

УДК 330.526.33

Ляшко І. І.
Єременко О. М.

Донецький державний університет управління

СУТІСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено особливості роздрібною торгівлі. Розглянуто нормативно-правову основу комерційної діяльності торгових підприємств. Визначено основні функції роздрібних торгових посередників.

Ключові слова: роздрібна торгівля, підприємство, комерційна діяльність, регулювання, споживач.

Постановка проблеми. Забезпечення різномісних потреб населення є головним завданням торгового бізнесу. Торгівля, реалізуючи споживчу вартість, є з'єднуючою ланкою між виробництвом і споживанням, підтримує баланс між попитом і пропозицією. У загальному розумінні торгівлі прийнято розрізняти два головних її види: торгівлю гуртову – торгові відносини між виробником і одним або декількома торговими посередниками і торгівлю роздрібну – торговельні відносини між виробником або торговими посередниками і споживачем. Роздрібні торгові підприємства є важливою ланкою на товарному ринку. Вони є посередниками між кінцевими споживачами і оптовими посередниками та виробниками. Торгові послуги становлять невід'ємну частку національного суспільного продукту. Тому дослідження розвитку і аналіз процесів у комерційній діяльності роздрібною торгівлі та її державного регулювання є актуальними.

Аналіз досліджень і публікацій. Історично обмін продуктами праці між окремими виробниками товарів і споживачами зародився в глибоку давнину. Видатні вчені і філософи звертались до теми зародження і розвитку торгівлі й обміну. Проте частина зарубіжних і вітчизняних учених дотримуються думки, що торгівля, її перші форми з'являються під час першого суспільного поділу праці, при якому від землеробства відділилося скотарство. На етапі другого суспільного поділу праці виникли міста, з'явилися купці, які почали займатися лише торгівлею. На третьому етапі суспільного поділу праці створилися умови розвитку відносин, коли виробникам стало не вигідно витрачати час на продаж своїх товарів і вони почали передавати цю роботу людям, які спеціалізувались на торгівлі. Це призвело до виділення класу купців, зародження торговельного капіталу і комерційної діяльності.

В процесі руху товару від виробників до споживачів кінцевою ланкою, що замикає ланцюг господарських зв'язків, є роздрібна торгівля. Особливої уваги заслуговують дослідження в даному науковому напрямку таких авторів, як: Воробйов Б.З., Гриценко М.І., Мазараки А.А., Марцин В.С., Мочерний С.В., Брагін Л.А. Однак для реалізації державної політики щодо координації всіх складових роздрібною торгівлі на засадах ринкових механізмів господарювання необхідно упровадження нових правил торгівлі та посилення контролю, що вимагає їхнього подальшого вивчення і розвитку.

Мета статті. Дослідження тенденцій розвитку роздрібною торгового бізнесу в сучасних умовах господарювання з метою підвищення ефективності функціонування його в реальному економіко-правовому середовищі.

Виклад основного матеріалу. Переорієнтація української економіки на різноманітність форм

власності та розвиток підприємництва створила умови для функціонування нових форм роздрібною торгівлі. Розвиток торгівлі сприяє швидкому насиченню ринку необхідними товарами та послугами, розширенню конкуренції, прискоренню науково-технічного прогресу, зростанню добробуту населення.

Роздрібна торгівля на сьогодні є важливою галуззю економіки. Через роздрібну торгівлю проходить переважна більшість грошової готівки, яка є джерелом виплати заробітної плати працівникам усіх галузей народного господарства. Обороти торгівлі в Україні у січні-жовтні 2013 року зросли на 9,5% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року до 718,406 млрд. грн. за статистичними даними. За рахунок готівкових коштів від роздрібною торгівлі здійснюється фінансування різних галузей господарства та місцевих бюджетів, кредитування господарюючих суб'єктів ринку тощо [1, с. 215].

В умовах формування багатоукладної сфери торгівлі торгові роздрібні посередники виконують важливі функції в суспільстві. До головних, на нашу думку, можна віднести такі:

1. *Закупівля і продаж товарів з метою отримання прибутку.* Роздрібна торгівля здійснюється через магазини, павільйони, кіоски, палатки тощо. Комерційна діяльність цих суб'єктів господарювання передбачає широку сферу оперативно-організаційних заходів здійснення процесу купівлі-продажу і отримання прибутку. Акт купівлі-продажу товарів, як відомо, базується на основній, класичній формулі товарного обігу – зміні вартості. Підприємець бере на себе ризики, пов'язані із комерційною роботою.

2. *Найбільше повне задоволення потреб споживачів.* Життя кожної людини пов'язане з різними потребами: матеріальними благами, життєвими зручностями, суспільним визнанням, духовними потребами тощо, які постійно змінюються та вимагають задоволення. Тому виробники і споживачі об'єктивно змушені звертатися до незалежної комерційної організації, яка знаходиться між ними. Гуртові та роздрібні посередники на товарному ринку виступають у вигляді пропозицій.

3. *Відшкодування суспільно-необхідних витрат на виробництво товарів.* Виробники витрачають сировину, матеріали, обладнання, робочу силу тощо на виготовлення конкретного товару і їм необхідно відшкодувати витрати на процес виробництва. Споживачі теж зацікавлені в задоволенні своїх потреб за найменші грошові витрати. Таким чином, економічні інтереси споживачів і виробників не співпадають. Торговий підприємець на ринку виконує посередницьку місію між виробником і споживачем з метою взаємного обміну економічними благами. Він теж повинен покривати свої витрати і працювати рентабельно.

4. *Забезпечення взаємозв'язку торгового підприємництва з виробництвом і гуртовими посередниками.* Комерційне підприємство впливає на виробництво – звільняє виробника від витрат на пошук і ризику при збуті, вивчає попит населення на товари, реалізує їх, формує замовлення на їх виробництво, тобто дає можливість зосередитися на виробництві. Роздрібний посередник налагоджує безпосередні стосунки з кінцевим споживачем при продажі товарів – розподіляє, транспортує, зберігає, комплектує асортимент, здійснює доробку, фасування, пакування товару тощо.

5. *Реалізація вартості товару.* Оскільки товар має вартість, яка створюється абстрактною працею, і споживчу вартість, яка створюється конкретною працею, та в процесі обміну товару на гроші, тобто купівлі-продажу, визначається реальна вартість товару на ринку.

Існують і інші класифікації функцій, які виконує роздрібна торгівля, наприклад: закупівля, транспортування, зберігання, підсорткування, доробка, доведення до товарного вигляду, продаж товарів, прийняття ризиків, фінансова діяльність, інформування ринку, отримання інформації про ринок.

Підприємства торгівлі роблять значний внесок у зростання економіки України. Сучасних роздрібних торгових посередників на споживчому ринку України можна визначити за ознаками представницьких інтересів – виробників або споживачів. Так, виробники з метою незалежності від гуртовиків, намагаються створювати свою мережу торгових магазинів, торгових домів, торгових агентів, які продають свої товари безпосередньо роздрібним торговцям або споживачам. Разом з тим спостерігається також тенденція до організації певних об'єднань, споживчих товариств тощо з метою встановлення прямих зв'язків між споживачами і виробниками без участі оптових суб'єктів господарювання. Такі намагання, як з боку виробників, так і споживачів, встановити економічні зв'язки з меншою кількістю посередників суттєво впливають на формування умов нової якості забезпечення споживачів дешевшими товарами.

Економічні реформи трансформаційного періоду в Україні сприяли значній структурній перебудові роздрібно-торгівлі, її демонополізації та роздержавленню.

За останній час в Україні ухвалено цілу низку законодавчих і нормативних актів, мета яких – захищати права споживачів, підвищувати вимоги до якості товарів, що виробляються, до підприємств роздрібно-торгівлі, незалежно від їхньої організаційно-правової форми, а також громадян-підприємців, які займаються господарсько-торгівельною діяльністю, сприяти нормальній організації процесу торговельного обслуговування покупців, запобігати обмеженню їхніх інтересів у будь-якій формі.

Затверджені законодавчі та нормативні акти регулюють процеси торговельного обслуговування окремими видами товарів, визначають основні правила роботи підприємств роздрібно-торгівлі, вимоги щодо якості й безпечності товарів, термінів їх реалізації, гарантії тощо.

Отже сукупність усіх правил, які регулюють торговельну діяльність, становить нормативно-правову базу, що визначає обов'язкову відповідальність суб'єктів господарсько-торгівельної діяльності як юридичних, так і фізичних осіб, перед споживачем і захищають його законні права.

Особливості роздрібно-торгівлі полягають у тому, що вона покликана захищати інтереси споживачів, бо вона є посередником між виробниками і споживачами, висувати до виробників вимоги щодо якості продукції, її безпеки для здоров'я споживача, товарного вигляду, упаковки, надання споживачеві відповідної інформації про товар, забезпечити його належне торговельне обслуговування [2, с. 196].

Слід відзначити, що загальні права громадян (споживачів) України встановлені Конституцією України, згідно з якою, розробляються й затверджуються акти цивільного та господарського законодавства.

Основними актами цивільного та господарського законодавства України є Цивільний кодекс України № 435-1У та Господарський кодекс України № 436-1У, ухвалені Верховною Радою України 16 січня 2003 року.

Цивільним законодавством регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їхніх учасників.

Господарський кодекс України визначає правові засади господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Він регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання.

Слід зауважити, що у статті 39 третього розділу Господарського кодексу України «Захист прав споживачів» визначені основні права споживачів: «Споживачі під час придбання, замовлення або використання товарів (послуг) з метою задоволення своїх потреб мають право на: державний захист своїх прав; гарантований рівень споживання; належну якість товарів (послуг); безпеку товарів (послуг); необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів(послуг); відшкодування збитків, завданих товарами (послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами(послугами), у випадках, передбачених законом; звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів».

Як видно, держава забезпечує громадянам захист їхніх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (послуг) відповідно до їхніх потреб і гарантує придбання або одержання іншим законним способом товарів (послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я та життєдіяльності.

Однак гарантований рівень споживання забезпечується стимулюванням виробництва товарів, запровадженням у разі необхідності нормованого розподілу товарів, якщо немає гарантій вільного придбання їх кожним споживачем.

В умовах ринкової економіки споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. У разі виявлення недоліків або фальсифікації товарів упродовж гарантійного або інших термінів, уста-

новлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця:

- безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- заміни на аналогічний товар належної якості;
- відповідного зменшення його купівельної ціни;
- заміни на такий само товар іншої моделі з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Вимоги споживача пред'являються за його вибором продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що виконує їхні функції, за місцем знаходження споживача.

Тому продавець, виробник або підприємство що виконує їхні функції, зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.

Споживач має право на те, щоб товари за звичайних умов їх використання, зберігання чи транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну [3, с. 158].

Але у разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару, використання якого може завдати шкоди життю споживача, довкіллю, а також майну споживача, відповідні органи державної влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів.

Зрозуміло, що споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, що забезпечує можливість компетентного вибору [4, с. 48].

Таким чином, інформація про товари має містити:

- назви нормативних документів, вимогам яких має відповідати товар;
- перелік основних споживчих властивостей товарів, а щодо продуктів харчування – склад, калорійність, вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з обов'язковими вимогами нормативних документів і протипоказань щодо застосування;
- ціну та умови придбання товарів;
- дату виготовлення;
- гарантійні зобов'язання виробника;
- правила й умови ефективного використання товарів;

Список літератури:

1. Воробйов Б.З. Основи комерційної діяльності / Б.З. Воробйов, Е.М. Локтев, Ю.Ш. Плетень. – К. : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. – 254 с.
2. Грищенко М. Маркетингові основи комерційного посередництва / М. Грищенко. – К.: Грамота, 2006. – 210 с.
3. Мазараки А.А. Торговля. Деньги. Менталитет : монография / А.А. Мазараки. – К. : Книга, 2006. – 158 с.
4. Технология розничной торговли / Л.А. Брагин, И.Б. Стукалова и др. : Под ред. Л.А. Брагина. – М. : Академия, 2004. – 314 с.

- термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії споживача після його завершення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

- найменування й адресу виробника і підприємства, яке здійснює його функції, щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт, технічне обслуговування.

В процесі регулювання комерційної діяльності у сфері роздрібною торгівлі необхідно посилається до таких важливих нормативно-правових актів, як Укази Президента України щодо посилення державного захисту прав споживачів та державного регулювання відносин у сфері торгівлі, а також правила торговельного обслуговування населення та інші нормативно-правові акти, ухвалені Кабінетом Міністрів України. Також роздрібним підприємствам варто керуватись нормативними документами зі стандартизації. Це:

- державні стандарти України – ДСТУ;
- галузеві стандарти України – ГСТУ;
- стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок України – СТТУ;
- стандарти підприємств – СТП;
- технічні умови України – ТУУ.

Якщо товари підлягають обов'язковій сертифікації, споживачеві має надаватися інформація про їхню сертифікацію.

Висновки. Економічні результати торгового бізнесу в Україні є наслідком розвитку ринкових взаємин та поширення в суспільстві підприємницьких вмінь і знань. Нові тенденції щодо скорочення гуртових посередників на товарному ринку шляхом розширення кількості роздрібних посередників як з боку виробників, так і споживачів, сприяють скороченню зловживань у сфері торгівлі і здешевленню товарів для кінцевих споживачів.

Роздрібна торгівля покликана захищати інтереси споживачів, бо вона є посередником між виробниками (постачальниками) і споживачами, висувати до виробників вимоги щодо якості продукції, її безпеки для здоров'я споживача, товарного вигляду і упаковки.

Водночас із розвитком товарного ринку повинні розроблятися нові й удосконалюватися чинні законодавчі та нормативно-правові акти, які будуть сприяти уникненню свавілля на споживчому ринку, насиченню його якісними товарами, що відповідають зростаючим вимогам споживачів і поліпшують торговельне обслуговування населення.

Ляшко І. І.

Еременко Е. Н.

Донецкий государственный университет управления

СУЩНОСТНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

Исследованы особенности розничной торговли. Рассмотрена нормативно-правовая основа коммерческой деятельности торговых предприятий. Определены основные функции розничных торговых посредников.
Ключевые слова: розничная торговля, предприятие, коммерческая деятельность, регулирование, потребитель.

Lyashko I. I.

Eremenko O. M.

Donetsk State University of Management

ESSENTIAL SPECIALITY AND REGULATION OF RETAIL TRADE IN COMMERCIAL ACTIVITY OF ENTERPRISE

Summary

The special of retail trade were investigated. The norm and legal base the commercial activity of trade enterprises is considered. Key functions of retail trade mediators were determined.

Key words: retail trade, enterprise, commercial activity, regulation, consumer.