

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ШЛЯХИ ІНТЕГРАЦІЇ МАЛИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РЕГІОНАЛЬНІ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ

***Анотація.** Висвітлена сучасна роль суб'єктів малого підприємництва, (у т.ч. малих та мікро-підприємств) в організації торговельного обслуговування населення країни. Визначені недоліки організації господарських зв'язків малих торговельних підприємств. Обґрунтовані необхідність та шляхи їх інтеграції в регіональні системи торговельної логістики.*

Ключові слова: суб'єкти малого підприємництва, малі торговельні підприємства, господарські зв'язки, логістичний менеджмент, регіональні системи торговельної логістики.

I. Mishchuk

THE NECESSITY AND WAYS OF INTEGRATION OF SMALL TRADE ENTERPRISES IN REGIONAL SYSTEMS OF TRADE LOGISTICS

***Abstract.** The modern role of small businesses (including small and micro enterprises) in organizing of trade servicing of population is disclosed. The shortcomings of organization of economic relations of small trade enterprises are identified. The necessity and ways of their integration into regional trade logistics system are substantiated.*

Keywords: small businesses, small trade enterprises, economic relations, logistics management, regional systems of trade logistics.

1. Вступ

Ринково-орієнтована трансформація економіки України супроводжується загостренням конкуренції між суб'єктами споживчого ринку. Провідна роль у вирішенні соціально-економічних проблем розвитку суспільства в умовах фінансово-економічної кризи традиційно відводиться сектору малого підприємництва, суб'єктами якого є фізичні особи-підприємці та малі (в т.ч. мікро-) підприємства. За умов дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів саме суб'єкти малого підприємництва не вимагають великих стартових інвестицій, мають їх високу оборотність, спроможні найшвидше й економічно доцільно вирішувати проблеми задоволення потреб населення. Це обумовлює їх роль та активний розвиток у сфері торгівлі та актуалізує виявлення та вирішення проблем їх функціонування в даному секторі.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми розвитку малого бізнесу розглядаються в наукових працях З. Варналія [2], Л. Воротіної [4], М. Долишнього, П. Єгорова [6], Є. Карпової [6], А. Кисельова, Д. Книша [10], С. Мочерного, З. Патори-Висоцької [10], В. Тирпака та інших вчених. Вагомий внесок у розвиток теорії підприємницької діяльності в торгівлі зроблений вітчизняними вченими-економістами І. Абдуллаєвою, Т. Васильцивим, А. Виноградською [3], Н. Власовою, Н. Краснокутською, Л. Лігоненко та ін.

Незважаючи на підвищений інтерес науковців і практиків до сектору малого підприємництва, у

сучасних умовах ця теорія все ще залишається не-сформованою. Існує об'єктивна необхідність виявлення передумов та особливостей діяльності малих підприємств у торгівлі з метою її стимулювання, визначення шляхів зниження витратомісткості торговельної діяльності суб'єктів малого підприємництва на засадах логістичного менеджменту.

3. Постановка завдання

Метою статті є висвітлення сучасної ролі суб'єктів малого підприємництва (в т.ч. малих та мікропідприємств) в організації торговельного обслуговування населення країни, обґрунтування необхідності їх інтеграції в регіональні системи торговельної логістики.

4. Результати

В Україні у 2013 р. 77,2% суб'єктів господарювання працювали як фізичні особи-підприємці (1328,7 тис.); при цьому найбільш популярною була діяльність у оптовій і роздрібній торгівлі (780,2 тис.). Негативний вплив фінансової кризи обумовив істотне скорочення чисельності фізичних осіб-підприємців (на 26,7% порівняно з 1805,1 тис. ос. в 2010 р.), їх частки в загальній кількості суб'єктів господарювання (на 5,5% порівняно з 82,7%). Ще інтенсивнішим було скорочення зазначених показників у сегменті оптової і роздрібною торгівлі – на 307 тис. ос., або 28,2% в чисельності та на 4,8% – в частці у обсязі реалізації, хоча самі обсяги реалізації продукції фізичними особами-підприємцями зросли на 21113,6 млн. грн.

Кількість малих підприємств за видами економічної діяльності в Україні у 2013 р. (розраховано за [5, с. 36])

(од.)

Вид економічної діяльності	Кількість підприємств	в т.ч. малі підприємства		з них мікропідприємства	
		кількість	частка в загальній кількості підприємств, %	кількість	частка в кількості малих підприємств, %
1	2	3	4	5	6
Сільське, лісове та рибне господарство	49848	46906	94,1	41495	88,5
Промисловість	49130	43179	87,9	32582	75,5
Будівництво	36185	34958	96,6	29236	83,6
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	110414	106575	96,5	93166	87,4
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	16810	15482	92,1	12317	79,6
Тимчасове розміщування й організація харчування	10096	9665	95,7	7916	81,9
Інформація та телекомунікації	14885	14467	97,2	12304	85,0
Фінансова та страхова діяльність	4996	4622	92,5	3888	84,1
Операції з нерухомим майном	35076	34477	98,3	31110	90,2
Професійна, наукова та технічна діяльність	33946	33131	97,6	29923	90,3
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	17478	16385	93,7	13196	80,5
Освіта	2367	2299	97,1	1892	82,3
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4914	4648	94,6	3454	74,3
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2341	2230	95,3	1946	87,3
Надання інших видів послуг	4841	4785	98,8	4052	84,7
Разом	393327	373809	95,0	318477	85,2

У складі сектору малого підприємництва в Україні в 2013 р. функціонувало 373809 малих підприємств (95% кількості підприємств), у т.ч. 318477 мікропідприємств (85,2% малих підприємств) (табл. 1). Найбільш вагомим серед малих підприємств є сектор торгівлі, у якому працюють 106575 малих підприємств (96,5% кількості підприємств цього виду діяльності), з них 93166 од. – мікропідприємства (87,4% кількості малих підприємств).

Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні у 2010-2013 рр. відображені в табл. 2. Кількість малих підприємств у 2013 р. зросла порівняно з 2010 р. на 16,6 тис. од. (4,6%), у т.ч. мікропідприємств – на 18,0 тис. од. (6,0%). При цьому

чисельність зайнятих у малих підприємствах зменшилася з 2164,6 тис. осіб у 2010 р. до 2010,7 тис. осіб у 2013 р., а в мікропідприємствах – на 37,3 тис. осіб, або 4,5%. На малому підприємстві у 2013 р. нараховувалося в середньому 22 працівника, а на мікропідприємстві – 2,5 особи, що відповідає сучасним уявленням. Значно нижчими показниками характеризується діяльність малих підприємств при розгляді результатів реалізації ними продукції (товарів, послуг): як видно з табл. 2, малі підприємства реалізували у 2013 р. лише 16,5% від загальних обсягів реалізації продукції (при 16,9% у 2010 р.), а частка мікропідприємств становила 5,3% (порівняно з 5,4%).

Таблиця 2

Основні показники розвитку малих підприємств в Україні у 2010-2013 рр. (розраховано за [5])

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2013 р. до 2010 р., %, ±
1	2	3	4	5	6
Кількість малих підприємств, од.	357241	354283	344048	373809	104,6
з них – мікропідприємства, од.	300445	295815	286461	318477	106,0
Частка малих підприємств у загальній кількості підприємств, %	94,3	94,3	94,3	95,0	0,7
Частка мікропідприємств у загальній кількості підприємств, %	79,3	79,7	78,5	81,0	1,7
Кількість на 10 тис. населення, од.:					
- малих підприємств	78	77	76	82	105,1
- мікропідприємств	66	65	63	70	106,1
Середня чисельність зайнятих, тис. осіб:					
- на малих підприємствах	2164,6	2091,5	2041,7	2010,7	92,9
- на мікропідприємствах	832,6	788,9	787,6	795,3	95,5
Частка малих підприємств у загальній чисельності зайнятих, %	27,2	26,9	26,6	27,1	-0,1
Частка мікропідприємств у загальній чисельності зайнятих, %	10,5	10,1	10,3	10,7	0,2
Обсяги реалізації продукції, млн. грн.:					
- на малих підприємствах	568267,1	607782,4	670491,6	670258,5	117,9
- на мікропідприємствах	181903,1	189799,1	211850,6	216111,4	118,8
Частка малих підприємств у загальних обсягах реалізації продукції, %	16,9	15,2	15,9	16,5	-0,4
Частка мікропідприємств у загальних обсягах реалізації продукції, %	5,4	4,8	5,0	5,3	-0,1

Відповідає світовим тенденціям галузева спрямованість малого підприємництва, що залежить від: бар'єрів для входу-виходу (в т.ч. адміністративних), конкурентного середовища, споживчого попиту, рентабельності, розміру мінімального старту-

ринку), підвищення іміджу підприємства та його вартості на ринку [8, с. 170] (рис. 1).

Специфіка господарської діяльності в торгівлі обумовлює особливості торговельного підприємства: високий рівень комерційних ризиків; ве-



Рис. 1. Цілі діяльності малого торговельного підприємства на ринку

вого капіталу, наявності державної підтримки. Суб'єкти малого бізнесу в основному орієнтовані на торговельну діяльність, де зосереджено 52,6% фізичних осіб-підприємців та 28,5% малих підприємств. При цьому частка торговельного сегмента малого бізнесу в обсягах реалізації є значною: 59,9% – по сегменту фізичних осіб-підприємців, 8,0% – по сегменту малих підприємств. Торговельна орієнтація малого підприємництва природна і впливає з того, що в торгівлі нижня межа розміру підприємства, здатного ефективно функціонувати та конкурувати, нижча, ніж в інших галузях, невеликі обсяги стартового капіталу, відносно швидка окупність коштів, стабільний споживчий попит населення.

У ринковій економіці торговельне підприємство – це вид самостійної господарської діяльності у сфері оптової, роздрібно торгівлі або торговельного посередництва, яка здійснюється юридичними та фізичними особами. При цьому діяльність суб'єктів бізнесу спрямована на досягнення цільового результату шляхом ефективного використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів при повній майновій відповідальності за результати своєї діяльності й одержанні свідоцтва про державну реєстрацію як суб'єкта господарювання у сфері торгівлі. Проміжними цілями їх діяльності є задоволення споживчого попиту на товари та послуги, зміцнення позицій на ринку, обслуговування певної групи споживачів (сегмента

лику кількість індивідуальних підприємців і малих підприємств; невисокий рівень державного регулювання; підвищені вимоги до відповідальності перед партнерами; висока залежність від ринкової кон'юнктури; високі вимоги до здібностей і компетенцій у сфері організації та координації специфічних для торгівлі видів діяльності; низький загальний рівень інноваційності [1, с. 6].

Проведений аналіз характеристик діяльності зазначених суб'єктів та їх матеріально-технічної бази показав, що основна частина суб'єктів малого бізнесу зосереджує свою діяльність на провадженні роздрібно торгівлі у магазинах, об'єктах дрібно-роздрібно торгівельної мережі, на ринках (провідну роль в обсягах реалізації споживчих товарів віграють магазини); більшість малих підприємств та фізичних осіб-підприємців у сфері роздрібно торгівлі зорієнтовані на торгівлю переважно продоварами у неспеціалізованих магазинах (17822 од., або 34,8% об'єктів роздрібно мережі) та непродтоварами у спеціалізованих магазинах (23736 од., або 39,7% об'єктів) (табл. 3).

Кількісні параметри об'єктів роздрібно торгівельної мережі характеризуються значно нижчими за усереднені показники розмірами торгової площі (середня торгова площа одного неспеціалізованого магазину з торгівлі продоварами в секторі малих підприємств становить 69,3 м² порівняно з 249,3 м² загалом по групі таких магазинів; середня торгова площа одного спеціалізованого магазину з торгівлі

Мережа об'єктів роздрібної торгівлі в Україні у 2010 та 2013 рр. (розраховано за [9])

Показники	Кількість об'єктів, тис. од.			Питома вага у загальній кількості об'єктів, %		
	2010 р.*	2013 р.	+/-	2010 р.	2013 р.	+/-
Мережа роздрібної торгівлі	64211	59818	-4393	100,0	100,0	-
у т.ч.: магазини	48383	45519	-2864	75,4	76,1	0,7
з них: продовольчі магазини	23667	20788	-2879	36,9	34,8	-2,1
- з універсальним асортиментом	20601	17822	-2779	32,1	29,8	-2,3
з них: - універсами, супермаркети	1456	1642	186	2,3	2,7	0,4
- гіпермаркети	225	277	52	0,4	0,5	0,1
- спеціалізовані продовольчі магазини	3066	2966	-100	4,8	5,0	0,2
непродовольчі магазини	24716	24731	15	38,5	41,3	2,8
- з універсальним асортиментом	1414	995	-419	2,2	1,7	-0,5
з них: - універсами	21	34	13	0,0	0,1	0,1
- спеціалізовані непродовольчі	23302	23736	434	36,3	39,7	3,4
Магазини самообслуговування	6827	7539	712	10,6	12,6	2,0
у т.ч.: - продовольчі	4436	4950	514	6,9	8,3	1,4
- непродовольчі	2391	2589	198	3,7	4,3	0,6
Напівстаціонарні об'єкти	15828	14299	-1529	24,6	23,9	-0,7
з них: - кіоски	8783	6920	-1863	13,7	11,6	-2,1
- АЗС	7045	7379	334	11,0	12,3	1,3

*На кінець року

непродтоварами в секторі малих підприємств становить 56,4 м² порівняно з 95,4 м² загалом по групі), при тому, що середній показник формується насамперед за рахунок 20% магазинів, які мають торгову площу, більшу, ніж середня. Ще нижчими є значення перерахованих показників для суб'єктів малого підприємництва, що здійснюють роздрібну торгівлю в сільській місцевості. Інформація про кількісні параметри магазинів, що належать фізичним особам-підприємцям, у системі офіційної статистики застаріла (дані т.зв. разових переписів мережі підприємців), відсутня у вільному доступі, а тому може бути визначена лише орієнтовно (це актуалізує питання формування в Україні Реєстру торговельних об'єктів). Більшість об'єктів роздрібно-ї торговельної мережі суб'єктів малого бізнесу працює за морально застарілими технологіями продажу через прилавок обслуговування, без використання ЕРРО та безготівкових форм розрахунків.

Значною мірою проблеми діяльності суб'єктів малого підприємництва пов'язані з усталеною протягом останніх років системою організації комерційних зв'язків, що орієнтована на поєднання слабо систематизованих оптових закупівель товарів від гуртівень та місцевих товаровиробників і постачань товарів відомих торгових брендів силами дистрибуторських компаній, а також за особистої участі власників-суб'єктів малого підприємництва у здійсненні закупівель та доставки товарів. Як показують результати дослідження, це призвело до низького рівня плановості та керованості процесами формування асортименту товарів і товаропостачання торговельних об'єктів, зростання кількості постачань товарів у кожен торговельний об'єкт на фоні незначних (т.зв. блоки, палети) кількостей одиниць упаковки товарів, невеликої вартості кожної партії товарів та її низької комплектності (внаслідок вузької спеціалізації дистрибуторів). Наслідком такої системи постачань стає зростання транспортних витрат, пов'язаних із логістикою товарів, особливо

– в магазини та інші об'єкти розосередженої роздрібно-ї торговельної мережі суб'єктів малого підприємництва, розташовані в сільській місцевості.

Загострення проблем логістичного забезпечення торговельної діяльності суб'єктів малого підприємництва обумовлює потребу в її реформуванні на засадах використання інструментарію логістичного менеджменту та інтеграції в системи регіональної логістики шляхом створення т.зв. логістичних центрів, місце розташування яких дозволяло б перейти від традиційних поставок з обласного центру до постачань із складів міжрайонного значення, наближених до товаровиробників завдяки дислокації в одному з транспортних вузлів, обслуговуючих кілька поряд розташованих сільських районів. Варто звернути увагу на доцільність об'єднання поставок від кількох дистрибуторських компаній на засадах т.зв. крос-докінгу, що дозволить одним транспортним засобом доставляти партії товарів в усі торговельні об'єкти певної географічної зони у максимально скомплектованому асортименті.

Поряд з цим, необхідною умовою та ефективним інструментом управління товарними потоками має стати застосування інформаційних технологій збору, опрацювання, використання інформації про реалізацію товарів у магазинах суб'єктів малого підприємництва в контексті прийняття ними управлінських рішень щодо закупівлі товарів та їх здійснення в системах електронної торгівлі (за моделлю «B2B»). Для цього об'єктивно необхідно передумовою має стати усвідомлене рішення суб'єктів малого підприємництва про використання в їх діяльності сучасних, адаптованих до застосування в цій сфері моделей ЕРРО (наприклад, MINI-500.02ME), витрати на придбання яких можна розподілити в часі за рахунок організації лізингових схем придбання обладнання. Застосування ЕРРО з підключенням платіжного терміналу для виконання безготівкових розрахунків, підключення зовнішніх пристроїв (ваг, модему, сканера штрих-кодів, платіж-

ного терміналу, грошового ящика, ПК) дозволить контролювати потоки товарів у розрізі т.зв. SKU (фактично SKU – одиниця однієї товарної групи, марки, сорту в одному типі упаковки однієї розмірності, ємності, кольору тощо, яка виділяє товар) у кожному торговельному об'єкті в режимі реального часу та суттєво підвищити якість комерційних рішень, конкурентоспроможність кожного суб'єкта.

5. Висновки

Дослідження параметрів розвитку малого торговельного підприємництва дозволило виявити низку недоліків в організації комплексу основних та забезпечуючих процесів малих торговельних підприємств, пов'язаних із масштабами їх торговельної діяльності та рівнем розвитку матеріально-технічної бази, недосконалістю організації господарських зв'язків, примітивізацією торгово-технологічного процесу та його технічного забезпечення. Виявлені проблеми обумовлюють потребу в застосуванні останніми інструментарію логістичного менеджменту та інтеграції у регіональні системи торговельної логістики. Це потребує подальшої розробки засобів та методик реалізації логістичного підходу в сферах інформаційної та торговельної логістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бубенець І. Г. Формування підприємницького потенціалу в підприємствах торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” / І. Г. Бубенець. – Харків, 2014. – 23 с.
2. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. – К. : Знання, 2001. – 277 с.
3. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : ЦНЛ, 2004. – 807 с.
4. Воротіна Л. І. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання : навч. Посіб. / Л. І. Воротіна. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2001. – 307 с.
5. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва – 2013 : стат. Збірник / [за ред. М. С. Кузнецова]. – К., 2014. – 471 с.
6. Егоров П. В. Управление развитием предприятия малого бизнеса : монографія / П. В. Егоров, Е. И. Карпова. – Донецк : Изд-во ООО “Лебедь”, 2007. – 232 с.
7. Кирилич Т. Ю. Особливості діяльності малих підприємств на оптових ринках / Т. Ю. Кирилич // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.7. – С. 196-201.
8. Комко Г. М. Методичний підхід до вимірювання розвитку малого бізнесу в містах і районах регіону / Г. М. Комко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 6. – С. 169-180.
9. Мережа роздрібною торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року : стат. збірник. – К., 2014. – 124 с.
10. Патора-Висоцька З. Малий бізнес і прямі іноземні інвестиції : монографія / З. Патора-Висоцька, Д. Книш. – Львів : НУ “Львівська політехніка”, 2006. – 208 с.