

18.05.2022

Група ТУ-1

Урок 66-67

## **Тема: ПОНЯТТЯ, СКЛАД І СТРУКТУРА СУБ'ЄКТІВ СИСТЕМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Мета:** розглянути поняття, склад і структуру суб'єктів системи роздрібної торгівлі

### **Поняття роздрібного торговця**

Під роздрібним торговцем розуміють юридичну або фізичну особу (організацію, фірму, компанію, підприємство, одиницю тощо), що є завершальною ланкою різноманітних каналів товаропросування від виробників до споживачів, діє на споживчому ринку і спеціалізується на продажу товарів та послуг, призначених для особистого кінцевого використання й споживання.

Роздрібні торговці концентрують свою діяльність виключно на споживчому, роздрібному ринку, у сфері ритейлінгового бізнесу. Спільною ознакою роздрібних торговців незалежно від організаційно-правової форми й обсягів діяльності є виконання єдиних функцій:

- У забезпечення конкретного асортименту товарів або послуг;
- > подрібнення закуплених партій товарів;
- > короткочасне зберігання запасів;
- > забезпечення сервісу.

Забезпечення конкретного асортименту товарів або послуг виявляється в концентрації на відносно невеликій площі магазину значної кількості видів, різновидів і найменувань товарів, придбаних від багатьох товаровиробників. Конкретність асортименту визначається ступенем спеціалізації роздрібного торговця і може коливатися від універсального до вузькоспеціалізованого.

Подрібнення закуплених партій товарів органічно випливає із суттєвої різниці в підходах до формування виробничого і торговельного асортименту.

Оскільки товаровиробник прагне збути максимальну кількість практично однотипного товару, а споживач — придбати мінімальну кількість кожного товару в асортименті, роздрібний торговець повинен розукрупнити отримані від постачальників товарні партії, звільнити товари від транспортної тари та підготувати їх до реалізації.

Короткочасне зберігання запасів є вимушеною необхідністю для роздрібних торговців, оскільки вони повинні гарантувати покупцям стабільне і безперешкодне придбання товарів традиційного для даного торговця асортименту. Здійснюючи зберігання товарів, роздрібні торговці перебирають на себе додаткові видатки, яких натомість не несуть покупці, уникаючи потреби самостійно створювати запаси товарів, знаючи, що ці товари у будь-який час можна придбати в роздрібній торговельній мережі.

Забезпечення сервісу передбачає для будь-якого роздрібного торговця організацію поряд з веденням процесу продажу товарів комплексу послуг, покликаного не тільки полегшити й збільшити реалізацію, але й витримати високий стандарт обслуговування споживачів.

За ринкової економіки всі суб'єкти роздрібної торгівлі перебувають у рівних конкурентних умовах. При цьому конкуренція на роздрібному ринку набуває форм внутрішньої і взаємної. Внутрішня конкуренція має місце між аналогічними за спеціалізацією і типорозмірами, рівноцінними за масштабами і обсягами діяльності торговельними підприємствами. Взаємна конкуренція полягає у змагальності між торговельними підприємствами з різним ступенем організації торгівлі, обсягами обігу з приводу реалізації товарів аналогічного асортименту.

У сучасних умовах конкуренція на споживчому ринку є важливим фактором активізації діяльності роздрібних торговців. Вона проводиться в напрямах:

> організації змішаної торгівлі — паралельної реалізації товарів, які не належать до основної спеціалізації торговельного підприємства, але

реалізуються в мінімальному або розширеному асортименті з метою створення додаткових зручностей для стабільного контингенту покупців;

> диверсифікації видів діяльності, коли поряд з основною спеціалізацією (роздрібною торгівлею) роздрібні торговці займаються заготівлями, організацією громадського харчування, побутовим обслуговуванням тощо;

> правильного вибору місця розташування торговельного підприємства, що дозволяє максимально ефективно використати місцеві умови і здобути початкову конкурентну перевагу від раціонального наближення пунктів реалізації до контингентів споживачів;

> побудови ефективної стратегії ведення роздрібної торгівлі — довгострокової концепції функціонування та розвитку роздрібного торговця, що ґрунтуються на рівномірному створенні, нагромадженні і розподілі ресурсів протягом усього часу його діяльності.

Роздрібні торговці різняться між собою не тільки за характером конкурентної взаємодії на споживчому ринку, але й за організаційно-правовими формами їх організації. З переходом до ринкових умов господарювання суттєво змінилися структура і співвідношення представників окремих правових форм роздрібних торговців, які тепер представлені підприємствами і організаціями колективної (кооперативної), приватної, державної (комунальної), а також змішаних (державно-колективної, державно-кооперативної, колективно-приватної тощо) форм власності.

За чисельністю та потенціалом провідне місце на споживчому ринку на сьогодні посідають роздрібні торговці колективної, у т. ч. кооперативної форм власності. Унаслідок процесів роздержавлення і приватизації на другий план виходять приватні, однак збереглися також державні і комунальні роздрібні торговельні підприємства й одиниці.

Колективна форма власності представлена в роздрібній торгівлі магазинами торговельними одиницями, що належать колективам власників, зазвичай безпосередньо колективам працівників магазину.

Різновидом колективної форми власності є кооперативна власність, що ґрунтується на пайовому володінні основними й обіговими коштами пайовиків, які об'єднують свої матеріальні і фінансові ресурси для першочергового забезпечення власних потреб у постачанні товарами. Споживча кооперація як потужна торговельна система склалась у сільській місцевості країни, де вона, незважаючи на гострі проблеми перехідної економіки, зберегла свої позиції і володіє широкою мережею роздрібних торговельних підприємств і одиниць.

Приватна роздрібна торгівля, яка базується на веденні торговельного обслуговування за власний кошт і на власний розсуд окремих індивідів (їх груп) у даний час активно розвивається. Цей розвиток спостерігається через зростання кількості приватних роздрібних торговців, які опановують найрізноманітніші сегменти споживчого ринку в міських поселеннях і на селі, збільшуючи кількість торговельних підприємств різноманітної видової і типової спеціалізації.

На споживчому ринку і далі залишається помітною питома вага вітчизняних роздрібних торговців державної форми власності, для яких характерного є повна власність на основні та обігові кошти з боку держави у формах окремих відомчих систем торгівлі, фіrmової торгівлі державних виробничих підприємств, державно-комунальних торговельних закладів.

Відомчі торговельні системи — це організації та підприємства торгівлі й громадського харчування, які збереглися при державних підприємствах і об'єднаннях гірничодобувної, сталеплавильної промисловості, транспортних галузях тощо. Вони функціонують у вигляді управлінь і відділів робітничого постачання (УРН, ВРП) шахт, гірнико-збагачувальних фабрик, сталеплавильних комбінатів і заводів або у вигляді відділів продовольчого постачання (продпостачів).

Фіrmова торгівля у вітчизняній торговельній практиці збереглась у частині власної торговельної мережі великих державних виробничих

підприємств, які частину випущеної власної продукції самостійно реалізують у ними ж створених роздрібних торговельних підприємствах як за місцезнаходженням основного виробництва, так і в інших населених пунктах.

Державно-комунальними або комунальними роздрібними торговцями є ті, що в ході приватизації в силу різних причин не були придбані колективами працівників способом прямого викупу або через приватизаційний аукціон і залишились у власності місцевих органів влади. Комунальні органи влади як власники цих торговельних закладів, з метою організації торговельної діяльності наймають в ці магазини керівників (менеджерів), працівників прилавка і допоміжний персонал. За роки реформування відносин власності в державі в структурі торговельних суб'єктів державної форми власності відбулися кардинальні зміни. Зокрема, були ліквідовані як зайві структурні надбудови часів радянської доби в галузі державної роздрібної торгівлі районні і міжрайонні продовольчі і непродовольчі (спеціалізовані) торги й управління — торговельні організації неринкового типу, які "організовували", планували і розподіляли процес торгівлі і товарного руху.

До змішаних форм власності в галузі роздрібної торгівлі належать роздрібні торговці, діяльність яких ґрунтується на об'єднанні матеріальних і фінансових ресурсів представників двох або більше основних форм власності (державної, колективної і приватної), а також підприємства, що є спільною власністю суб'єктів, права різних держав, — спільні підприємства.

### **Розроблення комерційної стратегії торговельного підприємства**

Комерційна стратегія роздрібного торговця — це загальна послідовність дій і операцій, спрямована на досягнення оптимального прибутку від торговельно-сервісної діяльності й узгоджена з наявними в даного суб'єкта матеріальними, фінансовими і людськими ресурсами.

Для забезпечення стійкого становища на споживчому ринку дана стратегія має передбачати такі елементи (рис. 1).



Рис. 1. Комерційна стратегія роздрібного торговця

Вибір сегмента ринку, спеціалізації і параметрів суб'єкта передбачає всебічне обґрунтування доцільності й ефективності роботи в конкретному сегменті роздрібного ринку, а також чітке встановлення його асортиментної спеціалізації та типорозміру (обсягів діяльності).

Розрахунок потреби в стартовому капіталі має на меті визначення обсягів інвестицій, необхідних для початку роздрібної торговельної діяльності з урахуванням спеціалізації й параметрів суб'єкта як суми власних та залучених коштів.

Формування роздрібного торговельного асортименту проводиться в повній відповідності з выбраною спеціалізацією, підібраним торговельно-технологічним обладнанням, фізико-хімічними властивостями товарів, правилами товарного сусіства, правилами і нормами зберігання і продажу окремих товарів.

Визначення постачальників і потреби в обсягах закупівель здійснюється з метою; вивчення комерційних пропозицій товаровиробників і оптових продавців; вибору з їх числа найоптимальніших; розрахунку потреби в оптових закупівлях товарів для підтримання на стабільному рівні вибраного

торговельного асортименту.

Формування номенклатури послуг для покупців передбачає розроблення переліку до реалізаційних, супутніх реалізації і після реалізаційних послуг, покликаних прискорювати процес реалізації і підвищувати рівень сервісу в даному торговельному підприємстві.

Проектування методів роздрібного продажу — це комплексний процес добору та розміщення основного й допоміжного торговельного обладнання, його прив'язки до технологічних зон (приміщень) роздрібного торговця, а також застосування конкретних методів роздрібного продажу.

Аналіз і прогнозування кон'юнктури і ризику проводиться для встановлення комерційної привабливості й ефективності роздрібної реалізації в даному сегменті товарного ринку; оцінки ступеня ризикованості цього виду діяльності в умовах конкурентної взаємодії.

Формування власної цінової політики суб'єкта стосується вибору механізму ціноутворення і формування торговельних надбавок роздрібними торговцями.

Установлення оптимальних форм розрахунків з постачальниками проводиться роздрібним торговцем для планування оперативної роботи і, крім цього, є додатковим резервом економії його обігових коштів.

Установлення форм матеріального стимулювання персоналу спрямовано на підвищення матеріальної зацікавленості працівників підприємства в кінцевих результатах роботи.

Розрахунок можливої суми доходів є важливим для оцінки результатів роботи роздрібного торговця за конкретний проміжок часу і співвіднесення з первісними капіталовкладеннями.

Прогноз суми постійних і змінних витрат необхідний для оцінки фінансової стабільності роздрібного торговця, розрахунку точок рентабельності та беззбитковості даного підприємства.

Прогноз можливої суми прибутку здійснюється власником для

визначення доцільності організації й відкриття даного торговельного підприємства з огляду на його перспективну рентабельність.

Установлення напрямів розподілу прибутку на потреби розвитку й споживання являє собою, по-суті, план дальншого розвитку і розгортання обсягів комерційної діяльності роздрібного торговця на перспективу.

Наявність комерційної стратегії дозволяє переходити до наступного етапу створення роздрібного торговельного суб'єкта — реєстрації.

### **Реєстрація суб'єктів роздрібної торгівлі**

Реєстрація суб'єктів роздрібної торгівлі являє собою стандартну процедуру внесення до Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України (ЄДРПОУ) згідно з вимогами чинного законодавства.

Реєстрація нового суб'єкта роздрібної торгівлі розпочинається із заснування з урахуванням організаційно-правової форми юридичної або фізичної особи. Для цього засновники (учасники) юридичної особи розробляють і погоджують установчі документи, в яких указують організаційну форму, структуру, відносини власності, права й обов'язки, взаємовідносини учасників тощо. Заснування підприємства на засадах фізичної особи має спрощений порядок, не потребує погодження установчих документів і проводиться на підставі заяви громадяни-на-підприємця.

На підставі установчих документів засновники юридичної особи або фізична особа (підприємець) звертаються до вповноваженого місцевого органу влади (реєстраційної палати, відділу соціально-економічного розвитку тощо) із заявою про реєстрацію як суб'єкта господарювання. До заяви додаються також довідки і дозволи з місцевих органів: податкової адміністрації (інспекції) — про реєстрацію як платника податків; статистики — про присвоєння кодів статистичного обліку; установи банку — про відкриття рахунків і відсутність валютних коштів та майна за кордоном; міліції — про реєстрацію печаток; фондів, що мають директивну силу і т. п.

Уповноважений реєстраційний орган у встановлені законодавством

сторки повинен здійснити внесення новостворюваного роздрібного торговця до державного реєстру і видати йому свідоцтво про державну реєстрацію, а в протилежному разі — надати вмотивовану відмову.

Паралельно із проведенням реєстрації власники суб'єкта роздрібної торгівлі вживають організаційних заходів щодо створення матеріально-технічної бази, за допомогою якої, власне, і здійснюватиметься основний процес роздрібного продажу. З цією метою ними будується, реконструюється або влаштовується пункт реалізації — магазин, дрібно-роздрібна одиниця або засіб пересувної (розносної) торгівлі.

Для введення в дію крамниці будь якого типу власники повинні зареєструвати її в місцевому органі виконавчої влади, що відає питаннями торговельного обслуговування, погодити режим роботи даного закладу торгівлі, а також одержати, за потреби, дозволи і ліцензії встановленого зразка на заняття певними видами торговельної діяльності (торгівля ліками, зброя тощо) або здійснення реалізації окремих товарних груп (тютюнові, алкогольні вироби).

Місце розташування, режим роботи, зовнішнє оформлення дрібно-роздрібних пунктів продажу за межами організованих місць торгівлі (ринків, торговельних майданчиків), як і засобів пересувної торгівлі, також потребують погодження з місцевими виконавчими органами влади, а на підприємствах ринків — з їх адміністрацією.

**Характеристика основних організаційно-правових форм роздрібних торговців**

Самостійні торговельні організації і підприємства функціонують у формах: акціонерних товариств відкритого і закритого типу; товариств із повною, додатковою і обмеженою відповідальністю; кооперативних споживчих товариств (спілок), роздрібних торговельних об'єднань, госпрозрахункових роздрібних торговельних підприємств; торговельно-виробничих концернів, груп, асоціацій; збутово-реалізаційних приватних

підприємств та ін.

Найбільші за потенціалом роздрібні торговці формуються у вигляді акціонерних товариств відкритого і закритого типу. До них належать роздрібні торговельні мережі міжрегіонального або міжнаціонального масштабу, фіrmові мережі фінансово-промислових груп, концернів, виробничо-торговельних корпорацій, торгових домів під єдиною торговельною маркою або франшизою тощо. Акціонерні товариства мають практично необмежені можливості для розгортання торговельної діяльності, оскільки володіють здатністю за колегіальним рішенням акціонерів на власний розсуд регулювати обсяги акціонерного капіталу способом емісії, розповсюдження, обігу (купівлі-продажу) акцій.

Значним потенціалом і помітною часткою у загальному обігу на роздрібному ринку відзначаються підприємства з необмеженою відповідальністю — повні товариства або партнерства. Ці суб'єкти роздрібної торгівлі — торговельні компанії, фірми — мають підвищений авторитет на ринку, адже законодавчо партнерські товариства повною мірою відповідають за своїми зобов'язаннями перед контрагентами.

У вітчизняній практиці торгівлі починають з'являтися торговельні фірми у формі товариств з додатковою відповідальністю (на Заході — командитні товариства), що поєднують капітал власника (власників) із внесками незалежних інвесторів, які прагнуть отримати дивіденди на вкладені кошти.

Більшість дрібних та середніх суб'єктів вітчизняної роздрібної торгівлі, та й більшості пострадянських країн, функціонують як товариства з обмеженою відповідальністю (ТзОВ). Використання даної організаційно-правової форми, яка характеризується обмеженням цивільної відповідальності власників (засновників) розміром внесеного ними в статутний фонд товариства відносно невеликого обсягу капіталу є доволі прийнятним, не капіталомістким в умовах квазі-ринкової економіки шляхом створення юридичної особи.

Споживчі товариства (спілки) системи споживчої кооперації — це

історично сформований тип диверсифікованої виробничо-торговельної організації, заснованої на кооперативній, пайовій формі власності, основним напрямом роботи якої залишається організація роздрібного торговельного обслуговування мешканців села. З цією метою кооперативні споживчі спілки і товариства безпосередньо або через товарно-галузеві (продовольчі, непродовольчі) торговельно-роздрібні об'єднання організовують власну торговельну мережу в переважно сільських населених пунктах та адміністративних районах. При цьому кооперативні крамниці, дрібно-роздрібні одиниці, стаціонарні та пересувні пункти продажу не мають абсолютної самостійності, оскільки є спільною власністю членів даного коопераціву.

Розукрупнення й подрібнення функціональної вертикалі системи споживчої кооперації в ринкових умовах привело до утворення нових організаційних формувань в системі споживчої кооперації — госпрозрахункових роздрібних торговельних підприємств (ГРТП). Під егідою та за сприяння споживчих товариств ГРТП — це сучасні кооперативні роздрібні торговельні підприємства, що об'єднують частину торговельної мережі за кущовим, зональним принципом і функціонують за принципами самоокупності та самофінансування, беручи членську участь у розвитку місцевої кооперативної організації.

Відносно новими правовими формами організації суб'єктів споживчого ринку є власна (фіrmова) торгівля торговельно-виробничих концернів, груп та асоціацій. Потенціал промислово-фінансових концернів та груп дозволяє організовувати підпорядковані їм збутово-реалізаційні фірми включно з мережею роздрібних реалізаторів у різних країнах для реалізації власної багатопрофільної продукції. Торговельні асоціації створюються незалежними роздрібними торговцями для вирішення спільних, переважно закупівельно-постачальницьких, комерційних функцій.

Збутово-реалізаційні приватні підприємства створюються фізичними

особами для реалізації приватнопідприємницької ініціативи громадян і забезпечують їх потреби у веденні роздрібної реалізації. Малі за технологічними і продуктивними параметрами приватні підприємства збутово-реалізаційного типу найчастіше діють у межах підприємств торгівлі на ринках, у мережі дрібно-роздрібних торговельних одиниць, але й нерідко зустрічаються серед невеликих спеціалізованих крамниць.

Несамостійні (підпорядковані) торговельні структурні підрозділи й одиниці головних організацій (підприємств) формують внутрішню структуру роздрібного торговця і зустрічаються у вигляді філій па внутрішньогосподарському розрахунку: підрозділів, одиниць, пунктів тощо. Підпорядковані структурні підрозділи роздрібних торговців можуть уходити до єдиного комплексу (окремі крамниці універсального торговельного центру) або мати назовні відокремлений характер (крамниці споживчого товариства).

Крім організаційно-правової побудови суб'єкти роздрібної торгівлі характеризуються також організаційною структурою.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ (12 балів)**

Навести характеристику типів структур

Тип структури	Характеристика	Переваги	Недоліки	Переважне застосування
Лінійна				
Матрична				
Функціональна				
Проектна				
Дивізіональна				