

Безпарточный Максим Григорьевич

к.э.н., доцент,

Полтавский университет экономики и торговли, г. Полтава

**ИССЛЕДОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО-
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ТОРГОВЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Рассмотрены основные организационно-экономические формы деятельности торговых предприятий по разным признакам их классификации. Определены основные факторы, влияющие на выбор организационно-экономической формы деятельности торговых предприятий. Исследована динамика хозяйственной деятельности торговых предприятий разных организационно-экономических форм. Обосновывается необходимость формирования оптимальных организационно-экономических форм деятельности торговых предприятий с целью обеспечения эффективности и стабильности в современных условиях.

The basic organizational-economic forms trade enterprises on different grounds for their classification. The main factors influencing the choice of organizational-economic form of activities trade enterprises. The dynamics of economic activity trade enterprises of different organizational-economic forms. The necessity of the optimal organizational-economic forms trade enterprises in order to ensure the efficiency and stability in modern conditions.

В современных экономических условиях для осуществления эффективной деятельности торговых предприятий возникает необходимость выбора оптимальной организационно-экономической формы хозяйствования. Формирование организационно-экономических форм в торговле осуществляется с учетом действующей нормативно-правовой базы, а также ряда критериев, которые определяются исходя из стратегических целей и планируемых результатов хозяйственной деятельности торговых предприятий.

В научной литературе присутствуют публикации ведущих ученых в области обеспечения эффективности функционирования и развития торговых предприятий, которые посвящены исследованию современных организационно-

экономической формы хозяйствования в сфере торговли [1; 4-6; 8-9].

Нами проведены исследования механизмов формирования современных организационно-экономических форм хозяйствования торговых предприятий с точки зрения действующей нормативно-правовой базы Украины [2].

Целью данной статьи является рассмотрение основных организационно-экономических форм деятельности торговых предприятий по разным признакам их классификации, а также определить основные факторы, влияющие на выбор торговым предприятием той или иной формы.

Современная практика торговой деятельности расширяет понятие организационно-экономических форм торговых предприятий. В общем понимании организационно-экономическая форма описывает торговое предприятие не как отдельный аналог торговой сети, а как целостный торгово-сервисный объект рыночной инфраструктуры определенной территории, как составной элемент системы торгового обслуживания населения.

В экономической литературе [1; 6; 8] представлена достаточно обширная классификация организационно-экономических форм деятельности торговых предприятий. Нами систематизированы основные признаки классификации, исходя из современного состояния рыночной конъюнктуры потребительского рынка, на котором функционируют торговые предприятия, а также, учитывая практические аспекты их хозяйственной деятельности.

Ученый Савощенко А.С., который исследует проблемы инфраструктуры товарного рынка, где одним из основных субъектов выступают торговые предприятия, предлагает классификацию предприятий розничной торговли (табл. 1). Информация таблицы 1 свидетельствует, что организационно-экономическая форма деятельности торговых предприятий различается по масштабу их деятельности, ассортименту предлагаемых товаров, товарной специализации, уровню цен.

Профессор Марцин В.С. предлагает классификацию розничных торговых форматов, которые и являются организационно-экономическими формами деятельности торговых предприятий в современных условиях (табл. 2).

Классификация предприятий розничной торговли [6, с. 192]

Признак классификации	Тип торгового предприятия	Характеристика
Объем услуг	Самообслуживание (универсамы, супер- и мегамаркеты)	предлагают товары широкого ассортимента, удовлетворяют потребности людей в продовольственных и непродовольственных товарах;
	Ограниченное обслуживание	небольшие магазины, предлагают товары повседневного спроса;
	Полное обслуживание	фешенебельные универмаги, специализированные магазины элитных товаров;
Ассортимент предлагаемых товаров	Специализируемые	предлагают ограниченную группу товаров со значительной глубиной ассортимента: магазины одежды, строительных материалов;
	Узко-специализируемые	магазины с ограниченным ассортиментом однотипной продукции, например мужской одежды, строительных материалов;
	Универсальные, торговые центры (комплексы)	предлагают широкий ассортимент различных товаров, сочетающие функции универсама и магазина, торгующего со скидками;
Товарная специализация	Продовольственных товаров	обслуживают жителей микрорайона, в котором расположен магазин;
	Непродовольственных товаров	небольшие магазины, предлагают широкий ассортимент непродовольственных товаров;
	Смешанные	комбинированные магазины, которые предлагают широкий ассортимент товаров;
Уровень цен	Элитные товары с высокими ценами	магазины, которые предлагают товары высокого качества;
	Магазины обычных цен	торгуют стандартными товарами по более низким ценам благодаря меньшим наценкам и большего объема товарооборота;
	Магазины, которые торгуют по заниженным ценам	магазины уцененных товаров, предлагают широкую номенклатуру товаров.

Современные организационно-экономические формы деятельности торговых предприятий [8, с. 258]

Организационно-экономическая форма	Основные характеристики торговых предприятий
Универсальные магазины	<p>Данный формат имеет несколько уровней, которые отделены в самостоятельные, четко обозначены зоны или отделы по категориям продаваемых товаров. Здесь предлагается широкий и глубокий ассортимент, позволяющий удовлетворить почти любые потребности покупателей, однако существуют и такие, которые сосредотачиваются на нескольких категориях товаров, обеспечивая значительный выбор в рамках этих категорий.</p>
Магазины возле дома	<p>Этот формат обычно характеризуется следующими критериями: торговая зона площадью 20-200 м², ежедневный многочасовой график работы, широкий ассортимент товаров, но ограниченный выбор брендов. В таких магазинах продаются продовольственные товары, бытовые вещи, канцелярские товары. Данный формат обычно способствует осуществлению неотложных и импульсных покупок.</p>
Супермаркеты и гипермаркеты	<p>Эти магазины принадлежат к одному и тому же формату розничной торговли: это магазины самообслуживания, как правило, одноэтажные, с множеством прилавков и проходов внутри. Большие площади и экономия на рабочей силе позволяют предлагать широкий ассортимент товаров по более низким ценам, в результате чего супермаркеты являются основным местом осуществления повседневных покупок.</p> <p>Супермаркет обычно располагается в центре города или недалеко от него, а ассортимент товаров составляют продукты питания и предметы домашнего обихода.</p> <p>Гипермаркет – это огромный центр розничной торговли, размещенный за городом, который предлагает широкий ассортимент товаров.</p>
Магазины-дискаунтеры	<p>Это розничная торговая сеть, в которой продаются товары по цене более низкой, чем в других форматах. Такой магазин проводит повседневную политику низких цен, при которой они остаются низкими постоянно, в отличие от политики высоких цен, при которой цены снижаются только на время проведения промо-акций.</p>

Информация таблицы 2 свидетельствуют, что предлагаемая автором классификация сочетает современные организационно-экономические формы деятельности торговых предприятий, которые функционируют на потребительском рынке в Украине, а также иностранные, совершенно новые для розничного рынка страны.

С целью оптимизации хозяйственной деятельности и эффективности функционирования торговых предприятий, нами определены основные факторы, влияющие на выбор организационно-экономической формы деятельности, а именно: товарная специализация, размер торговой площади, уровень платежеспособного спроса, характер процесса обслуживания, номенклатура услуг, набор торгово-технологического оборудования, методы продвижения товаров.

Кроме этого, в условиях конкуренции на потребительском рынке, при выборе оптимальной организационно-экономической формы деятельности торговых предприятий, на наш взгляд, необходимо учитывать следующие критерии:

организацию смешанной торговли – параллельной реализации товаров, не относящихся к основной специализации торгового предприятия, но реализующимися в минимальном или расширенном ассортименте с целью создания дополнительных удобств для стабильного контингента покупателей;

диверсификации видов деятельности, когда наряду с основной специализацией (розничной торговлей) торговые предприятия занимаются заготовками, организацией общественного питания, бытовым обслуживанием и т.д.;

правильного выбора местоположения торгового предприятия, что позволяет максимально эффективно использовать местные условия и получить начальное конкурентное преимущество от рационального приближения пунктов реализации к покупателям;

разработки экономической стратегии осуществления розничной торговли – долгосрочной концепции функционирования и развития торговых

предприятий, основанной на эффективном формировании и использовании ресурсов и т.п.

С учетом необходимости оптимизации организационно-экономических форм деятельности торговых предприятий, проведем исследование количества объектов торговли в Украине (рис. 1).

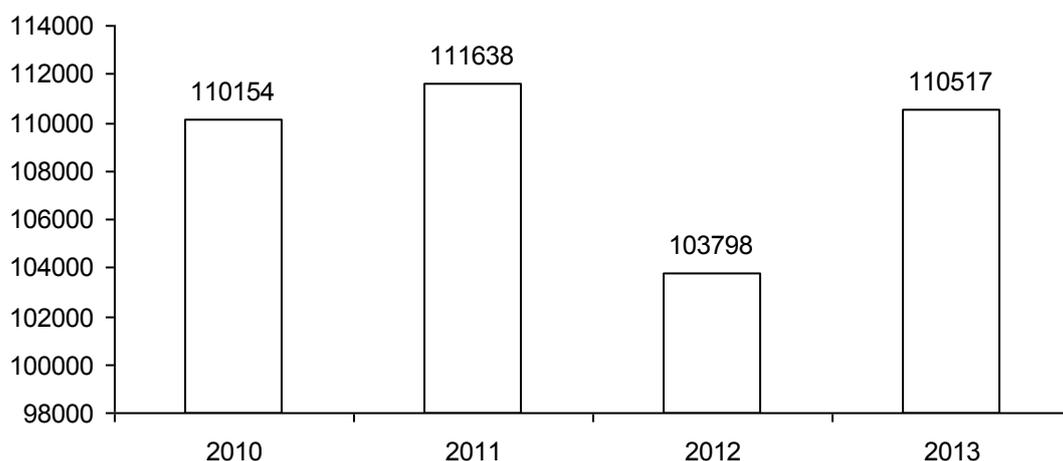


Рисунок 1. Динамика количества торговых предприятий в Украине, 2010-2013 гг. [7]

Как показывают данные рисунка 1, в 2013 г. количество торговых предприятий в Украине возросло на 0,3 % относительно 2010 г. и на 6,5 % в сравнении с 2012 г.; наибольшее количество торговых предприятий функционировали в 2011 г. – 11638.

Учитывая современное состояние субъектов торговли в Украине, по критерию количества открытых магазинов ведущих розничных сетей страны, наиболее эффективной организационно-экономической формой деятельности торговых предприятий оказались магазины-дискаунтеры (рис. 2).

Данные рисунка 2 свидетельствуют, что на протяжении исследуемого периода наибольшее количество открытых магазинов наблюдалось у торгового предприятия АТБ, которое относится к организационно-экономической форме деятельности – магазина-дискаунтера. Также, положительную тенденцию демонстрирует торговая сеть, объединяющая несколько торговых точек Сильпо и относящиеся к супермаркетам.

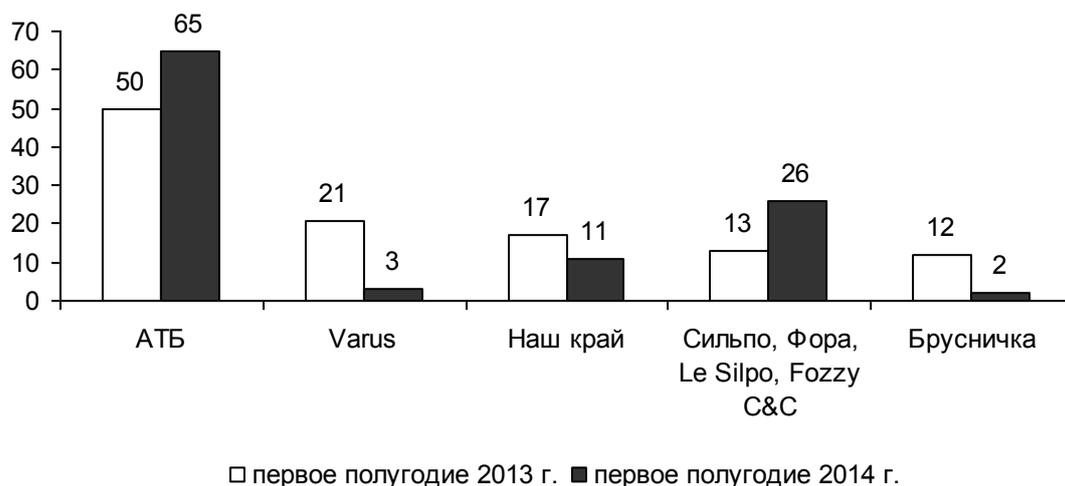


Рисунок 2. Количество открытых магазинов торговыми предприятиями Украины, первое полугодие 2013-2014 гг. [3]

На наш взгляд, в современных условиях, учитывая снижение реальных доходов покупателей, следовательно, и платежеспособного спроса, постоянного повышения цен на товары повседневного потребления в связи с инфляцией, наиболее оптимальной организационно-экономической формой деятельности торговых предприятий будут являться магазины-дискаунтеры. Такие торговые объекты характеризуются политикой низких цен, ограниченным товарным ассортиментом, оптимальным использованием торговых площадей, упрощённой выкладкой товара, минимальным количеством персонала [10].

Таким образом, рассмотренные современные научные и практические подходы к функционированию организационно-экономических форм деятельности торговых предприятий позволили определить их типы; идентифицировать факторы влияния на выбор организационно-экономической формы; проанализировать деятельность торговых предприятий в Украине; передоложить наиболее оптимальную организационно-экономическую форму деятельности торговых предприятий в современных условиях, учитывая экономическую конъюнктуру. По результатам исследования установлено, что наиболее оптимальной формой хозяйствования являются магазины-дискаунтеры. С целью обеспечения эффективности и стабильности

хозяйствования данных торговых объектов в современных условиях необходимым является перенесения мирового опыта их функционирования на практическую деятельность торговых предприятий в Украине.

Литература:

1. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник / В.В. Апопій. – 3-те вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 632 с.
2. Безпарточний М.Г. Механізми формування сучасних організаційно-економічних форм господарювання торговельних підприємств / М.Г. Безпарточний // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, вип. 25. – Кіровоград: КНТУ, 2014. – С. 294-300.
3. Вперше за три роки ритейлери відмовляються від активного розвитку // www.finance.ua
4. Гросул В.А. Управління розвитком торговельно-виробничого підприємства: теоретико-методичні засади та практичний інструментарій: монографія / В.А. Гросул. – Харків: ХДУХТ, 2009. – 371 с.
5. Лігоненко Л.О. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / Л.О. Лігоненко, Г.М. Богославець, Г.Л. Піратовський. – К.: КНТЕУ, 2009. – 333 с.
6. Савощенко А.С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. / А.С. Савощенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
7. Статистична інформація за 2010-2013 рр. / Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
8. Марцин В.С. Економіка торгівлі: підручник / В.С. Марцин. – К.: Знання, 2006. – 402 с.
9. Міценко Н.Г. Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н.Г. Міценко Н.Г., Т.Г. Васильців Т.Г., Н.М. Заярна. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – 176 с.
10. Discounter // de.wikipedia.org.