

СЕКЦІЯ 2 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.8:330.341

Марков Б.М.*кандидат економічних наук, докторант
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*

ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ»

У статті досліджено генезис роздрібної торгівлі. Визначено смислові складники, які розкривають економічну природу поняття «роздрібна торгівля». Наведено авторське трактування терміна «роздрібна торгівля». Досліджено економічну природу поняття «мережева роздрібна торгівля». Уточнення окремих термінів, що стосуються сфери роздрібної торгівлі, на основі аналізу наявних уявлень про неї дає змогу побудувати раціональні моделі управління бізнесом у торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, оптова торгівля, поняття, функції, структура, характеристика.

Марков Б.М. ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ «РОЗНИЧНА ТОРГОВЛЯ»

В статье исследован генезис розничной торговли. Определены смысловые составляющие, которые раскрывают экономическую природу понятия «розничная торговля». Приведена авторская трактовка термина «розничная торговля». Исследована экономическая природа понятия «сетевая розничная торговля». Уточнение отдельных понятий, применительно к сфере розничной торговли на основе анализа существующих представлений о ней, позволяет построить рациональные модели управления бизнесом в торговле.

Ключевые слова: розничная торговля, оптовая торговля, понятия, функции, структура, характеристика.

Markov B.M. GENESIS OF THE CONCEPT «RETAIL TRADING»

The genesis of retail trading has been researched in the article. It has been determined the semantic components that reveal the economic nature of the concept «retail trading». An author's interpretation of the term «retail trading» has been provided. The economic nature of the concept «network retail trading» has been researched.

Keywords: retail trade, wholesale, concept, functions, structure, characteristic.

Постановка проблеми. Ринки, на яких здійснюється торгівля, забезпечують ефективний розподіл продовольчих товарів, а їх розвиток залежить від рівня розвитку виробничо-комерційних відносин провідних економічних суб'єктів, рівня платоспроможності споживачів, використання маркетингових підходів тощо. Негативно на розвиток торгівлі продовольчими товарами впливають кризові явища, диспаритет інтересів продавців, посередників і споживачів та інші чинники. Важливим завданням сьогодення є встановлення змістовного наповнення категорії роздрібна торгівля з урахуванням сучасного економічного середовища, яке динамічно розвивається в умовах невизначеності та підвищених ризиків, будуються нові відношення між об'єктами та суб'єктами господарювання. Тому проблема визначення сутності й змісту категорії «роздрібна торгівля» на сучасному етапі розвитку економіки є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у становленні теоретичних засад роздрібної торгівлі зробили вітчизняні та закордонні вчених-економістів, серед яких: О. Азарян [5], В. Апошій [8], О. Кавун [6], О. Клочкова [7], Е. Кононова [9] та ін. Аналіз робіт цих авторів показує, що роздрібна торгівля – це вид господарської діяльності, який з'єднує виробників та споживачів. Водночас у теоретичних дослідженнях недостатньо уваги приділено вивченню форматів роздрібної торгівлі, визначенню параметрів, які характеризують роздрібну торгівлю.

Мета статті полягає у розкритті сутності поняття «роздрібна торгівля» та визначенні його змісту в умовах функціонування сучасної економічної системи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торговельна діяльність в Україні на сьогодні є однією з

найпоширеніших форм підприємництва. У статутних документах будь-якого підприємства як вид підприємницької діяльності найчастіше зазначається торгівля.

Функціонування торгівлі як системи забезпечується раціональною організацією, певними організаційними відносинами, активними діями зі сторони економічних суб'єктів, які є важливими чинниками розвитку торгівлі.

Як правило, рух товарів відбувається на товарному ринку, інфраструктура якого сприяє «взаємодії між виробниками й споживачами, попитом і пропозицією. Від того, наскільки чітким є цей механізм, значною мірою залежить ефективність функціонування всієї економіки країни.

Для того, щоб з'ясувати, що означають поняття торговельної діяльності, оптової торгівлі, роздрібної торгівлі та інші терміни, пов'язані з торговельною діяльністю, слід звернутися до законодавства.

Згідно з п. 1 ст. 263 Господарського кодексу України [1], господарсько-торговельною діяльністю є діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення й виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг. У п. 3 ст. 263 цього кодексу наведено форми господарсько-торговельної діяльності, які можуть здійснювати суб'єкти господарювання:

- матеріально-технічне постачання і збут;
- енергопостачання;
- заготівля;
- оптова торгівля;
- роздрібна торгівля й громадське харчування;

- продаж і передача в оренду засобів виробництва;
- комерційне посередництво в здійсненні торговельної діяльності;
- інша допоміжна діяльність із забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Відповідно до визначення поняття «торгівлі як галузі народного господарства, що реалізує товари шляхом купівлі-продажу, та з'єднує виробництво, розподіл, обмін і споживання; перетворює вироблені товари в предмети споживання» [2, с. 45], доповнемо, що роздрібна торгівля також може розглядатися як сектор (галузь) економіки яка являє собою сукупність:

1) операторів, що продають товари й послуги різними видами кінцевих споживачів для їх особистого, некомерційного використання;

2) елементів, необхідних для ефективного функціонування інфраструктури економіки.

Виділимо смислові складники (елементи), що розкривають економічну природу позначених понять і зображають сутність поняття «роздрібна торгівля»:

а) є сектором комерційної діяльності;

б) є елементом (частиною) логістичного процесу, що з'єднує виробника сировини (продуктів) і кінцевого споживача товарів;

в) являє собою інтегратором економічних відносин, що виникають у процесі купівлі-продажу товарів і послуг;

г) зображає завершальний етап циклу руху товарів і послуг від виробника до кінцевого споживача для особистого некомерційного використання.

Далі йтиметься про оптову та роздрібну торгівлю як про одні з численних форм підприємницької діяльності. Порівняльна характеристика двох типів торгівлі наведена у табл. 1.

Суб'єкти оптової торгівлі є посередниками між виробниками та сектором роздрібною торгівлі, а роздрібна торгівля, у свою чергу, є останнім етапом процесу розподілу товару та одним із найбільш перспективних секторів економіки.

Згідно з пп. 4.4 п. 4 ДСТУ 4303:2004 [3], роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг.

Згідно з п. 1 ст. 698 Цивільного кодексу України [4], за договором роздрібною купівлі-продажу продавець, який здійснює підприємницьку діяльність з продажу товару, зобов'язується передати покупцеві товар, що звичайно призначається для

особистого, домашнього або іншого використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, а покупець зобов'язується прийняти товар й оплатити його. Договір роздрібною купівлі-продажу є публічним (п. 2 ст. 698 ЦКУ).

Розглянемо різні погляди науковців на походження поняття «роздрібна торгівля».

В умовах переходу до ринкових відносин і в умовах планової економіки поняття «роздрібна торгівля» означало продаж товарів і надання послуг безпосередньо населенню, тобто для особистого споживання. Продажі певного товару окремому покупцю дуже специфічні. Виражається це в тому, що кількість проданих товарів обмежується межами особистого вжитку (як правило, платоспроможним попитом і розумними потребами). При цьому обсяг продажу товарів окремо взятому покупцеві в багато разів менше обсягу продажу в оптовій торгівлі.

Слово «retailing» у перекладі з англ. означає роздрібна торгівля. Поняття бере початок від старовинного французького слова «retailer», що перекладається як «частина чого-небудь», «розрізати щось на шматочки». Це означає, що роздрібний продавець виконує функції розподілу великого обсягу товару, який він одержує від виробників або оптових торговців, на невеликі обсяги з метою продажу їх кінцевим користувачам [8, с. 28]. Розглянемо нижче визначення поняття «роздрібна торгівля».

1. «Роздрібна торгівля – це будь-який бізнес, який зосереджує свої маркетингові зусилля на задоволенні кінцевого споживача за допомогою організації продажу товарів і послуг» [5, с. 19].

2. «Роздрібна торгівля – вид підприємницької діяльності у сфері торгівлі, пов'язаний з реалізацією товарів безпосередньо споживачу для особистого, побутового, сімейного, домашнього використання» [6, с. 97].

3. «Роздрібна торгівля – торгівля товарами та надання послуг покупцям для особистого сімейного, домашнього використання, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю» [8, с. 69].

Узагальнюючи вищезазначені тлумачення терміна про економічну природу роздрібною торгівлі, нами пропонується таке її визначення: роздрібна торгівля – це інтегратор економічних відносин суб'єктів, що виникають у процесі купівлі-продажу ними товарів і послуг для особистого некомерційного використання, з одного боку, є складником інституційної інфраструктури й елементом логістичного виробничо-збутового ланцюга, що з'єднує виробника сировини (продуктів) з кінцевим споживачем, а з іншого – адаптером у системі побудови партнерських

Таблиця 1

Порівняльна характеристика оптової та роздрібною торгівлі

Порівняльні характеристики	Оптова торгівля	Роздрібна торгівля
Сутність	Перепродаж (продаж без перероблення) нових або уживаних товарів роздрібним торговцям, підприємствам й організаціям або іншим оптовикам, діяльність агентів чи посередників з купівлі товарів від імені подібних осіб або продажу товарів подібним особам і компаніям	Види економічної діяльності, пов'язані із продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їх родинами
Суб'єкти	Оптові торговці або біржовики, промислові дистриб'ютори (підприємства оптової торгівлі), експортери, імпортери, закупівельні організації, філії та офіси з продажу; торгові посередники й товарні брокери, комісіонери, заготівельники та кооперативні організації, які здійснюють збут сільськогосподарської продукції тощо	Магазини, торгові центри, намети, кіоски, компанії поштового замовлення, вуличні торговці, споживчі кооперативи, компанії, що спеціалізуються на організації аукціонів тощо
Функції	Збирання (компонування), сортування великих партій товарів, поділ та перефасування товарів меншими партіями (наприклад, фармацевтичних товарів), зберігання, охолодження, доставку й установлення товарів, акції для своїх споживачів, дизайн етикеток тощо	Будь-який факт продажу товарів і послуг кінцевому споживачу

відносин між споживачами й виробниками товарів і послуг, спрямованими на задоволення потреб та зростання бізнесу.

Роздрібна торгівля виконує такі функції:

1. Сортування товарів. Роздрібна торгівля бере участь у процесі сортування, збираючи асортимент товарів від великої кількості постачальників і пропонує їх для продажу.

2. Інформування споживачів через рекламу, вітрини й написи, а також персонал; іншим учасникам каналу збуту виявляється сприяння в маркетингових дослідженнях.

3. Розміщення товарів. Роздрібна торгівля зберігає товари, встановлює на них ціну, розташовує в торгових приміщеннях і здійснює інші операції з товарами.

4. Оплата товарів. Зазвичай продукція оплачується постачальникам до її продажу кінцевим споживачам.

5. Завершення операції купівлі-продажу. При цьому використовують відповідне розташування магазинів і час їх роботи, кредитну політику й надання різних додаткових послуг [7, с. 16].

Основним завданням роздрібних торговельних підприємств в умовах посилення конкуренції на споживчому ринку товарів і послуг за залучення й розширення контингенту клієнтів і їх грошових доходів є вдосконалення організації продажу товарів та підвищення якості обслуговування покупців [6].

Форма продажу товарів – це сукупність засобів і методів продажу товарів, за допомогою яких здійснюється торговельне обслуговування населення. Роздрібний продаж товарів може здійснюватися за допомогою магазинної, позамагазинних і особливих форм продажу товарів.

Відповідно до п. 7 Постанови № 833 торговельними об'єктами у сфері роздрібною торгівлі є:

1) магазин, який може бути продовольчим, непродовольчим, змішаним (за товарною спеціалізацією), універсальним, спеціалізованим, вузькоспеціалізованим, комбінованим, неспеціалізованим (за товарним асортиментом), з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками, торгівлею за замовленням (за методом продажу товарів);

2) павільйон;

3) кіоск, ятка;

4) намет;

5) лоток, рундук;

6) склад товарний;

7) крамниця-склад, магазин-склад.

В економічній літературі мало висвітлені питання, пов'язані з економічною природою поняття «мережева роздрібна торгівля». «Торговельна мережа – це сукупність торгових підприємств, розташованих в межах конкретної території або перебувають під спільним керуванням» [2].

Таке трактування, яке трапляється найчастіше [5, с. 58; 8, с. 36], не враховує низку особливостей і характерних рис, властивих мережевий формі торгівлі. Зокрема, їй характерно:

а) єдина для всіх торгових об'єктів мережі товарна спеціалізація;

б) єдиний для всіх торгових об'єктів мережі торговий знак. Торговельною мережею прийнято вважати «деяку кількість магазинів (які торгують одним товаром, спрямованих на один клас покупців, що мають єдиний асортимент, ціни й рекламну політику), в команді якої їх інфраструктуру» [8, с. 122].

Це визначення не зовсім точно розкриває економічну сутність поняття «торговельна мережа»: декларується орієнтація всіх торгових об'єктів мережі на

один сегмент споживачів, тоді як мережева структура може бути мультиформатною, і може спрямовувати свої торгові об'єкти на різні цільові аудиторії споживачів. Виділимо принципові особливості мережевої форми торгівлі:

а) єдина для всіх об'єктів торговельної мережі інфраструктурна мережа (сукупність інфраструктурних об'єктів);

б) єдина для всіх торгових об'єктів (різних форматів) мережі товарна спеціалізація;

в) єдиний для всіх торгових об'єктів мережі торговий знак;

г) єдиний орган управління, який здійснює керівництво всіма об'єктами торгової мережі.

Зважаючи на зазначені особливості, наведемо визначення ключових термінів:

1. Мережева форма організації торгівлі – це спосіб управління та організації роздрібною торгівлі, під час якої низка торгових підприємств різного формату з однією й тією самою спеціалізацією різних підгруп товарів, маючи один торговий знак, використовують загальну торговельну інфраструктуру, здійснюють управління з єдиного адміністративного центру, мають загальну стратегію розвитку мережі, реалізовану в межах єдиної торгової політики.

2. Мережева роздрібна торгівля – це сектор ринку роздрібною торгівлі, що являє собою сукупність підприємств торгівлі різного формату, об'єднаних в єдину мережу.

3. Роздрібна торговельна мережа – це оператор ринку роздрібною торгівлі, який використовує мережеву форму її організації (оператор сектору мережевої роздрібною торгівлі).

Уточнення економічної природи роздрібною торгівлі та її різних форм створюють передумови для проведення досліджень на новому якісному рівні, для виявлення взаємозв'язків між різними учасниками ринку в торговій сфері.

Вивчення роздрібних торгових мереж на сучасному етапі має велике значення для розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі, оскільки все ще велика інтенсивність непрямой конкуренції роздрібних торгових мереж з відкритими вуличними ринками.

Динамічний розвиток роздрібною торгівлі зумовлений її провідною роллю у розвитку споживчого ринку та забезпечення обслуговування населення, особливо продовольчими товарами.

За сферами застосування товари поділяються на товари промислового призначення та споживчі товари. Останні призначені для особистого користування споживачів, до складу яких входять продовольчі (харчові продукти), непродовольчі та медичні товари.

Відповідно до поставлених завдань розглянемо продовольчі товари та сучасні способи роздрібною торгівлі продовольчими товарами.

Перш за все, зазначимо, що продовольчі товари – це харчові продукти в натуральному або переробленому вигляді, призначені для вживання людиною як їжа, питна вода, алкогольна продукція (у тому числі пиво), безалкогольні напої, жувальна гумка, а також біологічно активні добавки.

Інформація про ці товари в обов'язковому порядку має бути доведена до відома споживачів продавцем або виробником продовольчих товарів. Як правило, інформація зазначається у технічній документації, на етикетках, а також маркуванням або іншим способом.

На відміну від інших товарів, потреба в харчових продуктах обмежується певними фізіологічними нормами. Попит на них зростає до певної межі незалежно від рівня цін та доходів населення.

Особливістю продовольчих товарів є низька еластичність попиту, оскільки ці товари мають виняткове значення, і споживачі купують продовольчі товари навіть за наявності високої ціни і в умовах зниження доходів.

Традиційно для визначення попиту на продовольчі товари використовують показники середнього рівня їх споживання на душу населення. Джерелом інформації про параметри споживання продовольства є матеріали Державного комітету статистики України про вибіркові обстеження домогосподарств.

Таким чином, параметри, які характеризують роздрібну торгівлю продовольчими товарами, такі:

- 1) обсяги споживання харчових продуктів;
- 2) обсяги товарної продукції;
- 3) еластичність попиту на продовольчі товари

(при цьому доцільно враховувати лише ту продукцію, яка доходить до споживача через стадію реалізації. Частина харчових продуктів, спожитих населенням України, виробляється в особистих господарствах і не проходить стадію реалізації, а отже, не має безпосереднього відношення до ринкової конкуренції.

Висновки. Споживчий ринок України на сучасному етапі характеризується різноманітністю, складністю й динамічністю технологій виробництва, багаторазовим збільшенням кількості суб'єктів господарювання, він насичений величезною кількістю різноманітних товарів, асортимент яких постійно й швидко оновлюється, розширюється, поповнюється та поглиблюється. Така ситуація, безперечно, є позитивною ознакою становлення ринкової економіки країни.

Розглянувши підходи до визначення основних форматів роздрібно́ї торгівлі, зазначимо, що в основному види закладів роздрібно́ї торгівлі виділяють з урахуванням їх місця розташування, товарної спеціалізації, розміру торговельної площі, залежно від характеру обслуговування та форми продажу товарів, кількості ексклюзивних товарів, рівня цін, сегменту споживачів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 18–22.
2. Верба В. Організація консалтингової діяльності: [навч. посібник] / В. Верба, Т. Решетняк. – К.: КНЕУ, 2010. – 244 с.
3. Національний стандарт ДСТУ 4303:2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://profiwins.com.ua/ru/directories1/dstu4303.html>.
4. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 40–44.
5. Азарян О. Організація і технологія торгівлі: [навч. посібник] / О. Азарян, Е. Локтев, В. Оліфіров. – Донецьк: Дмитренко, 2007. – 528 с.
6. Кавун О. Підприємницькі мережі у роздрібній торгівлі України: сутність, класифікація і перспективи формування / О. Кавун // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5 (107). – С. 97–102.
7. Клочкова О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / О. Клочкова. – Х., 2011. – 20 с.
8. Апопій В. Організація торгівлі: [підручник] / В. Апопій. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
9. Кононова Е. Торговое многоточие / Е. Кононова, Е. Микитенко, М. Копиленко // Новый маркетинг. – 2004. – № 12. – С. 47–52.