

Олександр Юрійович БОЗУЛЕНКО

кандидат економічних наук,
асистент кафедри товарознавства та маркетингу,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
E-mail: Bozulenko@ukr.net

ДЕФІНІЦІЯ ПОНЯТТЯ "ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО"

Бозуленко, О. Ю. Дефініція поняття "торговельне підприємство" [Текст] / Олександр Юрійович Бозуленко // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2015. – Том 19. – № 2. – С. 20-25. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. Предметом дослідження стали торговельні підприємства (юридичні особи), що є основними господарюючими суб'єктами на споживчому ринку, які здійснюють продаж товарів. Досліджено сутнісні характеристики розвитку торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання. Чинний економічний механізм в Україні, постійна зміна середовища функціонування торговельних підприємств на ринку споживчих товарів ставлять нові вимоги щодо регулювання їх діяльності. Це обумовлено особливостями національної економіки, умовами ведення ринкового господарства.

Мета. Проаналізувати та розробити нові теоретичні положення сутності торговельного підприємства, що базується на ринкових засадах, і сучасних бачень здійснення комерційної діяльності.

Методи (методологія). У процесі дослідження використано низку підходів і методів, серед яких найсуттєвішими є: системний підхід – для дослідження особливостей розвитку та трансформації структури сучасних торговельних підприємств; аналізу та синтезу, порівняння – для обґрунтування базових понять визначеної проблематики.

Результати. Розглянуто теоретичні підходи вітчизняних та зарубіжних науковців до визначення поняття "торговельне підприємство". Торговельне підприємство розглядається як незалежний суб'єкт, створений для закупівлі, реалізації, зберігання товарів та надання різного роду послуг з метою отримання прибутку. Підприємство наділено правами юридичної особи та має власний капітал, повністю фінансує свою діяльність та відповідає за взяті зобов'язання. Торговельне підприємство має чітко виражене цільове призначення та характеризується єдністю матеріально-речової, торгово-технологічної та організаційно-економічної структур. Досліджено сутність торговельного підприємства, яка розкривається у трьох аспектах: юридичному, господарському та галузевому. Визначено характерні особливості комерційної діяльності торговельних підприємств, пов'язані з формуванням асортименту, господарською самостійністю, наближеністю до покупців, коливаннями споживчого попиту, можливістю надання додаткових послуг. За результатами наявних у науці підходів розроблено визначення торговельного підприємства як самостійно господарюючого статутного суб'єкта, який, маючи права юридичної особи, здійснює комерційну, подекуди власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку.

Ключові слова: торгівля; торговельне підприємство; товар; економіка; ринкове середовище; комерційна діяльність.

Oleksandr Yuriiovych BOZULENKO

PhD in Economics,
Assistant,
Department of Commodity and Marketing,
Chernivtsi Trade and Economic Institute KNTEU
E-mail: Bozulenko@ukr.net

DEFINITION OF THE NOTION "COMMERCIAL ENTERPRISE"

Abstract

Introduction. The subject of the study were commercial enterprises (legal entities), which are major economic entities in the consumer market that sell products. Studied the essential characteristics of commercial enterprises in the current economic conditions. The current economic mechanism in Ukraine, the constant change of medium commercial enterprises functioning in the consumer goods market pose new requirements for regulation of their activities. This is due to the peculiarities of the national economy, conditions of market economy.

Purpose. Analyze and develop new theoretical principles essence trading company based on market principles and visions of modern commercial activity.

Methods (methodology). The study used a number of approaches and methods, among which the most significant are: systematic approach – to study the peculiarities of development and transformation of the structure of modern commercial enterprises; analysis and synthesis, comparison – basic concepts to justify certain issues.

Results. The theoretical approaches of domestic and foreign scientists in the definition of "commercial enterprise". Merchant regarded as an independent entity created for the purchase, sale, storage of goods and the provision of various services for profit. Enterprise endowed with legal personality and has equity of fully funding its activities and is responsible for the commitments. Merchant has a clear purpose and is characterized by unity of material and merchandise, trade, technological, organizational and economic structures. The essence of the trading company disclosed in three aspects: legal, economic and sectoral. Characteristic features of the commercial activities of commercial enterprises associated with the formation of assortment, economic independence, proximity to customers, fluctuations in customer demand, the ability to provide additional services. According to the results available to science approaches developed definition of commercial enterprise as an independent economic entity charter which, having legal personality, provides commercial, sometimes its own production and research activities to obtain the corresponding revenue.

Keywords: trade; trading company; goods; economy; market environment; commercial activity.

JEL classification: F110

Вступ

Торгівля належить до особливих галузей народного господарства, де віддзеркалюються всі суперечності й проблеми економіки держави.

Сфера торгівлі формує до 14 % внутрішнього валового продукту країни, реалізує до 80 % доходів населення, визначаючи розміри та темпи економічного зростання. Крім того, торгівля забезпечує робочими місцями до 4 млн. осіб та є найбільш привабливою галуззю для працевлаштування не зайнятих трудовою діяльністю громадян [1, с. 3].

Економічна діяльність у торгівлі здійснюється через торговельні підприємства, послугами яких користується все населення країни. Таким чином торговельне підприємство є важливим елементом системи підприємства та споживача як суб'єктів економічних відносин. Досягнення ефективності діяльності торговельних підприємств передбачає перетворення у законодавчій, фінансовій, податковій сферах, а також вимагає кардинальних змін у роботі самих підприємств в умовах ринку. Тому останнє необхідно розглядати не тільки з функціональної, але й з ринкової точки зору. Функціонування торговельних підприємств у сучасних умовах господарювання обумовлює необхідність посилення ринкової орієнтації торговельної діяльності, активізацію комерційних відносин у виробництві й торгівлі. А це передбачає нові підходи до розуміння сутності торговельного підприємства.

Вагомий внесок у теорію становлення та розвитку торговельного підприємства, визначення його місця на ринку зробили В. Апопій, О. Біла, І. Бланк, Н. Голошубова, Є. Гордієнко, Г. Іванов, І. Копич, А. Мазаракі, Г. Мошек та ін.

Науково-теоретичні праці провідних учених-економістів розкривають основні положення діяльності підприємств торгівлі в сучасних умовах господарювання. З плином часу з'являються нові проблеми, пов'язані з функціонуванням і обґрунтуванням перспектив розвитку торговельних підприємств, у тому числі й теоретичні. Незважаючи на вагомий досягнення у досліджуваній сфері, в умовах посилення ринкової орієнтації торговельної політики, активізації всього комплексу комерційних відносин у

торгівлі, виникає необхідність нових підходів до визначення сутності та ролі торговельних підприємств у вирішенні економічних проблем на основі застосування більш досконалих методів комерційної та господарської роботи.

Мета та завдання статті

Основною метою наукового дослідження стало узагальнення та розробка нових теоретичних положень щодо розуміння сутності торговельного підприємства, заснованої на ринкових принципах і методології сучасного керівництва. Усе це викликає необхідність різнобічного вивчення такого поняття, як торговельне підприємство, яке, як самостійно господарюючий суб'єкт, стає провідною ланкою ринкового механізму галузі торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Такі функції, як зміна форм власності товарів та їх доведення до кінцевого покупця, торгівля реалізує через торговельні підприємства.

Як суб'єкти торговельного підприємництва, торговельні підприємства є кінцевими постачальниками необхідних для покупців товарів, що задовольняють споживчий попит, сприяючи зростанню добробуту, підвищенню якості життя споживачів і суспільства загалом.

За загальним визначенням, наведеним у статті 62 Господарського кодексу України, "підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом, та іншими законами"[2].

Існують різноманітні трактування поняття "торговельне підприємство" у різних авторів.

Так І. Бланк визначив торговельне підприємство як первинну, основну ланку сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг з метою задоволення потреб ринку та отримання прибутку [3].

Г. Мошек визначає торговельне підприємство як самостійний суб'єкт господарювання, загальними ознаками якого є закупівля, реалізація товарів та надання послуг населенню з метою задоволення його потреб і на цій основі отримання прибутку [4, с. 10]. Він розрізняє торговельні підприємства за:

- 1) складом основного обслуговуваного контингенту покупців:
 - підприємства, які обслуговують переважно мешканців міст і селищ міського типу (створюються в містах і селищах міського типу);
 - підприємства, які обслуговують переважно сільських жителів (створюються в сільських населених пунктах);
- 2) характером розташування на території населеного пункту:
 - підприємства, які розташовуються безпосередньо у місцях житлових забудов;
 - підприємства, які розташовуються у місцях загальноміського значення;
- 3) формою товарної спеціалізації: універсальні, спеціалізовані, вузькоспеціалізовані, комбіновані (або комплексні), змішані;
- 4) групою обслуговуваних покупців з урахуванням їх можливостей придбання товарів;
- 5) методом реалізації товарів (оптові та роздрібні);
- 6) розміром торгової площі.

Г. Іванов зазначає, що торговельне підприємство – це самостійний господарюючий суб'єкт з правами юридичної особи, який на основі використання майнового комплексу і особливої організаційної побудови з метою задоволення потреб ринку та одержання прибутку здійснює закупівлю, зберігання і реалізацію покупцям товарів, які відповідають їх потребам [5, с. 12].

Він вважає, що комерційна діяльність торговельних підприємств має низку характерних особливостей:

- асортимент товарів здебільшого залежить від характеру попиту й особливостей контингенту, що обслуговується, його професійного, національного, вікового складу, купівельної спроможності, умов праці та побуту;
 - підприємства організаційно та торгово-технологічно досить автономні й самостійні в процесі реалізації товарів, і кожне має свої доходи та витрати, які можна врахувати і зіставити;
 - підприємства максимально наближені до споживачів і за розміром порівняно невеликі, що дає можливість швидко реагувати на зміни ринкової ситуації;
 - попит на товари та послуги торговельних підприємств, з урахуванням профілю діяльності, схильний до значних коливань за порами року, днями тижня і навіть годинами доби;
 - поряд з реалізацією товарів підприємства надають великий обсяг додаткових послуг з метою залучення покупців.
-

На думку Г. Іванова, сутність торговельного підприємства полягає у трьох аспектах: юридичному, господарському та галузевому (рис. 1).

Найбільш загальний характер, властивий усім підприємствам незалежно від галузевої приналежності, має юридичний аспект. З правової точки зору торговельне підприємство слід розглядати як юридичну особу. Значення законодавчого оформлення торгового підприємства виявляється в тому, що воно:

- дає змогу певним чином організувати, упорядкувати внутрішні відносини між учасниками (засновниками) підприємства, об'єднати інтереси кожного у загальну мету;
- є найкращим засобом для тривалого об'єднання капіталів, без чого нездійсненна великомасштабна підприємницька діяльність;
- уможливує обмеження майнового ризику учасників сумою внеску до капіталу конкретного підприємства;
- створює підстави для гнучкого управління капіталом [5, с. 42].



Рис. 1. Структура торговельного підприємства*

*Розроблено за даними [5]

Є. Гордієнко вказує, що індивідуалізація торгового підприємства як юридичної особи, тобто його виокремлювання з-поміж інших, відбувається шляхом визначення його місця розташування та присвоєння йому найменування із зазначенням прийнятої організаційно-правової форми. Місце розташування торговельного підприємства визначається місцем його державної реєстрації, конкретну адресу вказують в установчих документах, що принципово важливо при застосуванні до нього нормативно-законодавчих актів з боку місцевих органів влади [6, с. 12].

Вищий ступінь конкретизації порівняно з юридичним має господарський аспект, відповідно до якого підприємством вважають самостійно господарюючий суб'єкт ринкових відносин, створений з метою

задоволення певних суспільних потреб та отримання прибутку. До складу підприємства як майнового комплексу входять земельні ділянки, будівлі, споруди, обладнання, товари, інвентар, грошові кошти, борги та права вимоги, права власності (товарні знаки, фірмові найменування, зразки), а також нематеріальні активи (авторські і ліцензійні права, ноу-хау, ділова репутація і т. ін.).

Специфіка торговельних підприємств максимально розкривається через галузевий аспект їхньої діяльності. Є. Гордієнко зазначає, що для торговельного підприємства характерне чітко виражене цільове призначення і спільність матеріально-речової, торгово-технологічної та організаційно-економічної структур. Матеріально-речова структура передбачає єдність матеріальних ресурсів, використання однотипних приміщень і однорідного торгово-технологічного обладнання. Під торгово-технологічною структурою розуміють спільність призначення реалізованих товарів і методів їх продажу, єдність операцій торгово-технологічного процесу й обслуговування, однорідність розташування та функціонального взаємозв'язку торгових, складських, виробничих і допоміжних приміщень. Організаційно-економічна структура характеризується господарською самостійністю підприємства, наданням йому юридичних прав та відповідальності за здійснену діяльність, єдиною системою обліку та звітності, однотипною методикою аналізу та планування торговельної діяльності [6].

На тих же засадах, що і вітчизняні дослідники, трактують як підприємство загалом, так і торговельне підприємство польські вчені. "Підприємство – це незалежний від інших суб'єкт господарювання (юридична особа), створений з метою отримання прибутку (чи досягнення певних майнових цілей). Воно має власний капітал, само фінансує свою діяльність і відповідає за взяті зобов'язання. Підприємство також є окремою юридичною особою з організаційно-правової точки зору, а це означає, що воно є автономною організацією" [7]. Підставою для виокремлення торговельного підприємства серед інших є сфера його діяльності, пов'язана з професійним посередництвом у товарно-грошовому обміні між продуцентами (виробниками) й іншими підприємствами, які пропонують товари для продажу, та покупцями. Тому торговельне підприємство, за визначенням [7], є суб'єктом господарювання, яке продає закуплені товари клієнтам, прагнучи досягти сприятливих для себе економічних результатів (прибутку). Економічні ефекти (прибуток) торговельне підприємство отримує через різницю між вищою (зазвичай) ціною реалізації і нижчою закупівельною ціною. Цю різницю називають маржею торговельного підприємства.

Отже, рівень розвитку економічних відносин у країні визначає торговельна галузь, яка здійснює свою комерційну діяльність через розгалужену мережу торговельних закладів, кількість яких постійно зростає. Завершальною стадією економічних відношень між торговельними підприємствами і споживачами є отримання прибутку [8].

Сутність сучасного торговельного підприємства полягає у зміцненні його ринкового потенціалу – вишукування максимальних резервів для задоволення попиту цільових ринків через реалізацію товарів та послуг з метою максимізації товарообігу й оптимізації ринкової позиції підприємства [9, с. 36].

Висновки та перспективи подальших розвідок

Узагальнюючи теоретичні підходи у вітчизняній та зарубіжній науці до визначення сутності поняття "торговельне підприємство" ми дійшли висновку, що у сучасному ринковому середовищі торговельне підприємство слід розглядати як самостійно господарюючий статутний суб'єкт, який, маючи права юридичної особи, здійснює комерційну, подекуди власну виробничу, а також дослідницьку діяльність задля одержання відповідного прибутку (доходу).

Постійна зміна економічного механізму потребує адаптації торговельних підприємств до інтересів оточуючого середовища, що вимагає впровадження гнучких форм і методів комерційної діяльності та гармонізації економічних інтересів. Подальші наші дослідження будуть спрямовані на розгляд питань, як утримати вже здобуті підприємством на ринку позиції та за рахунок яких можливостей досягти головної мети діяльності.

Список літератури

1. Система регулювання внутрішньої торгівлі України: монографія [Текст] / [Анопій В. В., Копич І. М., Біла О. Г. та ін.]; за ред. В. В. Анопія та І. М. Копича. – К.: Академвидав, 2012. – 424 с.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]: офіц. . текст: за станом на 04 березня 2015 року. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/gospodar%20kodeks%20ukraini>
3. Бланк І. О. Управління торговельним підприємством [Текст]: підручник / І. О. Бланк. – Харків, 2007. – 420 с.
4. Мошек, Г. Структуризація комерційної діяльності торговельного підприємства [Текст] / Г. Мошек, В. Ціпуринда // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 5. – С. 5-13.
5. Иванов, Г. Г. Экономика и организация деятельности торгового предприятия [Текст]: учебное пособие / Г. Г. Иванов [и др.]; под общ. ред. А. Н. Соломатина. – Москва: ИНФРА-М, 2000. – 295 с.

-
6. Гордієнко, Є. С. Діяльність торговельного підприємства в умовах трансформації податкового середовища [Текст]: автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит / Гордієнко Євгенія Сергіївна ; Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. – Донецьк, 2011. – 19 с.
 7. Szulce, H. *Ekonomikahandlu: Podręcznik [Text]* / H. Szulce, J. Chwałek, W. Ciechomi, Z. Mielczarczyk. – Warszawa: WSiP, 2008. – Część 1. – 320 s.
 8. Буряк, І. О. Галузеві особливості торговельних підприємств [Електронний ресурс] / І. О. Буряк // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – Вип. №1 (11). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_16.pdf.
 9. Алексеев, С. Б. Визначення ринкового потенціалу торговельного підприємства / С. Б. Алексеев // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2014. – № 4. – С. 36-39.

References

1. Апоріу, V. V., Копуч, I. M., Біла, O. H. (2012). *Systema rehulyvannya vnutrishn'oyi torhivli Ukrayiny*. Akademydav, Kyiv, 424 s. (in Ukr).
2. *Economic codex of Ukraine* (2015). Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/zospodarський%20кодекс%20україни>. (inUkr.).
3. Blank, I. O. (2007). *Upravlinnya torhovel'nyum pidpryyemstvom*. Kharkiv. (in Ukr).
4. Moshek, H. & V. Tsipurynda, H. (2011). *Structuring of the commercial activity of trade enterprise*. Visnyk KNTEU, 5, 5-13 (in Ukr).
5. Yvanov, H. H. *Экономика у орhанызатыа deyatel'nosty torhovoho predpryyatyua*. (2000). YNFRA-M, Moskow. (in Russ.).
6. Hordiyenko, Ye. S. (2011) *Activity of the trade enterprise in conditions of transformation of tax environment*. Donetsk National University of Economics and Trade name after MykhailoTugan-Baranovskiy, Donetsk. (in Ukr).
7. Szulce, H., Chwałek, J., Ciechomi, W., Mielczarczyk, Z. (2008). *Чззщ 1*, WSiP, Warszawa, 320 s.
8. Buryak, I. O. (2014) *Industry features of trading company*. *Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsiyi*, 1(11). Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_16.pdf. (inUkr).
9. Alyeksyeyev, S. B. (2014) *Determination of marketing potential of trade enterprise*. *Visnyk Vinnyts'koho politekhnichnoho instytutu*, 4, 36-39 (in Ukr).

Стаття надійшла до редакції 26.03.2015 р.