

## ТОВАРНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ФОРМИ ЇХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Вавдійчик І. М.

Київський національний торговельно-економічний університет, Україна,  
Київ

*Розглянуто вплив товарних ресурсів на результативні показники діяльності підприємств роздрібної торгівлі, наведено класифікацію організаційно-економічних форм забезпечення надходження товарів та їх особливості. Предметом є теоретичні та практичні аспекти забезпечення підприємства роздрібною торгівлю товарними ресурсами. Метою роботи є розроблення теоретичних засад формування товарних ресурсів на підприємствах роздрібною торгівлю. Використано методи систематизації та узагальнення. За результатами проведеного дослідження з'ясовано необхідність використання окремих форм забезпечення надходження товарів з урахуванням їх відмітних особливостей.*

*Ключові слова: товарна політика, закупівля товарів, власне виробництво, виробництво товарів під власною торговою маркою, виробництво з давальницької сировини.*

*Вавдійчик И. Н. Товарные ресурсы предприятий розничной торговли и организационно-экономические формы их обеспечения. Киевский национальный торгово-экономический университет, Украина, Киев*

*Раскрыто влияние товарных ресурсов на результативные показатели деятельности предприятий розничной торговли, приведено классификацию организационно-экономических форм обеспечения поступления товаров и их особенности. Предметом являются теоретические и практические аспекты обеспечения предприятия розничной торговли товарными ресурсами. Целью работы является разработка теоретических основ формирования товарных ресурсов на предприятиях розничной торговли. Использовано методы систематизации и обобщения. По результатам проведенного исследования установлено необходимость использования отдельных форм поступления товаров с учетом их отличительных особенностей.*

*Ключевые слова: товарная политика, закупка товаров, собственное производство, производство товаров под собственной торговой маркой, производство из давальческого сырья.*

*Vavdiichyk I. M. Commodity resources of enterprises of retail business and organizationally-economic forms of their providing. Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine, Kyiv.*

*Influence of commodity resources is exposed on effective performance of enterprises of retail business indicators, classification over of organizationally-economic forms of providing of receipt of commodities and their feature is brought. An object are theoretical and practical aspects of providing of enterprise of retail business commodity resources. The aim of work is development of*

*theoretical bases of forming of commodity resources on the enterprises of retail business. The methods of systematization and generalization are used. On results undertaken a study the necessity of the use of separate forms of receipt of commodities is set taking into account their distinctive features.*

*Keywords: commodity politics, purchase of commodities, own production, producing goods under an own trade mark, production from goods made on commission.*

### **Вступ.**

В сучасних умовах нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища, збільшенням впливу його чинників на господарську діяльність, першочерговим завданням підприємств незалежно від розміру та галузі економічної діяльності є досягнення стабільності на ринку та закріплення його позицій серед конкурентів. Вирішення цієї проблеми для підприємства роздрібною торгівлі пов'язане із можливостями формування товарних ресурсів. Конкурентоспроможність підприємства роздрібною торгівлі залежить від його можливостей по формуванню товарного асортименту, можливостей залучення нових постачальників товарів, можливостей застосовувати нові форми забезпечення підприємства товарними ресурсами.

Питання організації торговельної діяльності та товаропостачання були предметом розгляду таких відомих дослідників як Ф. Г. Панкратов та Т. В. Серьогіна, В. К. Памбухчянц, В. В. Апопій, І. І. Корольков, В. М. Ребицький, які зосереджували свою увагу на загальних питаннях організації торговельної діяльності і комплексі торгово-технологічних процесів підприємств торгівлі. Проте, поза увагою переважної більшості дослідників, як вітчизняних так і зарубіжних, залишаються особливості сучасної практики забезпечення товарними ресурсами підприємств роздрібною торгівлі. Тому, на наш погляд, потрібне ґрунтовне дослідження проблем організації процесу забезпечення підприємств роздрібною торгівлі товарними ресурсами, визначення його тенденцій та особливостей здійснення в нових економічних умовах.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження існуючих механізмів забезпечення підприємств роздрібною торгівлі товарними ресурсами.

**Виклад основного матеріалу.** Функціонування економічного механізму будь-якого суспільства, в якому продукти виробництва виступають товаром, неможливе без взаємного обміну продуктами виробництва за законом вартості. Саме товарне виробництво зумовлює необхідність товарно-грошового обміну і доведення товару зі сфери виробництва до сфери споживання. З одного боку, торгівля опосередковує обмін у товарно-грошовій формі й створює умови для розвитку відтворювального процесу. З іншого боку, вона забезпечує реалізацію форм вартості товару, тобто задоволення особистих та суспільних потреб у товарах та послугах [1., с. 32].

Специфіка діяльності підприємств торгівлі полягає у доведенні товарів до кінцевого споживача, що є завершальним етапом їх просування зі сфери виробництва до сфери споживання. Одночасно, доводячи товар до споживача торгівля реалізує інтереси всіх учасників товарного обміну. За твердженням

Дж. Ходжсона обмін представляє собою двосторонній трансфер благ, послуг або грошей між агентами, що передбачає передачу права власності [2, с. 221]. Внутрішня торгівля дозволяє звільнити сферу товарного виробництва від необхідності самостійно реалізовувати вироблені товари, останнє призвело б до розпилення і неефективного використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. За твердженням професора Мазаракі А. А. в умовах всезагальних і всебічних домовленостей та поступок ринок є інститутом вільного обміну, а торгівля бере безпосередню участь в ринковому способі організації людської діяльності [3, с. 299].

Торговельні підприємства повинні забезпечувати безперервність торгового процесу, ритмічний продаж товарів, які відповідають споживчому попиту за асортиментом, кількістю та якістю.

Підприємства торгівлі є основними інститутами, які мають формувати пропозицію товарів відповідно до попиту населення, проводячи певну товарну політику з метою підвищення рівня задоволення потреб споживачів [4, с.15].

Необхідною умовою забезпечення процесу реалізації товарів торговельним підприємством є наявність у нього товарних ресурсів, які є матеріальною основою для розвитку товарообороту торговельного підприємства. Недостатня кількість або відсутність товарних ресурсів суттєво ускладнює господарську діяльність торговельного підприємства, може призвести до зниження обсягів реалізації та недоотримання прибутку.

Товарні ресурси мають наступні особливості: високий ступінь залежності асортиментного набору від попиту населення, високий ступінь впливу наявності товарних запасів на результативні показники підприємств торгівлі, наявність у кожній асортиментній групі властивостей і характеристик товару тощо. [5, с.23]

Товарні ресурси, які є специфічною складовою ресурсного потенціалу торговельного підприємства, забезпечують виконання ним головної функції – доведення товарів до споживачів. Основою формування товарних ресурсів торговельними підприємствами є пропозиція товарів народного споживання, яка є частиною товарної пропозиції. Джерелами формування товарних ресурсів для торговельних підприємств є продукція промисловості, продукція сільського господарства та переробної промисловості, підсобних господарств, імпорт, товарообмінні операції, перехідні товарні запаси.

До конкурентних переваг підприємства торгівлі відносять матеріально-технічний потенціал, його зовнішнє та внутрішнє оформлення, методи продажу, місце розташування, режим роботи, персонал підприємства та рівень його кваліфікації, організаційно-правову форму, асортимент товарів, систему товаропостачання, фінансово-економічні показники, результативні показники, імідж [6]. Отже особливе місце у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі у динамічному ринковому середовищі можуть посісти конкурентні переваги, пов'язані з використанням різноманітних форм забезпечення товарними ресурсами і

відповідно появою нових можливостей забезпечення конкурентоспроможності.

Вивчення та систематизація вітчизняної та зарубіжної практики ведення торговельного бізнесу дозволяє визначити різноманітні організаційно-економічні форми забезпечення надходження товарів до підприємств торгівлі, які розглядаються нами як специфічні способи забезпечення підприємства товарними ресурсами та характер взаємодії між підприємством торгівлі та товаропостачальником з метою формування товарної пропозиції, мають відмітні особливості та специфічний вплив на результати господарсько-фінансової діяльності.

Залежно від набуття права власності представляється доцільним відокремити дві групи товарних ресурсів: з набуттям торговельним підприємством права власності та без набуття права власності. Наявність або відсутність права власності на товарні ресурси обумовлює ступінь самостійності комерційної діяльності підприємства торгівлі, можливості формування власної цінової, продуктової та збутової політики. Від того, яким чином підприємство торгівлі набуває право власності на товари залежить формування власної цінової, продуктової та збутової політики. Від того, яким чином підприємство торгівлі набуває права власності на товари залежить формування первісної вартості товарних запасів; склад поточних витрат, пов'язаних з реалізацією товару; механізм формування комерційного доходу; ефективність управління оборотним капіталом; розмір сформованого та втраченого прибутку. У випадку використання форм забезпечення надходження товарних ресурсів, які дозволяють торговельному підприємству отримати право власності на товарні ресурси підприємство торгівлі відповідно до положень цивільного кодексу отримує право володіння, користування, розпорядження, а товарні ресурси набувають ознак активів торговельного підприємства.

Товарні ресурси, які підприємство торгівлі реалізує на умовах комерційного посередництва, тобто без набуття права власності, є результатом застосування таких організаційно-правових форм забезпечення надходження товарів як укладання договорів комісії, консигнації, концесії, орендовані відділи, реалізацію чи закупівлю товарів на умовах доручення. Під посередницькими операціями розуміють операції, при яких посередник продає (пропонує купити) товар, що не є його власністю. Використання зазначених форм забезпечення роздрібних підприємств товарними ресурсами дозволяє торговельному підприємству, отримувати прибуток, не здійснюючи при цьому інвестицій в товарні запаси.

На нашу думку в сучасних умовах господарювання залежно від ступеню участі підприємства роздрібною торгівлі у процесі створення товарних ресурсів доцільно виділити наступні форми забезпечення надходження товарних ресурсів:

- закупівля товарів;
- власне виробництво;
- виробництво товарів під власною торговою маркою;
- виробництво з давальницької сировини.

Відповідно до вказаних форм товарні ресурси, які надходять до підприємства торгівлі, доцільно класифікувати наступним чином: товарні ресурси, які готові до реалізації або потребують застосування технологічних операцій з підготовки до продажу (товари, які є результатом закупівлі); товарні ресурси, які виготовляються на торговельному підприємстві (є продукцією власного виробництва); товарні ресурси, які виробляються під власною торговельною маркою підприємства роздрібною торгівлі; товарні ресурси, які виробляються з давальницької сировини.

Товарні ресурси, які готові до реалізації, або потребують застосування певних технологічних операцій для підготовки до реалізації, традиційно є результатом застосування такої форми забезпечення надходження товарів, як закупівля. Так, зокрема Дж. Болт відзначає, що на відміну від промислових фірм у торговельних фірмах головна роль у забезпеченні асортименту товарів, призначених для перепродажу, належить закупівлям [7, с.38].

Як зазначають Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу: «закупівля – це організаційна функція придбання матеріалів чи товарів для перепродажу» [8, с.79].

Залежно від організаційно-правового оформлення закупівля товарів може здійснюватись на основі таких видів договорів як договір купівлі-продажу, договір поставки, договір закупівлі сільськогосподарської продукції тощо. Сучасна практика діяльності підприємств торгівлі передбачає використання для закупівлі товарних ресурсів зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Товари, які надходять від зовнішньоекономічних партнерів (без участі посередників) так званій «власний імпорт» надають підприємствам торгівлі додаткові конкурентні переваги та сприяють підвищенню лояльності покупців.

Товарні ресурси, які є результатом власної виробничої діяльності (виготовлення товарів споживчого призначення на базі спеціалізованих структурних підрозділів), як правило, здійснюється підприємствами торгівлі в рамках диверсифікації діяльності. На відміну від інших форм забезпечення надходження товарних ресурсів, об'єктом цінової політики в даному випадку виступає не лише торговельне надбавка, а ціна товару в цілому, що підвищує ступінь гнучкості цінової політики підприємства торгівлі. Порівняно з іншими організаційно-економічними формами підприємство торгівлі незалежне від постачальників та самостійно забезпечує стабільне та ритмічне постачання товарів. В даному випадку підприємство торгівлі здійснює альтернативний вибір між виробництвом власними силами та закупівлею у постачальників. Як зазначають американські дослідники Р. Б. Чейз, Н. Дж. Еквілайн, Р. Ф. Якобс така дилема актуальна для багатьох підприємств торгівлі на сучасному етапі [9].

Все більшого поширення серед великих торговельних мереж набуває виробництво товарів під власною торговою маркою (виготовлення товарів споживчого призначення виробничими підприємствами на замовлення підприємства торгівлі). За твердженням сучасних фахівців з торговельного бізнесу основною конкурентною перевагою товарів під власною торговою

маркою є співвідношення ціни та якості. Низька ціна досягається шляхом мінімізації витрат: у вартість продукції не включаються затрати на занадто дорогу упаковку, рекламу та дистрибуцію товару.

Однією із зовнішніх форм забезпечення надходження товарів з набуттям права власності, є їх виробництво з давальницької сировини, що надана торговельним підприємством виробникові. Підприємство торгівлі, виступаючи в якості замовника (давальця), надає підприємству-виробнику (підрядникові) давальницьку сировину, яка є його власністю, та відшкодувавши вартість виконаних робіт, отримує готову продукцію. Вказана організаційно-економічна форма дозволяє формувати товарну пропозицію з мінімальними витратами, оскільки виробнича складова цін товару формується тільки в частині надання послуг з його виробництва.

В залежності від форм договірних відносин, на основі яких здійснюється надходження товарів, доцільно виділити товари, які надходять за договорами купівлі-продажу, поставки, комісії (консигнації), договору закупівлі сільськогосподарської продукції, зовнішньоекономічних договорів, договорів міни, товари, які надходять в якості внеску до статутного капіталу, товари, які надходять в якості безоплатно одержаних товарів. Здійснення засновницьких внесків ( у процесі формування або поповнення статутного фонду) в товарно-матеріальній формі відбувається шляхом передачі підприємству товарно-матеріальних активів (товарів). Дана форма забезпечення підприємства торгівлі товарними ресурсами, безумовно, не є основною, проте може мати суттєвий вплив на кінцеві результати господарсько-фінансової діяльності підприємства торгівлі, особливо на стартовому етапі його господарювання. Можливість прискореної реалізації таких товарів та відповідно отримання прибутку, залежить від коректно визначеної засновниками (учасниками) їх оціночної вартості та ціни реалізації, наявності попиту на ці товари.

Безоплатне одержання товарів можливе у випадку укладання договорів дарування, інших договорів, які не передбачають грошової або іншої компенсації вартості цих товарів. Обмін, представляє собою організаційно-економічну форму забезпечення надходження товарів у результаті укладання договорів міни, бартерних договорів. У випадку використання договору міни до підприємства торгівлі надходить товар, який може бути як рівноцінним, так і нерівноцінним, по відношенню до обмінюваного товарів. Предметом бартерної угоди є обмін еквівалентних по вартості товарів. Існування вказаної форми забезпечення надходження товарних ресурсів виправдано у випадку неможливості отримання товарних ресурсів іншим шляхом, нестабільністю грошово-кредитної системи (інфляції, неплатежі).

Виживання в умовах конкуренції та обмеженої раціональності, спонукає підприємства торгівлі до еволюційних перебудов і для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції в конкурентному середовищі підприємству торгівлі необхідно не лише підтримувати високу конкурентоспроможність, але й постійно її підвищувати [10]. Порівняльна оцінка різноманітних форм забезпечення товарними ресурсами дасть змогу збільшити віддачу від більш

обґрунтованого їх застосування, підвищити ефективність процесів управління ними.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Таким чином, ефективним засобом організації формування товарних ресурсів є застосування різноманітних форм та джерел їх надходження, врахування їх відмітних особливостей та впливу на досягнення результируючих показників господарської діяльності на підприємствах роздрібної торгівлі, що дало б змогу надалі розробити пропозиції щодо розвитку й удосконалення організаційних і економічних аспектів цього процесу.

### **Література:**

1. *Комерційна діяльність: підручник / за ред. проф. В. В. Анопія. – Вид. 2-ге, переорбл. і допов. – К.: Знання, 2008. – 558 с.*
2. *Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: Манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон: пер. с англ. – М.: Дело, 2003. – 464 с.*
3. *Мазараки А. А. Торговля: история, цивилизация, мораль / А. А. Мазараки. – К.: Книга, 2010. – 624 с.*
4. *Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: моногр. / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.*
5. *Березін О. В. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу торговельних підприємств: моногр. / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Полтава: ІнтерГрафіка, 2012. – 203 с.*
6. *Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації: моногр. / І. В. Смолін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. – 344 с.*
7. *Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт.: пер. с англ. – М.: МТ-Пресс, 2001. – 268 с.*
8. *Джонсон Д. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу и др.: пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Издат. дом "Вильямс", 2009. – 624 с.*
9. *Чейз Р. Б. Производственный и операционный менеджмент / Р. Б. Чейз, Н. Дж. Эквилан, Р. Ф. Якобс: пер. с англ. – 10-е изд. – М.: Издат. дом "Вильямс", 2008. – 1184 с.*
10. *Кондратюк О. І. Напрями підвищення конкурентоспроможності суб'єктів торговельного підприємництва / О. І. Кондратюк, Т. В. Харчук // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. – 2013. – № 4. – С. 155-162.*

### **References:**

1. *Komertsiyna diyal'nist': pidruchnyk / za red. prof. V. V. Apopiya. – Vyd. 2-he, pereorbl. i dopov. – K.: Znannya, 2008. – 558 s.*
2. *Khodzhson Dzh. Ekonomycheskaya teoriya y unstituty: Manyfest sovremennoy ystytutsyonal'noy ekonomycheskoy teoriyy / Dzh. Khodzhson: per. s anhl. – M.: Delo, 2003. – 464 s.*
3. *Mazaraky A. A. Torhovlya: ystoryya, tsyvylyzatsyya, moral' / A. A. Mazaraky. – K.: Knyha, 2010. – 624 s.*

4. Mazaraki A. A. *Torhovel'ne pidpryyemstvo: stratehiya, polityka, konkurentospromozhnist': monohr.* / A. A. Mazaraki, D. M. Psheslins'kyi, I. V. Smolin. – K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2010. – 384 s.
5. Berezin O. V. *Teoriya i praktyka zabezpechennya efektyvnoho vykorystannya potentsialu torhovel'nykh pidpryyemstv: monohr.* / O. V. Berezin, Yu. V. Karpenko. – Poltava: InterHrafika, 2012. – 203 s.
6. Smolin I. V. *Stratehichne planuvannya rozvytku orhanizatsiyi: monohr.* / I. V. Smolin. – K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2004. – 344 s.
7. Bolt H. Dzh. *Praktycheskoe rukovodstvo po upravlenyyu sbytom* / H. Dzh. Bolt.: per. s anhl. – M.: MT-Press, 2001. – 268 s.
8. Dzhonson D. *Sovremennaya lohystryka* / D. Dzhonson, D. Vud, D. Vordlou y dr.: per. s anhl. – 8-e yzd. – M.: Yzdat. dom "Vyl'yams", 2009. – 624 s.
9. Cheyz R. B. *Proyzvodstvennyy y operatsyonnyy menedzhment* / R. B. Cheyz, N. Dzh. Эkvylayn, R. F. Yakobs: per. s anhl. – 10-e yzd. – M.: Yzdat. dom "Vyl'yams", 2008. – 1184 s.
10. Kondratyuk O. I. *Napryamy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti sub'yektiv torhovel'noho pidpryyemnytstva* / O. I. Kondratyuk, T. V. Kharchuk // *Visn. Khmel'nyts. nats. un-tu.* – 2013. – № 4. – S.155-162.