

ОСОБЛИВОСТІ ТА ФОРМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація. Розглянуто сутність поняття "роздрібна торгівля", особливості її ведення, форми роздрібної торгівлі, особливості комерційної роботи з продажу товарів, функції роздрібної торгівлі, вплив рівня цін на форму продажу, орієнтування на асортимент.

Аннотация. Рассмотрены сущность понятия "розничная торговля", особенности ее ведения, формы розничной торговли, особенности коммерческой работы по продаже товаров, функции розничной торговли, влияние уровня цен на форму продажи, ориентирование на асортимент.

Annotation. The essence of the concept of "retail trade", the peculiarities of its management, retailing forms, the features of commercial sales of goods, retail trade functions, the impact of prices on the form of sales, range targeting are considered.

Ключові слова: роздрібна торгівля, магазинна форма, позамагазинна форма, особлива форма, рівень цін.

Актуальність теми обумовлена необхідністю визначення системи, за якою працює увесь бізнес роздрібної торгівлі, що стрімко набирає обороти і відіграє значну роль у житті суспільства. В умовах розширення масштабів обігу товарів і послуг у сфері торгівлі, зростання кількості суб'єктів ринку, демонополізації та посилення конкуренції у внутрішній торгівлі, інтеграції цієї сфери в міжнародні зв'язки особливого значення набуває організація як упорядкована структура і цілеспрямована організаційна діяльність.

Детально розкривають внутрішнє середовище роздрібної торгівлі такі автори, як: Нападовська Л. В., А. Алексєєва, Домбровський В. М., Лучко М. Р., Грабова Н. М. Багато питань розглянуто, але завдяки новим підходам до цього бізнесу вносяться зміни. З'являються нові форми і методи, нові стандарти обслуговування та якості продукції.

Реалізація мети досягається шляхом продажу товарів у підприємствах роздрібної торгівлі, які мають забезпечувати якісне торговельне обслуговування населення країни, окремих регіонів і населених пунктів.

Об'єктом дослідження в цій статті обрано роздрібну торгівлю.

Предметом дослідження виступають форми, особливості та функції роздрібної торгівлі.

Роздрібна торгівля є стартовим майданчиком для нового циклу виробництва і обігу, оскільки товар перетворюється на гроші. При роздрібній торгівлі товари переходять зі сфери обігу у сферу колективного, індивідуального, особистого споживання, тобто стають власністю споживачів. Покупці через роздрібну торгівлю оптимально задовольняють свої потреби, а роздрібна торгівля, враховуючи в своєму асортименті побажання покупців, може більше продати товарів і забезпечити собі комерційний успіх.

Роздрібна торгівля – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачу та надання йому торговельних послуг [1].

Роздрібна торгівля виконує такі функції:

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

2. Інформування споживачів через рекламу, вітрини і 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 і надання різних додаткових послуг [2].

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 [3].

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.

Магазинна форма продажу товарів має домінуюче становище в організації торговельного обслуговування населення. У магазинах покупцям може бути наданий найширший асортимент товарів, можливості їх вибору. Застосування сучасного обладнання, правильної організації торгово-технологічного процесу, раціональної спрямованості потоків покупців, застосування гарної викладки товарів значно спрощують процес вибору товарів, підвищують культуру обслуговування. Можливість організації надання додаткових торговельних і культурно-побутових

здійснення купівлі товару, оскільки залежить від того, заїде покупець у магазин чи ні. Найбільш поширеними методами продажу товарів у сучасних умовах є продаж через прилавок, з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговування, продаж за зразками, попередніми замовленнями.

Позамагазинні форми продажу товарів більше спрямовані на покупців: практично не покупець шукає потрібний йому товар, а товар максимально наближується до покупця, шукає його. Підприємства цієї форми продажу товарів характеризуються високою мобільністю, що дозволяє значно наблизити їх до покупців і скоротити затрати часу на придбання товарів. Однак відсутність у них торговельного залу не дозволяє запропонувати покупцям широкого асортименту товарів, тобто торгівля здійснюється товарами простого, найбільш частого попиту. Ці підприємства, як правило, не можуть також запропонувати покупцям додаткових послуг, що значно знижує рівень торговельного обслуговування.

Особливі форми продажу товарів представлені як традиційними, так і відносно новими формами продажу товарів, їх наявність зумовлюється різними причинами: особливостями формування товарних ресурсів (комісійний продаж, продаж на аукціонах), специфікою організації торгово-технологічного процесу (продаж на аукціонах, електронна торгівля) тощо [4].

Застосування тих чи інших форм продажу товарів визначається багатьма чинниками: ринковою стратегією і тактикою підприємств, наявною матеріально-технічною базою, особливостями товарів та ступенем їх підготовки до продажу, а також, що є найголовнішим – рівнем цін:

Середній рівень цін. Більшість магазинів пропонує товари саме за середніми цінами і відповідно середньої якості та середнього рівня послуг.

Високий рівень цін. Магазини високих цін, пропонуючи своїм покупцям товари і послуги вищої якості, керуються принципами: "Ви пам'ятатимете товари довго і після того, як забудете їх ціни". Такі магазини орієнтуються на покупців із високим рівнем доходів, в яких серед спонукальних мотивів переважають не ціни, а престижність і висока якість товару.

Низький рівень цін. Магазини низьких цін торгують стандартними товарами за порівняно низькими цінами для масового споживача. При зниженій нормі прибутку на одиницю товару вони забезпечують прибутковість за рахунок збільшення обсягів збуту [5].

На протилежність плановій економіці, яка внаслідок вказівок планових органів позбавляла роздрібну торгівлю підстав для самостійних дій, ринкова економіка вимагає від підприємця у сфері роздрібною торгівлі господарювання на основі особистої відповідальності. У своєму асортименті підприємець орієнтується на побажання покупців і передає ці замовлення постачальникам, тобто на ринку він є сполучною ланкою між виробником і споживачем. Чим краще підприємець у роздрібній торгівлі враховуватиме в своєму асортименті побажання покупців, тим більше товарів він зможе продати, тим вищим буде його комерційний успіх. Покупці зі свого боку в змозі через роздрібну торгівлю оптимально задовольнити свої потреби. Таким чином, обидві сторони – і підприємець у роздрібній торгівлі, і покупець – отримують вигоду із взаємної залежності і готовності роздрібною торгівлі до роботи завдяки вдалій комерційній роботі [6].

Комерційна робота з продажу товарів у роздрібних торгових підприємствах має свої особливості.

1. Роздрібні підприємства реалізують товари безпосередньо населенню, тобто фізичним особам, застосовуючи свої специфічні способи і методи роздрібною продажу.

2. Торгове обслуговування населення припускає наявність спеціально влаштованих і обладнаних торгових приміщень, пристосованих для:

- якнайкращого обслуговування покупців;
- вміння запропонувати і продати товар кожній конкретній людині;
- здійснення підбору і формування торгового асортименту;
- постійного вивчення й обліку споживчих запитів покупців.

3. Роздрібна мережа характеризується великою територіальною роз'єднаністю та роздрібненістю, її діяльність можна віднести, переважно, до сфери малого бізнесу. Від керівників роздрібних торговельних підприємств потрібна велика заповзятливість та ініціатива в комерційній роботі з організації продажу товарів населенню; вміння добре обслужити покупців, протистояти конкурентам і забезпечити нормальний прибуток [7].

У практиці як вітчизняної, так і зарубіжної торгівлі магазинна форма продажу товарів залишається зручним методом, який доцільно застосовувати в дрібних торговельних підприємствах, які реалізують товари продовольчого та вузькоспеціалізованого непродовольчого асортименту. Завдяки функціям, які виконує роздрібна торгівля, досягається можливість взаємодії продавця і покупця. Цінова політика має найбільший вплив на вдалу комерційну діяльність, особливості якої треба виконувати для успішного фінансового становища і розвитку торгової діяльності.

Наук. керівн. Часовнікова Ю. С.

Література: 1. Облік в торговельних організаціях та ресторанному господарстві : навч. посібн. / Л. В. Нападівська, А. Алексеева, О. А. Бакурова та ін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 378 с. 2. Грабова Н. М. Бухгалтерський облік у торгівлі / Н. М. Грабова, В. М. Домбровський ; за ред. М. В. Кужельного. – К. : А.С.К., 2009. – С. 647–649. 3. Даньків Й. Я. Бухгалтерський облік у галузях економіки : навч. посібн. / Й. Я. Даньків, М. Р. Лучко, М. Я. Остап'юк. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2010. – 243 с. 4. Бабак А. В. Облік на підприємствах торгівлі : підручник / А. В. Бабак. – Х. : Легас, 2009. – 384 с. 5. Організація торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pidruchniki.ws>. 6. Роздрібна торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua>. 7. Види роздрібною торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.finance-library.com.ua>.