

07.09.2023
Група 35
Урок 3-4

Тема: СТРУКТУРНА ПОБУДОВА ТОРГІВЛІ

Мета: визначити завдання і функції торгівлі як сфера національної економіки

Структурна побудова означає радикальні зміни в елементах і складових, структури у результаті чого виникають якісно нові структурні моделі. Широкомасштабна структурна перебудова вітчизняної торгівлі спостерігалася в перехідний період під впливом трансформацій національної економіки на ринкових засадах. Така перебудова охопила головним чином соціальну, функціональну, територіальну та організаційну структуру торгівлі. Організаційні моделі як результат перебудови були розглянуті вище. Тут важливо розкрити інші напрями перебудови багатомірної структури торгівлі.

Побудова соціальної структури торгівлі

Державний сектор торгівлі споживчими товарами становив 2/3, а інша частина припадала на кооперативну торгівлю. Приватна торгівля вважалася чужорідною для системи соціалістичного господарювання. Усе це призвело до надмірної централізації, усупільнення власності і монополізації внутрішньої торгівлі. На сучасному етапі у соціальному плані торгівля представлена трьома основними формами власності: державною, колективною і приватною.

Державна форма торгівлі базується перш за все, на державній комунальній формі власності, тобто на власності місцевих органів влади. Отже, особливістю державної торгівлі є те, що вона заснована на державній формі власності, а її роздрібна й оптова мережа розміщена переважно в містах. Відповідно вона обслуговує міське населення. Необхідність збереження державної форми торгівлі в ринковому середовищі пояснюється багатьма причинами. По-перше, у сфері товарного виробництва зберігається масштабний державний сектор. Тут значна частина продукції реалізується через власну

фірмову торговельну мережу або переважно через державні канали. По-друге, державна торгівля покликана обслуговувати соціально незахищених громадян: пенсіонерів, ветеранів, біженців, багатодітних сімей на пільгових засадах. По-третє, через державну торгівлю державні органи мають можливість організовувати купівлю-продаж на умовах держконтракту, держзамовлення, тобто купувати ресурси для державних потреб і за державні кошти.

Колективна форма торгівлі останнім часом набула прискореного розвитку. Соціально-економічною базою такої форми є колективна форма власності, яка неоднорідна за типами і видами. Провідне місце посідають так звані підприємства колективні, тобто корпоративні. До них належать акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, різні асоціації, об'єднання. їх частка становить 10—12 % у колективній формі торгівлі. Близько 5 % припадає на орендні підприємства, які здійснюють свою діяльність на орендованому майні. Такі підприємства, як правило, перебувають на стадії приватизації.

Провідна роль у колективній формі належить кооперативним підприємствам системи споживчої кооперації. їх кількість — це половина мережі колективної форми, але спостерігається стійка тенденція до їх скорочення.

Характерною особливістю колективної форми торгівлі є широкомасштабність. Колективні торговельні підприємства функціонують як у місті, так і в селі. Корпоративні інтереси забезпечують високу мотивацію до праці, зацікавленість у результатах діяльності, а відповідно, і в ефективному функціонуванні всього колективного сектору торгівлі.

Приватна форма торгівлі, яку було ліквідовано за соціалізму, відродилась у сучасний перехідний період. За короткий термін вона досягла прогресу. Приватна торгівля представлена не тільки дрібно-роздрібною мережею, як було на початку перебудови але й порівняно великими і середніми магазинами.

Фундаментом цієї форми є приватна власність і підприємницька ініціатива.

У міру розширення приватної власності приватна торгівля зміцнює свої позиції.

Для приватної торгівлі характерні постійна диверсифікація, висока культура і якість обслуговування, максимальна наближеність до покупців. Водночас ця форма торгівлі супроводжується постійним ризиком банкрутства.

У зарубіжних країнах поділ інститутів торгівлі за формами власності більш широкий:

- особисте володіння (приватна торгівля);
- корпоративна мережа (на акціонерних засадах);
- державна форма торгівлі;
- споживчий кооператив;
- франчайзинг;
- оренда торговельного об'єкта.

Особисте володіння характерне для некорпоративних фірм. Прибуток, витрати, ризики — це проблеми власника, оскільки торговельні об'єкти перебувають у приватній власності.

Корпоративна мережа заснована на акціонерному капіталі.

Франчайзинг передбачає договір між франчайзером (фірма-виробник, оптова компанія) і франчайзі (роздрібна торговельна фірма), відповідно до якого останньому дозволяється використати марку фірми, товарні знаки або одержати підтримку франчайзера по всьому формату торговельного бізнесу. Таким чином, є два види франчайзинга — на торгову марку (займає 2/3 роздрібною продажу в цьому секторі торгівлі) і на франчайзинг торговельного бізнесу (займає 1/3 продажу, але охоплює більше ніж 75 % торговельних об'єктів, як правило, дрібних).

Оренда широко розповсюджена для організації торгових відділів, розміщення дрібно-роздрібною мережі у великих універсальних магазинах, на ринках, підприємствах сфери послуг, громадського харчування.

Значні перспективи в Україні відкриваються для форми торгівлі, заснованої на власності іноземних фірм.

Серед об'єктів торгівлі з іноземним капіталом переважають роздрібні підприємства, здебільшого відомих зарубіжних фірм.

Привабливість інвестицій у торгівлю пояснюється тим, що:

- окупність інвестицій у сфері обігу й оборотність коштів висока;
- місткість ринку в Україні значна;
- механізм репатріації прибутку для іноземців спрощений.

Підсумовуючи характеристику соціальних форм торгівлі можна констатувати, що вони відповідають багатуукладності економіки, але в перехідний період оптимальності їх пропорцій ще не досягнуто.

Функціональна структура торгівлі

Функціональна структура являє собою склад елементів, що виражають основні функції торгівлі. Донедавна ядро функціональної структури утворювали такі канали: "Матеріально-технічне забезпечення", "Заготівля сільськогосподарської продукції" і "Торгівля товарами народного споживання". Усі вони в різних формах опосередковували обмін і формували сферу товарного обігу. В умовах ринкових відносин ця структура суттєво трансформується.

"Матеріально-технічне забезпечення" і "Заготівлі сільськогосподарської продукції", для яких характерно усупільнення, лімітація матеріально-технічного потенціалу, ресурсів, централізація їх розподілу, не вписуються в ринкову систему і гальмують широке використання товарно-грошових відносин.

Оскільки ці канали займають 3/4 економічного обігу, то закономірно постає проблема їх адаптації до нових масштабів товарно-грошових відносин і відповідної інтеграції в єдину систему торгівлі, як це практикується в більшості країн.

Таким чином, "Матеріально-технічне забезпечення" перетворюється на оптову торгівлю засобами виробництва, а "Заготівля сільгосппродукції" — на оптову торгівлю аграрною продукцією. Тому цілком закономірно, що ці дві

форми можна віднести до галузі "Торгівлі", як це практикується в країнах ринкової орієнтації.

Державний класифікатор видів економічної діяльності в Україні також об'єднує всі раніше наявні організаційні форми в одну групу. Функціональну структуру сфери обігу згідно з новою класифікацією подано в табл. 1.

Таблиця 1 -Функціональна структура торгівлі

Склад торгівлі	Кількість класів	Структура
Оптова торгівля	6	Оптова торгівля не переробленими сільськогосподарськими продуктами
	10	Оптова торгівля харчовими продуктами
	15	Оптова торгівля непродтоварами
	20	Оптова торгівля засобами виробництва і предметами праці
	5	Оптова торгівля транспортними засобами
Посередництво в торгівлі	2	Посередництво в торгівлі сільгосппродукцією і продуктами її переробки
	2	Посередництво в торгівлі товарами легкої промисловості і побутового призначення
	4	Посередництво в торгівлі засобами виробництва і транспортом
	2	Інші види торгового посередництва
Роздрібна торгівля	2	Роздрібна торгівля в магазинах зі змішаним асортиментом товарів
	9	Спеціалізована роздрібна торгівля продтоварами
	2	Роздрібна торгівля фармацевтичними і медичними виробами
	24	Спеціалізована роздрібна торгівля непродтоварами
	3	Роздрібна торгівля уживаними товарами
	5	Роздрібна торгівля поза магазинами
Торгівля послугами	10	Ремонт предметів особистого користування і домашнього вжитку

По суті, в новій класифікації "Торгівля" ототожнює всі наявні раніше організаційні форми у сфері товарного обігу. Отже, у функціональному плані структура торгівлі значно розширилася, охопивши при цьому більш як 55 підкласів, тобто видів і різновидів торгівлі, не менше від 45 класів роздрібною торгівлі, майже 10 класів торгового посередництва і стільки ж класів торгівлі

послугами. Фактично нова функціональна модель торгівлі містить три сектори — оптову, роздрібну торгівлю та торговельне посередництво (рис. 1).

Суть нової структурної моделі торгівлі полягає в тому, що вона матиме не галузевий, а функціональний характер.

Слід особливо підкреслити, що така трансформація торгівлі не тільки відповідає гармонізованому класифікатору видів економічної діяльності (КВЕД), а й наближає структуру вітчизняної торгівлі до моделей розвинутих країн.



Рис. 1. Нова структурна модель торгівлі

Територіальна структура торгівлі відображає регіональні особливості і пріоритети структурної політики в регіонах. Однак сама регіональна політика відносно територіального розвитку торгівлі тільки формується, тому структура торгівлі складається під впливом некерованих факторів зі значними деформаціями.

Найбільш повну картину територіальної структури можна отримати за допомогою аналізу торгівлі в міській і сільській місцевості, а також за регіонами України.

Зазначені проблеми характерні не тільки для територіальної, а й регіональної структури торгівлі. У межах регіонів спостерігаються очевидні диспропорції і деформації в забезпеченості населення роздрібною мережею, торговельними площами, у структурі товарообігу, рівні споживання, якості обслуговування.

Щодо забезпеченості населення роздрібними підприємствами, то особливого контрасту за регіонами не спостерігається. Відхилення від середньої забезпеченості по Україні (15 підприємств на 10000 осіб) незначні. За цим показником Україна лідирує серед багатьох країн. Але варто ще раз зауважити, що вітчизняні підприємства мають порівняно невеликі торговельні площі — середній розмір магазину не перевищує 90 м²

У регіональній структурі найбільш виражені деформації склались у товарообігу.

Усе це вказує на слаборозвинуту систему торговельного обслуговування в регіонах, недостатню роль торгівлі в забезпеченні матеріальних потреб населення, відсутності активної торговельної політики.

Практичне завдання

Заповнити таблицю 2 за даними Держкомстату України

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/oort/oort_u/oort0518_u.htm

Таблиця 2 - Регіональна структура сфери торгівлі

№ п/п	Регіони	Забезпеченість населення		Грошові - доходи на одну особу, грн/рік	Товарообіг на одну особу, грн/рік	Частка грошових доходів у товарообігу, %
		торг. площ., м ² на 10000 жителів	торг. підпр. на 10000 жителів			
	Україна ВСЬОГО					
1	Автономна Республіка Крим					
2	Вінницька					
3	Волинська					
4	Дніпропетровська					
5	Донецька					
6	Житомирська					
7	Закарпатська					
8	Запорізька					
9	Івано-Франківська					
10	Київська					
11	Кіровоградська					
12	Луганська					
13	Львівська					
14	Миколаївська					
15	Одеська					
16	Полтавська					
17	Рівненська					
18	Сумська					
19	Тернопільська					
20	Харківська					
21	Херсонська					
22	Хмельницька					
23	Черкаська					
24	Чернівецька					
25	Чернігівська					