**Розділ II ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**Тема 3. Роздрібні торгові підприємства, їх характеристика**

**1. Особливості функціонування роздрібних торгових підприємств**

Закон України "Про підприємства" передбачає функціонування таких видів підприємств, залежно від форми власності:

**1. Підприємства, засновані на приватній власності.**

Об'єктами приватної власності є:

— індивідуальні підприємства, засновані на особистій власності фізичної особи та виключно на її праці;

—сімейні підприємства, засновані на власності та праці громадян — членів однієї сім'ї, що проживають разом;

—приватні підприємства, засновані на власності окремих громадян України, з правом найму робочої сили;

— підприємства, засновані на власності іноземних громадян.

**2. Підприємства, що засновані на колективній власності.**

Право колективної власності виникає на підставі: добровільного об'єднання майна громадянина, юридичних осіб для створення кооперативів, акціонерних товариств, інших господарських товариств, об'єднань; передавання державних підприємств в оренду; перетворення державних підприємств в акціонерні та інші товариства. У колективну власність можуть бути передані підприємства державної власності. Колектив володіє.

користується та розпоряджається об'єктами власності, які йому належать. Вищими органами управління суб'єктів колективної форми власності є загальні збори, конференції, з'їзди. Окремі функції господарського управління колективним майном можуть бути покладені вищими органами управління на власника, створювані ним органи.

Суб'єктами права колективної власності є:

— орендні підприємства;

—товариства покупців;

—кооперативи;

—колективні підприємства;

—споживчі товариства та їх спілки;

—стальні підприємства.

**3. Підприємства, засновані на загальнодержавній власності.**

Об'єктом загальнодержавної власності є майно державних підприємств, а суб'єктом—держава.

**4. Підприємства, засновані на комунальній власності.**

Суб'єктами права комунальної власності є:

—Автономна Республіка Крим;

—адміністративно-територіальні одиниці (обласні, районні, міські, селищні, сільські ради народних депутатів).

Форми власності як економічної категорії, системи відносин власності розглядаються під час аналізу статистичної та фінансової звітності підприємства.

Залежно від обсягів діяльності та чисельності працівників підприємства, незалежно від форм власності виділяють великі, середні та малі підприємства. До малих підприємств у роздрібній торгівлі належать такі підприємства, чисельність працівників яких не перевищує 15 осіб.

Торговельне підприємство, функціонуючи на ринку споживчих товарів, водночас є активним учасником інших сегментів ринку. На ринку засобів виробництва воно купує потрібне обладнання, інвентар, інші матеріальні цінності; ринок праці, з одного боку, забезпечує торговельне підприємство кваліфікованою робочою силою, з іншого—приймає надлишкову робочу силу, перерозподіляє ЇЇ між галузями і підприємствами. Торговельне підприємство має потребу у великому обсязі кредитних ресурсів у межах специфіки своєї діяльності та в інших видах інвестицій.

Ефективність підприємницької діяльності торговельного підприємства певною мірою визначається станом та кон'юнктурою ринків, на яких працює або з якими взаємодіє підприємство. Це обумовлює потребу розгляду основних узагальнюючих характеристик ринку з позиції їх впливу на господарську діяльність підприємства

**2. Стан, розміщення, розвиток та ефективність використання підприємств роздрібної торгівлі**

У процесі економічного аналізу розвитку роздрібних торгових підприємств важливим є встановлення стану торгових підприємств. Він визначається ступенем виконання проектів, введенням в експлуатацію підприємств роздрібної торгівлі чи їх реконструкції. Важливим є визначення динаміки розвитку торгової мережі за декілька років порівняно з показниками змін гюздрібного товарообігу, товарних запасів, чисельності працівників та чисельності населення, яке обслуговується.

Характеристика стану роздрібної торгової мережі передбачає дотримання затвердженої номенклатури типів магазинів, асортиментної політики, а також забезпеченість населення, яке обслуговується цими торговими підприємствами (торговою площею). Така характеристика визначається внаслідок співставлений одиничної торгової площі магазинів з нормативною в розрахунку на 1000 осіб.

Стан та розміщення роздрібних торгових підприємств визначається також виявленням змін якісного складу підприємств торговельної мережі, а саме встановленням частки магазинів у загальній кількості різних підприємств. Потім визначенням питомої ваги універсальних та спеціалізованих магазинів, ступенем впровадження прогресивних методів торгівлі. Безпосередньо розміщення підприємств вимагає оцінки загального розташування торгової мережі у місті, сільському районі, його населених пунктах з урахуванням кількості населення, адміністративно-господарської значущості торговельного підприємства в обслуговуванні населення.

Характеристика стану та розвитку торгової мережі вимагає оцінки оснащеності магазинів обладнанням, устаткуванням відповідно до встановлених нормативів. Кінцеві результати роботи підприємства знаходять своє відображення у показниках ефективності використання торгової мережі як частини основних фондів. Аналіз стану розвитку торгової мережі знаходить своє відображення тільки при загальній оцінці розвитку міст, селищ, сільських населених пунктів.

Окремо слід виділити показник введення в експлуатацію підприємств торгівлі та громадського харчування. Він розраховується як відношення практично введеної кількості підприємств до планового завдання, внаслідок чого визначають ступінь виконання плану введення в дію підприємств торгівлі.

Для характеристики розвитку та ефективності використання підприємств роздрібної торгівлі використовують таку методику (табл. 5):

Таблиця 5. Методика характеристики розвитку та ефективності використання підприємств

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Одиниця виміру | Попередній рік | Звітний рік | Динаміка 1або відхилення |
| Усього підприємств роздрібної торгівлі на кінець року | одиниць |  |  |  |
| У тому числі магазини | одиниць |  |  |  |
| Торговельна площа | тис. м2 |  |  |  |
| Середня торговельна площа одного магазину |  |  |  |  |
| Торговельна площа на 1000 осіб населення | м2 |  |  |  |
| Частка підприємств, забезпечена холодильним обладнанням | % |  |  |  |
| Питома вага магазинів самообслуговування | % |  |  |  |
| Частка магазинів, що працює у безперервному режимі | % |  |  |  |
| Роздрібний товарооборот на уг торгової площі магазинів | грн |  |  |  |

Інтенсифікація діяльності торгових підприємств певною мірою залежить від ефективності використання їх основних фондів. Показниками для торговельних підприємств є фондовіддача (товарооборот за рік поділити на середньорічну вартість основних фондів), фондомісткість (суму вартості основних фондів поділити на роздрібний товарооборот), фондорента-бел ьність (відношення суми прибутку за рік до середньорічної вартості основних фондів), коефіцієнт змінності (ділення кількості годин роботи магазину в день до тривалості однієї зміни), коефіцієнт безперервності (відношення кількості робочих днів магазину до календарної кількості днів).

Поряд із наведеними загальними показниками ефективності використання роздрібної торгової мережі є ще низка окремих показників. Одним із них є товарооборот на 1 м2 торгової площі. Цей показник використовується для характеристики ступеня використання торговельної площі. Аналітичним показником ефективності є коефіцієнт використання холодильного, технологічного, ваговимірювального, касового, піднімально-транспортного обладнання.

Коефіцієнт інтенсивності використання обладнання розраховується для умов планового і фактичного виробництва продукції шляхом ділення обсягів планового чи фактичного виробництва продукції в натуральному обчисленні на максимальний випуск продукції (теоретичний).

Виділяють також інтегральний коефіцієнт використання обладнання. Цей показник визначає завантаження засобів праці як у часі, так і за продуктивністю. Він обчислюється як добуток коефіцієнта інтенсивності й коефіцієнта екстенсивності.

Найбільш вагомим резервом підвищення використання роздрібної торгової мережі є скорочення термінів будівництва підприємства, концентрація капітальних вкладень на основних, пускових об'єктах; збільшення їх частки, направленої на реконструкцію і технічне переозброєння, вдосконалення структури площ магазинів у бік збільшення площі їх торгових залів, збільшення частки активної частини основних фондів, запровадження прогресивних форм обслуговування покупців, скорочення затрат ручної пращ.

### 3. Спеціалізація торгової мережі як шлях до ефективної боротьби за покупця

Підвищення ефективності обслуговування покупців ґрунтується значною мірою на спеціалізації роздрібних торгових підприємств. Спеціалізація магазинів, секцій, відділів і робочих місць здійснюється переважно за товарно-галузевою ознакою. її зміст полягає в обмеженні діяльності магазину, секції, відділу окремою групою (підгрупою) товарів з метою найбільш повного задоволення попиту споживачів та економії їх часу на пошук і придбання потрібних товарів.

Спеціалізація магазинів дозволяє зосередити асортимент товарів у порівняно невеликій кількості місць. При цьому асортимент такого магазину повинен повністю відповідати попиту населення в межах цієї групи товарів. Це призводить до того, що дотримується найважливіша умова купівлі-продажу—відповідність пропозиції товарів за обсягом та асортиментом конкретному сегменту попиту населення. Без такої відповідності не може здійснюватися купівля-продаж з належною економічною ефективністю (зростанням товарообороту і доходів) торгового підприємства та соціальним ефектом у вигляді економії часу покупців на пошук і придбання товарів.

Потреба спеціалізації магазинів значною мірою обумовлюється складним асортиментом окремих груп товарів. Поки що з різних причин практично неможливо створити такий магазин, асортимент товарів якого включав би всі види і різновиди. Через це, чим ширший і глибший асортимент товарів надходить на ринок, тим більше сегментується попит споживачів, і тоді потрібні спеціалізовані магазини. Оскільки обіг виробництва зростає і асортимент в умовах сегментації попиту населення змінюється, то і сам процес спеціалізації та переспеціалізації магазинів періодично повинен удосконалюватися. Отже, сприятливою умовою раціональної спеціалізації роздрібної торгової мережі є широкий асортимент товарів і сегментація ринку (попиту) та забезпечення конкурентоспроможності спеціалізованих магазинів.

З розвитком ринкової економіки процес спеціалізації магазинів повинен бути спрямований на споживача. Це можна порівняти зі спеціалізацією магазинів за ознакою споживчих комплексів. їх асортимент формується для задоволення попиту відповідного сегменту ринку (групи покупців, наприклад, жінок, дітей, молоді або за ознакою задоволення якоїсь потреби, наприклад, "все для дому"). Цей напрям спеціалізації магазинів вважається прогресивним, адже в його основі лежить відповідний сегмент попиту населення (групи людей), для задоволення якого формується відповідний асортимент товарів.

Зарубіжний досвід спеціалізації мережі магазинів свідчить про те, що період уніфікованого масового попиту на товари давно вижив себе. Індивідуальні запити покупців стали відігравати вирішальну роль при виборі товарів. Замість масового споживача з'являється новий принцип— "бажаний товар у бажаний час у бажаній кількості''. Основою для цього стає поділ споживачів на окремі групи. Перша група включає підлітків до 19 років, друга—молоді сім'ї, третя—людей похилого віку. В свою чергу, ринок для людей похилого віку також поділяється на сегменти.

Сегментація ринку обумовлює появу спеціалізованих секцій, відділів. Таким чином, процес спеціалізації є основою типізації магазинів. А через те, що основними ознаками типу магазину є асортимент і розмір торгової площі, спеціалізація і типізація магазинів утворюють єдиний процес поділу праці в роздрібній торговій мережі. Тип магазину призначається для обслуговування одного або декількох сегментів ринку. Практичне вирішення проблеми створення комплексної системи торгового обслуговування без економічно обґрунтованого проведення спеціалізації й типізації магазинів неможливе.

Важливим також є оптимальне співвідношення спеціалізації та універсалізації торгової мережі. Воно регулюється в основному соціально-економічною ефективністю, яка лежить в основі конкурентоспроможності торгового підприємства.

Пізнати об'єктивну закономірність спеціалізації в розвитку мережі магазинів і практично використати її можливо тільки шляхом досягнення відповідності суб'єктивної діяльності людей об'єктивним законам ринкової економіки.

Саме боротьба за покупця є рушійною силою і суттю процесу спеціалізації роздрібної торгової мережі.

Процес спеціалізації роздрібної торгової мережі є вихідним моментом для пізнання всього процесу розвитку структури галузі, в тому числі й розвитку оптової торгівлі та її зв'язків з промисловістю.

В умовах енергетичної кризи виникли спеціалізовані енергетичні магазини, які торгують високо-економічними джерелами освітлення та обігрівання житла, теплоізоляційними матеріалами, енергозберігаючим обладнанням.

На спеціалізацію роздрібної торгової мережі суттєво вплинули зміни соціально-демографічних процесів, структури споживчого попиту. З'являються магазини, їдальні для незаможних, які спеціалізуються на продажі продукції, що частково втратила свій товарний вигляд. Для обслуговування багатих покупців з'явились супермаркети-склади.

Поряд із товарною спеціалізацією роздрібної торгової мережі в умовах конкурентної боротьби в деяких магазинах здійснюється універсалізація асортименту товарів. Так, супермаркети організовують продаж іграшок, квітів, товарів для садово дів, друкованої продукції.

Слід відзначити, що універсалізація асортименту товарів також, по суті, є спеціалізацією їх продажу щодо сегментного ринку, але не на окремій групі, підгрупі, а на споживачі, на особливостях його попиту на певний комплекс товарів і послуг.

У боротьбі за покупця торгові підприємства повинні глибше вивчати потреби споживачів з метою найбільш повного задоволення їх попиту і водночас забезпечення собі потрібного прибутку.

# Тема 4. Товарооборот торгових підприємств

### 1. Соціально-економічна характеристика роздрібного товарообороту

Одним із основних показників розвитку торгівлі є роздрібний товарооборот. Він визначає економічні відносини, які виникають на кінцевій стадії руху товарів зі сфери обігу в особисте споживання шляхом обміну грошових доходів населення.

**Роздрібний товарооборот** — це реалізація товарів населенню для особистого споживання в обмін на його грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям і установам для колективного споживання та задоволення їх господарських потреб. Такий продаж ще називають дрібним оптом.

Обсяг роздрібного товарообороту державної, колективної та приватної форм торгівлі є одним із важливих показників розвитку господарства в цілому і торгівлі зокрема.

Будучи тісно пов'язаним із загальним станом економіки, роздрібний товарооборот розвивається відповідно зі зростанням промислового і сільськогосподарського виробництва, збільшенням чисельності робітників і службовців, фонду їх заробітної плати, а також зростанням доходів населення.

Роздрібний товарооборот — це дзеркало розвитку промисловості й сільського господарства. Він відображає найважливіші пропорції економічного та соціального розвитку держави, співвідношення промисловості з сільським господарством, розподіл національного доходу на фонд нагромадження та фонд споживання, співвідношення фонду індивідуальної оплати за працю із суспільними фондами споживання, а також попитом і пропозицією.

У роздрібному товарообороті знаходять своє відображення процеси, що проходять в обсязі та структурі споживання матеріальних благ та послуг, а тому він відображає матеріальний добробут народу через величину задоволення потреб населення у продуктах харчування, одязі, взутті, предметах культурно-побутового і господарського призначення.

Роздрібний товарооборот відіграє ключову роль у забезпеченні безперервності процесу відтворення. Роздрібний товарооборот є одним із показників життєвого рівня народу. Він характеризує величину продажу, обсяг і структуру споживання, середньодушове споживання, забезпеченість житлом, дитячими закладами і лікувальними установами, культурний і освітній рівень людей, стан соціального забезпечення і медичного обслуговування, тривалість життя, умов праці та відпочинку. А тому на його підставі можна робити висновки про рівень розвитку і задоволення матеріальних і духовних потреб людей.

Роздрібний товарооборот здійснюється через торговельну мережу державної, колективної та приватної торгівлі.

Економічний зміст роздрібного товарообороту зводиться до процесу продажу товарів населенню через роздрібну торговельну мережу і підприємства громадського харчування різних форм власності. До складу роздрібного товарообороту включають також продаж непродовольчих товарів через комісійні магазини (відділи) державної та кооперативної торгівлі. Сюди включають прийом на комісію речей від населення, а також вироби, виготовлені у порядку індивідуальної трудової діяльності. Складовою частиною роздрібного товарообороту є виручка майстерень за ремонт швейних виробів, взуття, годинників, телевізорів, холодильників та інших предметів культурно-побутового призначення і господарського вжитку, а також виручка кооперативів побутового обслуговування населення.

До роздрібного товарообороту належить також продаж населенню і неторговим організаціям товарів з оптових баз і складів, заготівельних пунктів, виробничих підприємств. При пошитті одягу з тканин замовника до роздрібного товарообороту включають тільки вартість пошиття і допоміжних матеріалів (фурнітури). При пошитті одягу з тканин ательє у роздрібний товарооборот включається повна вартість відпущеного виробу. В першому випадку вартість відпущеної тканини замовника входить до роздрібного товарообороту торгової мережі.

До роздрібного товарообороту включають також виручку майстерень за ремонт швейних виробів, взуття, побутової техніки; від реалізації друкованих видань, палива та лісоматеріалів зі складу. До роздрібного товарообороту включають також продаж товарів прокатним пунктам і додаткову частину виручки за користування, за мінусом вартості періодичних ремонтів предметів, що видаються на прокат. При продажі товарів у кредит до роздрібного товарообороту входить повна вартість товарів на момент їх передачі покупцеві.

Не включається в роздрібний товарооборот вартість тих послуг, які хоч і надаються населенню, але не мають товарного характеру. Це оглядові заходи (кіно, театр, цирк), спортивні змагання, концертна діяльність, обслуговування перукарень, фотографування тощо. Не включається до роздрібного товарообороту реалізація товарів одними торговельними організаціями іншим для подальшого їх перепродажу, продаж сировини і матеріалів підприємствам промисловості та будівництва, а також інші торговельні операції, якими не завершується процес товарного обороту. Документальний облік роздрібного товарообороту здійснюється у державній, кооперативній та приватній торгівлі. При реалізації товарів на місцевих сільськогосподарських ринках товарооборот визначають на основі кількості доставленої продукції й середнього розміру цін станом на 25 число кожного місяця.

Роздрібний товарооборот, його обсяг і структура формуються під впливом розвитку виробничих сил суспільства і різних факторів соціально-економічного та виробничо-технічного характеру.

Матеріальною основою формування роздрібного товарообороту є виробництво предметів народного споживання.

### 2. Сутність значення товарообороту підприємства як економічної категорії та показника діяльності

Економічні відносини, пов'язані з обміном грошових коштів на товари, відображають економічну сутність товарообороту.

Значення товарообороту потрібно розглядати на рівні держави та на рівні конкретного торгового підприємства.

На державному рівні значення показника '' обсяг та структура товарообороту" полягає у такому.

Роздрібний товарооборот одним із важливих показників соціально-економічного розвитку країни, який характеризує заключний етап руху товарів у сферу споживання. Саме через роздрібний товарооборот відбувається зміна форм вартості споживчих товарів, створеної в процесі виробництва.

Роздрібний товарооборот характеризує обсяг залучення купівельних фондів споживачів у вигляді грошових доходів, отриманих як оплата праці, які обмінюються в роздрібній торгівлі на товари відповідно до попиту населення.

Роздрібний товарооборот є одним із важливих показників рівня життя, матеріального та культурного благополуччя населення країни.

На підставі роздрібного товарообороту визначається система аналітичних показників. Це обсяг споживання окремих видів продовольчих та непродовольчих товарів, забезпечення населення товарами культурно-побутового призначення, відповідність споживання раціональним нормам тощо.

Роздрібний товарооборот певною мірою впливає на стан грошового обігу в державі, стійкість національної валюти, оскільки обіг грошових коштів значною мірою пов'язаний з обслуговуванням роздрібного товарообороту.

Обсяг товарообороту є основним показником діяльності торгового підприємства, який характеризує результат його діяльності щодо залучення купівельних фондів споживачів; саме реалізація певної маси товарів створює економічне підґрунтя для отримання певного обсягу доходів та прибутку, тобто формує передумови для реалізації стратегічних цілей діяльності підприємства.

Значення показника товарообороту на рівні окремого підприємства залежить від типу економічної системи.

В умовах ринкової економіки обсяг товарообороту залишається одним із основних показників діяльності торговельного підприємства, проте суттєво змінюються його роль та функції.

В умовах ринкової економіки плановий обсяг товарообороту формується на рівні самого підприємства. Його обсяг визначається, виходячи з ринкових позицій підприємства. План роздрібного товарообороту є основним регулюючим фактором формування ресурсного потенціалу підприємства. Обсяг та структура товарообороту визначає вимоги щодо ефективності використання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів підприємства.

### 3. Склад і структура роздрібного товарообороту

Рух товарів до споживача здійснюється у вигляді множини актів купівлі-продажу. Роздрібний товарооборот віддзеркалює сукупність усіх одиничних актів купівлі-продажу, що здійснюється протягом певного періоду.

Роздрібний товарообіг за складом можна розглядати у трьох основних аспектах:

1. Як систему суспільних відносин відтворення.

2. Як систему відносин обміну грошових доходів населення на товари народного споживання.

3. Як систему зворотного зв'язку з виробництвом. Ефективність зв'язків між виробництвом, розподілом і споживанням реалізується у структурних показниках і показниках обсягу.

У роздрібному товарообороті відображають суспільні відносини розподілу, що стосується не тільки грошових доходів населення, але й товарної маси, яка направляється для обміну на грошові доходи. Близько 80 % матеріальних благ населенню надходить через торгівлю. В умовах товарно-грошових відносин вироблений продукт отримує суспільне визнання не в самому споживанні, а вже у ході його реалізації кінцевому споживачу.

Відповідно до "Інструкції про облік роздрібного товарообігу і товарних запасів", затвердженої наказом Міністерства статистики України від 28,12.96 № 389, до складу товарообороту включається виручка від продажу безпосередньо населенню споживчих товарів для особистого споживання як за готівку, так і за розрахункові чеки установ банків через організований споживчий ринок, тобто спеціально організовану торговельну мережу, всіма діючими підприємствами, незалежно віл відомчої підпорядкованості, форми власності та господарювання, а також виручка, одержана через касу торговельного підприємства, організації, установи від продажу безпосередньо товарів власного виготовлення, закуплених на стороні або одержаних за бартером (враховується як продаж лоза торговельною мережею).

До складу роздрібного товарообороту включається реалізація товарів за безготівковим розрахунком із роздрібної мережі, мережі підприємств громадського харчування окремим категоріям установ.

У роздрібному товарообороті враховується продаж як нових, так і товарів, які вже перебували у сфері споживання, куплених у населення і прийнятих торговими підприємствами на комісію.

Роздрібний товарооборот визначається у фактичних цінах на момент продажу товарів покупцю незалежно від часу оплати грошей.

Роздрібний товарооборот виступає одним із основних показників діяльності торгового підприємства. Він є основою для визначення потреби в матеріальних, трудових і фінансових ресурсах. Але в умовах ринку він займає підпорядковане місце відносно прибутку.

Якісну характеристику роздрібного товарообороту складає його асортиментна структура. Під збільшеною структурою роздрібного товарообороту мають на увазі співвідношення в його складі між продовольчими і непродовольчими групами товарів.

Розширену структуру товарообороту складає співвідношення між реалізацією окремих товарних груп у розрізі номенклатури ф. 3-торг статистичної звітності, що включає 92 товари.

При характеристиці роздрібного товарообороту використовують такі показники, як: загальний обсяг у чинних і порівняльних цінах, середньо-душовий роздрібний товарооборот, питома вага окремих товарних груп у загальному обсязі товарообороту, питома вага окремих товарів у межах продовольчих і непродовольчих товарів.

У сучасних умовах спостерігається викривлення в розвитку його асортиментної структури, коли частка непродовольчих товарів у споживчій кооперації займає 10 % від загального обсягу товарообороту.

У розвинутих країнах частка непродовольчих товарів займає близько 70 % від загального обсягу товарообороту.

Загалом роздрібний товарооборот характеризує результати діяльності не тільки торговельних підприємств. У ньому відображається стан економіки в цілому, а саме ефективність виробництва, ступінь розвину-тості ринку та кон'юнктура його розвитку.

# Тема 5. Товарооборот роздрібних торгових підприємств

## Підтема 1. Взаємозв'язок ринку споживчих товарів та товарообороту

### 1. Місце роздрібного товарообороту в процесі ринкових відносин

Подальший розвиток промислового і сільськогосподарського виробництва ставить підвищені вимоги і до торгівлі, що відображається в роздрібному товарообороті.

Роздрібний товарооборот має важливе народногосподарське значення. З ним пов'язана реалізація вартості товару, створеної у виробництві, завдяки чому виробництво отримує стимул для подальшого розвитку. Схематично місце роздрібного товарообороту в процесі ринкових відносин можна показати у такий спосіб:

де В — виробництво; Р— розподіл; О —обмін, який складається з Т (роздрібного товарообороту); Г— оборот громадського харчування; С— споживання.

За допомогою роздрібного товарообороту здійснюється зв'язок виробництва і споживання, який активно впливає на розширення промислового та сільськогосподарського виробництва, а також на формування попиту населення на нові товари.

Роздрібний товарооборот підвищує матеріальну зацікавленість людей у результатах своєї праці, оскільки на грошові доходи\* отримані відповідно до затраченої праці, працівники купують потрібні їм предмети споживання. Чим краще торгівля обслуговує населення, тим більше у нього з'являється можливостей купувати необхідні товари, що спонукає його ефективніше працювати, а також удосконалювати виробництво.

Збільшення роздрібного товарообороту сприяє нормальному грошовому обігу держави, оскільки близько 90 % готівкових грошових надходжень каси банків отримують від торгівлі. Реальна заробітна плата в ринкових умовах залежить від кількості та якості товарів, які знаходяться у сфері обігу та співвідношення роздрібних цін. Досягаючи випуску товарів у потрібній кількості та належної якості, торгівля сприяє встановленню відповідних пропорцій між попитом і пропозицією, що є однією з передумов ринкових відносин. Через роздрібний товарооборот стабілізується курс грошової одиниці, зміцнюється довіра до неї, а тому в умовах переходу до ринку роздрібний товарооборот набирає все більш важливого значення.

### 2. Основні тенденції розвитку товарообороту в умовах переходу до ринку

У тенденціях розвитку роздрібного товарообороту відображаються ті соціально-економічні процеси, які відбуваються загалом у народному господарстві.

Основною тенденцією розвитку роздрібного товарообороту є нарощування обсягів продажу, і в першу чергу — за рахунок зростання цін. За період з 2000 по 2002 р. товарообіг збільшився на 16 %.

Водночас спостерігається тенденція до зменшення обсягів реалізації в натуральному вимірі. Так, у 2000 р., порівняно з 1998 р. обсяг реалізації в натуральних показниках зменшився: м'яса і м'ясопродуктів — на 5,6 %, цукру—на 8,9 %, тваринного масла—на 12,8 %, годинників— на 23,5 %, телевізорів — на 25,0 %. Низка несприятливих тенденцій негативно впливає і на розвиток роздрібного товарообігу, що призвело до сповільнення обсягів реалізації товарів. Негативну роль зіграло при цьому зростання цін на товари. Це позначилось як на продовольчих, так і на непродовольчих товарах. Однак наукові спостереження показують, що структура роздрібного товарообороту буде змінюватися за рахунок більш високих темпів зростання виробництва товарів культурно-побутового призначення і господарського вжитку.

Основним фактором стабілізації структури роздрібного товарообороту служить розвиток ринків певних видів товарів.

На основі розвитку продуктивних сил і вдосконалення виробничих відносин спостерігається тенденція збільшення доходів працівників, а це, в свою чергу, сприяє зростанню продажу товарів у розрахунку на душу населення. Нині ще спостерігаються відмінності в продажу товарів міському й сільському населенню, оскільки значна частина сільського населення закуповує, особливо непродовольчі товари, в містах. Це свідчить про значні резерви зростання роздрібного товарообороту споживчої кооперації.

Позитивною тенденцією в розвитку роздрібного товарообороту є зростання частки або обороту громадського харчування. Слід відзначити, що спостерігається деяка стабілізація частки товарообороту громадського харчування у загальному роздрібному товарообороті (10—12 %).

Зміни, що зараз відбуваються в розвитку роздрібного товарообороту, створюють сприятливу кон'юнктуру для виробника та несприятливу для споживача. У період кризового стану економіки різко змінюється співвідношення реалізації продовольчих і непродовольчих товарів у бік збільшення перших, структура як продовольчих, так і непродовольчих товарів змінюється в бік предметів першої необхідності; збільшується частка товарів, які завжди можуть бути продані і перепродані іншим споживачам, тобто зберігаються замість грошей, зростання роздрібного товарообороту відбувається передусім під впливом зростання роздрібних цін.

Як будь-який економічний процес, роздрібний товарооборот має свої закономірності розвитку. Протягом довгого часу закономірності розвитку роздрібного товарообороту привертають увагу економістів, однак досі немає єдиної думки щодо цього предмета вивчення.

В узагальненому плані можна виділити дві основні закономірності розвитку роздрібного товарообороту: безперервне збільшення обсягу товарообороту та постійне оновлення структури товарообороту. Інші закономірності зводяться більшою чи меншою мірою до цих основних закономірностей. Деталізуючи першу закономірність, можна виділити окремо, крім загальних обсягів, стійкі темпи його зростання. У межах першої закономірності виділяють також темпи зростання товарообороту в місті і в селі, окремо підкреслюється збільшення товарообороту на душу населення.

В оновленні структури товарообороту треба підкреслити постійне зближення структури споживання міського та сільського населення.

Розглядаючи структуру товарообороту в розрізі продовольчих та непродовольчих товарів, слід виділити місце і роль громадського харчування в усьому товарообороті й в обороті продовольчих товарів зокрема.

### 3. Вплив факторів на обсяг реалізації товарів та управління роздрібним товарооборотом

Завдання управління обсягом та структурою товарообороту в умовах ринкової економіки визначають доцільність вивчення можливостей підприємства активно впливати на дію окремих факторів з метою доведення обсягів реалізації товарів до цільового рівня. З метою вивчення можливостей використання факторів для регулювання обсягу товарообороту потрібно здійснити систематизацію факторів на регульовані торговим підприємством і нерегульовані.

У складі факторів, що регулюються торговим підприємством, виділяють чотири групи:

—ресурсного забезпечення;

—пов'язані з організацією торгівлі;

— що визначають умови торговельного процесу; —що відображають стан комерційної роботи.

До групи факторів ресурсного забезпечення відносять: фактори товарного забезпечення, використання трудових ресурсів, а також використання основних фондів.

До групи факторів, пов'язаних з організацією торгівлі, відносять: товарну спеціалізацію, тип структурної одиниці, форму обслуговування, місцезнаходження та тривалість роботи підприємства.

До групи факторів, що визначають умови торговельного процесу, відносять: пропускну спроможність підприємства, інтенсивність потоку покупців, середню ціну закупівлі, рівень задоволення купівлі, рівень культури торгового обслуговування.

До факторів, що відображають стан комерційної роботи, відносять: організацію руху товарів, умови постачання, цінову стратегію, організацію реклами, стимулювання споживача.

Фактори, які не регулюються торговим підприємством, ділять на такі групи:

— фактори, які характеризують розвиток торгівлі в регіоні. Це кількість працівників торгівлі на 1000 мешканців, середньодушовий товарооборот, частка громадського харчування в роздрібному товарообороті, рівень розвитку позамагазинних форм торгівлі, ступінь насиченості товарами торгової мережі в районі діяльності підприємства;

—фактори, що обумовлюють (формують) споживчий попит. До них відносять: грошові доходи на одного мешканця району, структуру використання власних доходів, співвідношення цін на різні товари, рівень попиту на товари, середню кількість відвідувань підприємства одним мешканцем на рік;

—демографічного характеру, до яких відносять: кількість населення в районі обслуговування, частку працездатного населення (від 16 до 60 років) та дітей до 15 років у загальній чисельності населення;

—соціально-психологічні, до яких відносять: структуру неробочого часу, рівень споживання, погляди, переконання, звички, традиції людей.

Нерегульовані фактори впливають на діяльність торгового підприємства, але не можуть керуватися підприємством та його службами. Фактори цієї групи відображають вплив неконтрольованого середовища, яке визначає ступінь успіху або невдачі рішень, які приймаються.

Потрібно враховувати, що будь-який, навіть найкращий план, може зазнати невдачі при негативному впливі нерегульованих факторів. Це визначає доцільність постійного моніторингу за характером нерегульованих факторів, їх впливом, ймовірними змінами у процесі управління товарооборотом підприємства. Щоб пристосуватися до контрольованого турбулентного навколишнього середовища, потрібна адаптація, коригування стратегії та тактики діяльності.

### 4. Використання результатів вивчення факторів у процесі управління товарооборотом

Використання результатів вивчення передбачає:

—найбільш детальну систематизацію факторів;

— встановлення кількісного або логічного зв'язку між факторами та обсягом товарообороту;

—визначення граничних оцінок дії кожного фактора;

—діагностику ситуацій, при яких фактори сприяють чи не сприяють зростанню товарообороту;

—визначення області стійкості (незалежності) обсягів товарообороту при змінах характеру окремих факторів, а також часовий лаг запізнення, що має вплив на зміну факторів;

—виконання варіантних розрахунків планів товарообороту, розробку сценаріїв розвитку товарообороту, враховуючи ймовірність зміни факторів.

Здійснюючи оцінку регульованих факторів, слід враховувати, що через їхню неоднорідність вони по-різному впливають на обсяг товарообороту торгового підприємства.

Визначення характеру дії регульованих факторів полегшує роботу підрозділів торговельних підприємств та служб, які здійснюють розробку стратегії регулювання роздрібного товарообороту та контролю за її впровадженням у життя