов'язання.

Юридична особа повинна мати самостійний баланс, поточні рахунки, від свого імені виступати в суді, набувати майнові і немайнові права. Суб'єкт господарювання набуває права юридичної особи лише після його державної реєстрації.

Багатоукладна економіка створює умови для організації юридичних осіб різноманітних організаційно-правових форм, які можна поділити на прості і складні (рис. 1).

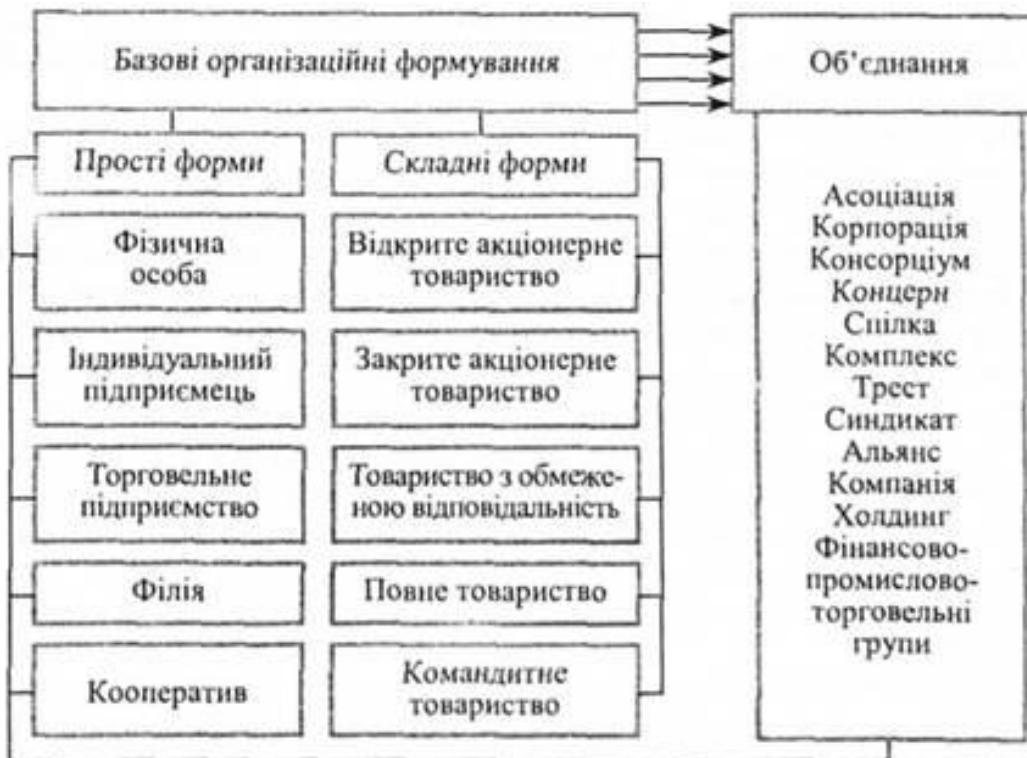


Рис. 1. Види суб'єктів торгової діяльності

Юридичні особи, виступають як самостійні суб'єкти права. Що стосується філій, представництв, різних видів господарських асоціацій, то вони цим статусом не володіють, оскільки не є юридичними особами. Такі юридичні особи, як товариства з додатковою відповідальністю та командний товариства, несуть майнову відповідальність у повному обсязі. Інші види — тільки в межах внесених їхніми учасниками вкладів.

Корпоративні формування мають можливість формувати фінансові ресурси за рахунок емісії акцій, облігацій. Відповідно, більш стабільною в них є стратегія розвитку, конкурентоспроможність. Водночас такі організаційно-правові форми менш оперативні в динамічних ринкових ситуаціях.

Кооперативні форми соціально орієнтовані, вони не ставлять за мету отримання прибутку, тому в системах їхня діяльність не буде збігатися з загальним вектором організації.

Отже, кожна організаційно-правова форма має свої плюси і мінуси, тому в практичній діяльності їх слід кваліфіковано використовувати для досягнення успіху і посилення конкурентних позицій системи торгівлі.

Більш глибокий аналіз суб'єктів торговельної діяльності потребує їх розгляду крізь призму їхніх основних функцій. Доцільно зробити це по підсистемах торговельної системи.

Для сфери роздрібної торгівлі найбільш характерними є такі суб'єкти:

Магазин — це підприємство роздрібної торгівлі, яке реалізує товари і надає послуги, що призначаються для остаточного споживання. Магазин займає окрему споруду або приміщення. Для нього характерна наявність торговельного залу, підсобних і допоміжних приміщень.

Магазин — це узагальнене поняття. Воно поширюється на більшість типів роздрібних підприємств — торговельні центри, універмаги, спеціалізовані підприємства, дрібнооптові підприємства.

За своїм правовим статусом магазин може бути юридичною або неюридичною особою. Організаційно-правова форма магазину не обмежується, але найбільш розповсюдженими є підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, філія і дочірнє підприємство.

Об'єкти дрібно-роздрібної торгівлі — павільйони, кіоски, ларьки, ятки — також мають помітне місце у функціональній структурі торгівлі.

Підприємства громадського харчування — їдальні, кафе, закусочні, бари, буфети, ресторани, фабрики-кухні. Усі вони займають окремі приміщення або споруди, які мають, як правило, зал, обладнаний столиками та стільцями, а також виробничі та підсобні приміщення.

Аптека — це стаціонарний пункт роздрібного продажу лікувальних засобів і товарів санітарії та гігієни, який займає окреме приміщення і має торговельний зал для покупців, а також інші приміщення функціонального призначення. Як і магазини, аптеки можуть мати різний правовий статус і правове становище.

Підприємства побутового обслуговування — стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно обладнані. Вони виконують роботи і надають послуги населенню, пов'язані з ремонтом предметів особистого споживання та домашнього вжитку. Інші види

послуг відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності в Україні не належать до сфери комерційного бізнесу.

Особливий інтерес у сфері роздрібної торгівлі являє такий суб'єкт, як ринок.

Ринок — це підприємство сфери торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпеченням умов для здійснення купівлі-продажу продовольчих і непродовольчих товарів за вільними цінами. Основними продавцями на ринку є фізичні особи — підприємці і не підприємці, а покупцями — населення.

Залежно від асортименту товарів ринки поділяються на продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані.

За статусом ринки в Україні бувають формальні і неформальні (незареєстровані). Формальні ринки є юридичними особами.

У сфері оптової торгівлі типовими є такі суб'єкти:

Оптова база — майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів. За призначенням бази поділяються на оптово-збутові, оптово-закупівельні, оптово-торговельні, вихідні, перевалочні тощо.

Найбільш характерна організаційно-правова форма оптової бази — акціонерне товариство або спільне підприємство (в системі споживчої кооперації).

Оптові бази не відіграють нині провідної ролі на оптовому ринку товарів та послуг, їх частка в забезпеченні роздрібного товарообігу залишається надзвичайно низькою — 9—10 %. При цьому слід підкреслити, що їх кількість за останні роки не зменшилась. Нині функціонує не менше 1450 оптових баз.

Товарні склади, склади-холодильники дрібнооптових фірм — це спеціально пристосовані приміщення для зберігання товарних запасів і формування асортименту товарів. Ця мережа значною мірою не легалізована. По суті, вона відіграє провідну роль в оптово-складському і транзитному обігу. Організаційно-правовий статус дрібнооптових фірм різноманітний, але переважають товариства з обмеженою відповідальністю.

Оптові продовольчі ринки являють собою структуризовані організаційно-правові форми, основною метою яких є реалізація оптових партій сільськогосподарської продукції і продуктів їх переробки. За товарним профілем оптові продовольчі ринки можуть бути поділені на ринки худоби і м'яса та м'ясопродуктів; масла, жирів та молокопродуктів; овочів, плодів та продуктів їх переробки; зерна і хлібопродуктів; цукру і кондитерських виробів, технічних культур.

У територіальному плані ринки діляться на: сільські, міські, районні і міжрегіональні.

Організаційно-правовою формою ринку, як правило, є акціонерне товариство або господарське товариство.

В Україні процес створення оптових продовольчих ринків тільки розпочався.

Оптово-роздрібні підприємства займають окрім споруду, до якої входять торговельні, складські та допоміжні приміщення. Таке підприємство багатофункціональне. Воно здійснює оптову і роздрібну торгівлю товарами легкої промисловості, культтоварами, меблями, будматеріалами. Характерним представником такого підприємства є магазин-склад з купівлі-продажу палива, будматеріалів, лісоматеріалів, габаритних товарів. В організаційно-правовому плані такі підприємства набувають форми господарського товариства або кооперативного підприємства.

У сфері комерційного посередництва суб'єкти господарювання проходять стадію становлення. При цьому їх коло прискорено розширюється, охоплюючи біржі, аукціони, дистрибуторів, брокерські фірми, консигнаторів, лізингові компанії тощо.

Біржа — особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40—45 видами біржових товарів або цінними паперами. Головне завдання біржі — створення умов для торговельно-посередницької діяльності. Біржі поділяються на фондові, товарні і товарно-сировинні. Товарна спеціалізація бірж досить глибока. У цьому плані

розрізняють біржі зернові, худоби, металу, дорогоцінного металу, какао-кофе, нафти й т. п.

Брокерські фірми — це суб'єкти ринку, провідною функцією яких є зведення контрагентів. Біржові брокери виступають продавцями і покупцями. Але в обох випадках брокери виконують разове доручення і діють від імені і за рахунок замовника. Вони виконують лише фактичні, а не юридичні дії.

Аукціони — це спеціально організовані ринки, які періодично діють у загальновизнаних світових торговельних центрах. На аукціонах здійснюється привсюдний продаж аукціонних товарів за принципом: власником товару стає той, хто пропонує найвищу ціну.

В Україні аукціонний продаж практикується надзвичайно обмежено: нерухомість, худоба.

Дистриб'ютори — це суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми. Дистриб'ютори укладають угоди від своего імені і за свій рахунок. В Україні дистриб'ютори представляють товари та інтереси переважно зарубіжних фірм.

Агентські фірми виступають як незалежні суб'єкти на ринку товарів і послуг. Вони від імені і за рахунок замовника здійснюють посередництво під час укладання угод або самі укладають угоди, виконуючи при цьому як фактичні, так і юридичні дії. Комерційні (торговельні) агенти співпрацюють з принципалами на договірній основі.

Стопісти — це фірми в країні імпортера, які здійснюють експортно-імпортні операції на основі спеціального договору консигнаційного складу.

Фектори — торговельні посередники, які виконують від імені експортера операції: експортні, кредитні, страхові

Лізингові фірми — це суб'єкти ринку, основна діяльність яких полягає в здаванні в довгострокову оренду з викупом (фінансовий лізинг) машин, обладнання, транспортних засобів, комп'ютерної техніки. Лізингові фірми бувають універсальними і спеціалізованими.

Суб'єкти комерційної діяльності постійно видозмінюються, трансформуються, максимально пристосовуються до конкурентного середовища.

Водночас лібералізація торгівлі, глобалізація міжнародної торгівлі породжують принципово нові форми і види суб'єктів ринку. Серед них слід виділити віртуальні магазини і дистриб'юторів у системі електронної комерції, транснаціональні торговельні компанії та ін. В українській економіці ці формування тільки розпочинають свій розвиток.

Питання для контролю (знайти відповідність, дорівнює 1 бал):

Питання	Відповідь
1. Дистриб'ютори це	а) створення умов для торговельно-посередницької діяльності
2. Головне завдання біржі	б) підприємство роздрібної торгівлі, яке реалізує товари і надає послуги, що призначаються для остаточного споживання.
3. Магазин це	в) майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів
4. Оптова база це	г) підприємство сфери торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпеченням умов для здійснення купівлі-продажу продовольчих і непродовольчих товарів за вільними цінами
5. Ринок це	д) спеціально організовані ринки, які періодично діють у загальновизнаних світових торговельних центрах
6. Аукціони це	е) суб'єкти ринку, провідною функцією яких є зведення контрагентів.
7. Брокерські фірми це	ж) особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40—45 видами біржових товарів або цінними паперами.
8. Біржа це	з) суб'єкти ринку, основна діяльність яких полягає в здаванні в довгострокову оренду з викупом (фінансовий лізинг) машин, обладнання, транспортних засобів, комп'ютерної техніки
9. Лізингові фірми це	и) торговельні посередники, які виконують від імені експортера операції: експортні, кредитні, страхові
10.Фактори це	к) фірми в країні імпортера, які здійснюють експортно-імпортні операції на основі спеціального договору консигнаційного складу
11.Стопісти це	л) незалежні суб'єкти на ринку товарів і послуг, що від імені і за рахунок замовника здійснюють посередництво під час укладання угод або самі укладають угоди, виконуючи при цьому як фактичні, так і юридичні дії
12.Агентські фірми це	м) суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми