

Тема. Особливості організації бізнесу в торгівлі

Осипова М.М.

Тема. Особливості організації бізнесу у торгівлі

1. *Сутність торгового підприємництва. Види торгівлі.*
2. Оптова торгівля. Форми оптової торгівлі. Особливості організації бізнесу в оптовій торгівлі.
3. *Особливості організації бізнесу в роздрібній торгівлі. Види роздрібною мережі. Класифікація магазинів роздрібною торгівлі.*
4. Сучасні форми бізнесу в торгівлі. Розвиток форм поза магазинного торгового бізнесу: торгові автомати, ярмарки, мережевий маркетинг, посилоква торгівля, електронна торгівля та ін.
5. Основні тенденції розвитку торгового підприємництва на сучасному етапі.

"Человек, который не умеет
улыбаться, не должен заниматься
торговлей"

Китайская пословица

1. Сутність торгового підприємництва. Види торгівлі.

- ▶ Немного дефиницій. Торго́вля – процес обміна товарами, послугами, цінностями і деньгами. В широком смислі – вид діяльності (в том числі підприємницької), зв'язаний з куплею-продажем товарів.
- ▶ Торгівельне підприємництво - це специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій.



- ▶ Торговля - это отличный вид бизнеса, позволяющий обеспечить себе постоянный и стабильный доход.
- ▶ В современном мире, для которого характерно большое количество технологических средств, процедура ведения предпринимательской деятельности такого рода, упрощается в разы. Это объясняется тем, что при наличии Интернета можно организовать торговый процесс, буквально не выходя из дома.

Так что же такое торговля и как она дает возможность разбогатеть?

Известный американский бизнесмен Сэм Уолтон, основатель сетей магазинов Wal-Mart и Sam`s Club, в 1980-х годах - самый богатый человек в США:

«Я усвоил простой урок, который сегодня изменил всю систему розничной торговли в Америке. Скажем, я покупал товар за 80 центов. Если выставить его на прилавок по цене в 1 доллар, можно продать в три раза больше, чем по цене в 1,20. Я половинил свою прибыль, зато на объеме в итоге получалось гораздо больше».

Поэтому торговля - один из наиболее конкурентных и рентабельных бизнесов в мире, который дает возможность быстрого заработка и обогащения.

Торговля - одна из важнейших сфер экономической деятельности, от которой существенно зависит качество жизни населения, развитие экономики и ее конкурентоспособность в мире в целом.

Торговля - активно развивается, превращаясь в одну из ведущих отраслей по объему производства ВВП и числу работающих.

Развитие торговли оказывает важное обратное воздействие на рыночные трансформации и их эффективность, особенно в социальном плане.

Решение важной социальной задачи - удовлетворение потребностей потребителей в товарах народного потребления во многом зависит от развития розничной инфраструктуры.

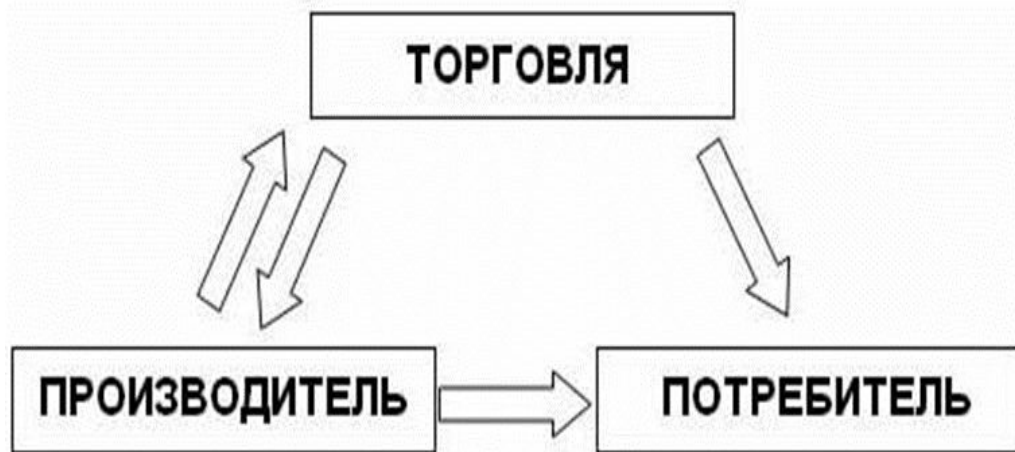
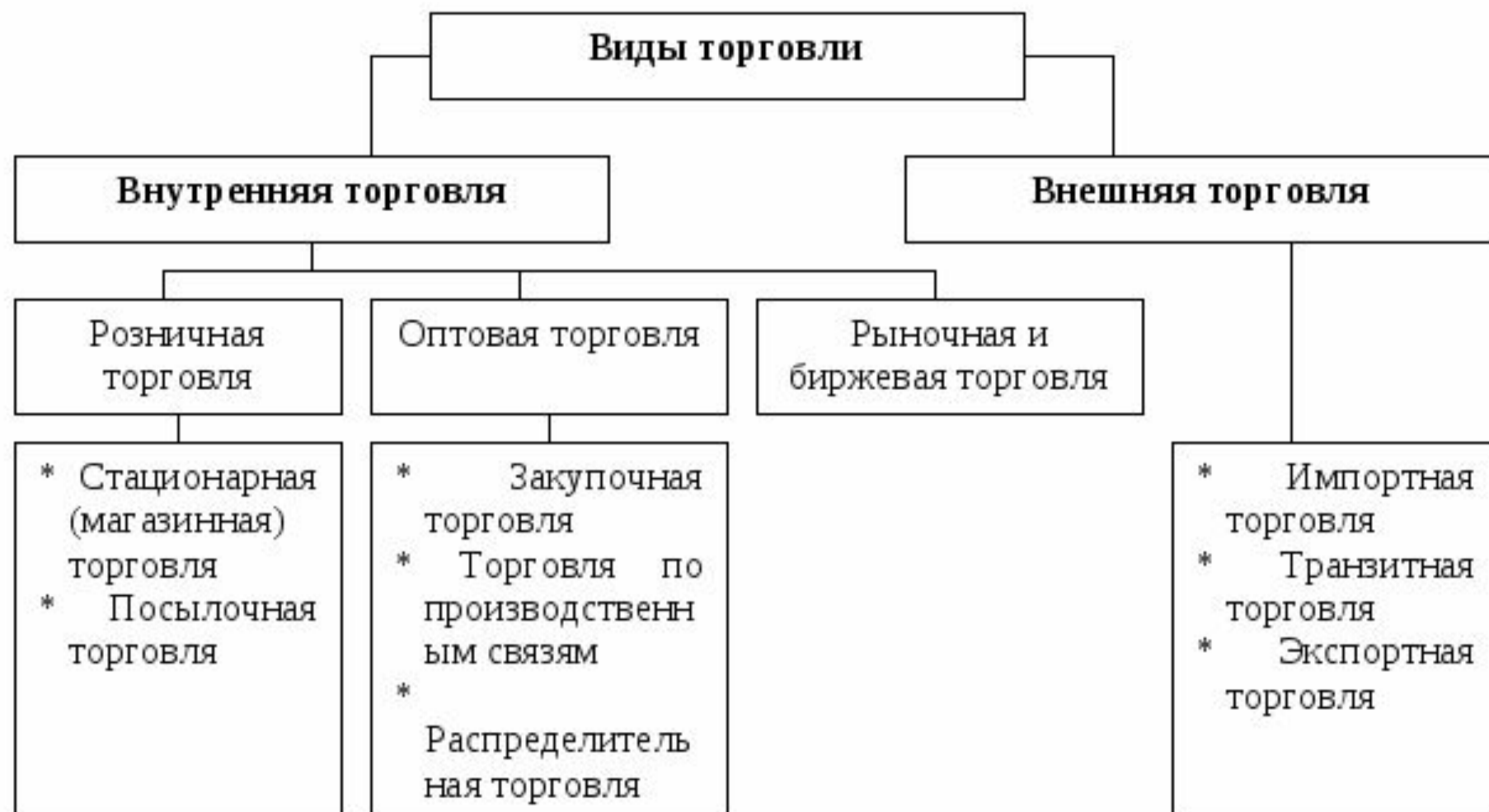


Рис. Схема товарных взаимоотношений между субъектами торговли





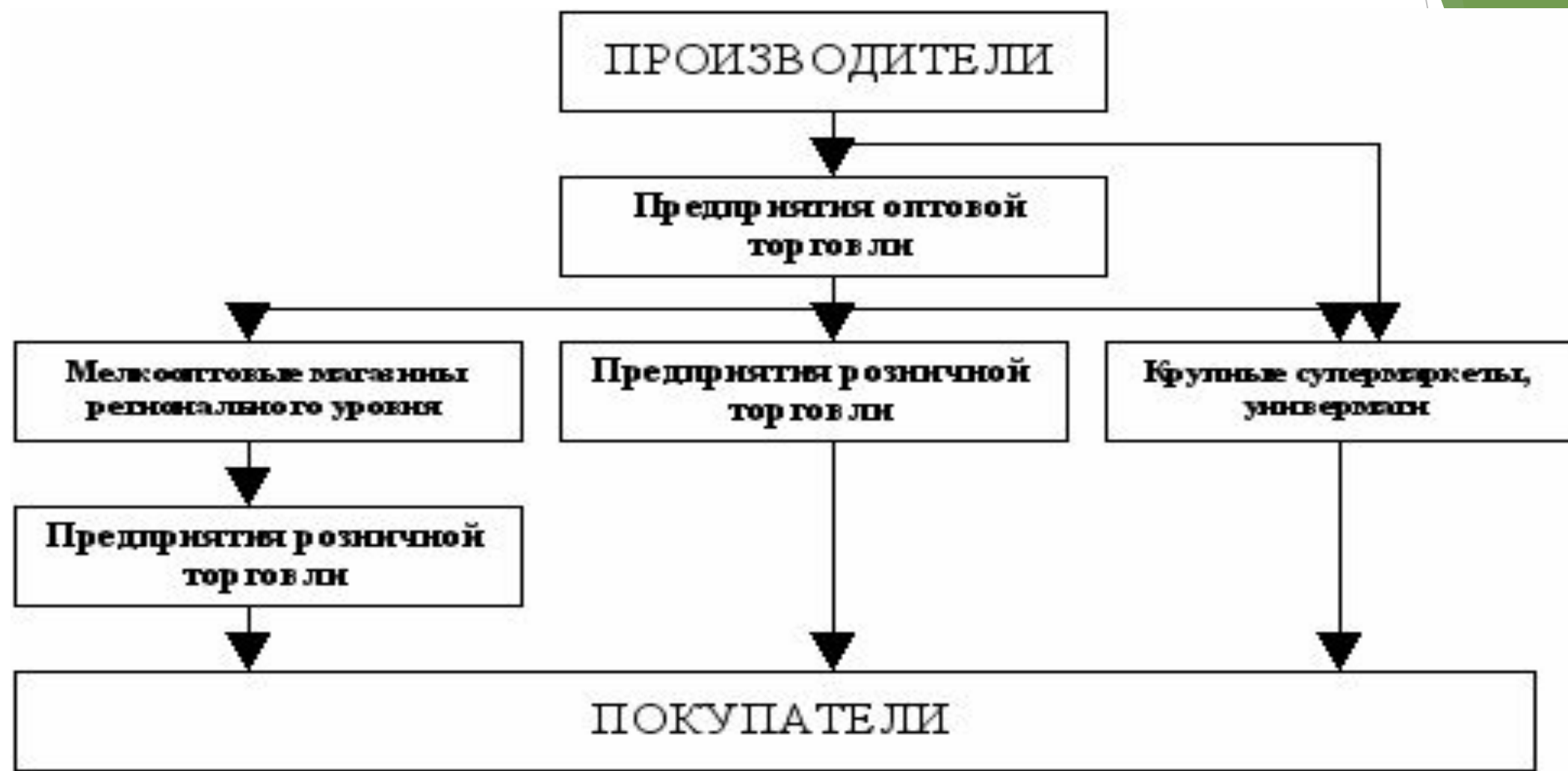
Виды внутренней торговли:

Оптовая торговля



Розничная торговля





2. Оптовая торговля. Формы оптовой торговли. Особенности организации бизнеса в оптовой торговле.

Оптовая торговля

Оптовая торговля – деятельность, связанная с продажей товаров и услуг организованным потребителям для последующей перепродажи либо использования в производственных целях.

Оптовики способны выполнять сбытовые функции более эффективно и с меньшими затратами.



Функции оптовой торговли

- 
- Закупки и формирование ассортимента
 - Дробление партий товара
 - Складирование
 - Транспортировка товара
 - Предоставление информации
 - Финансирование и принятие рисков
 - Продажи и продвижение.

ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ

ФОРМЫ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

- Конкурсные торги
- Аукционная торговля
- Оптовые ярмарки
- Бартерные сделки
- Товарные биржи
- Торгово-промышленные выставки

ВИДЫ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

- ← Оптовая деятельность производителей
- ← Коммерческая оптовая деятельность
- ← Агенты и брокеры

Формы оптовой торговли

• **складской** (**Продажа** товаров **со складов** оптовых предприятий. Завезенные на склады *товары проверяются, сортируются, комплектуются и т. д.*)

• **транзитный** (Поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, **опту**, **минуя** промежуточные звенья)



Оптовая продажа товаров **транзитом** может проводится

- с участием в расчетах (с вложением средств, пользуются услугами банков);
- без участия в расчетах (организуемый оборот).

Предприятия оптовой торговли можно подразделить на следующие виды:

самостоятельные хозяйствующие субъекты - специализирующиеся на оптовой торговле предприятий, осуществляющих полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом к ним права собственности на товар

посреднические оптовые структуры, не использующие в своей деятельности перехода к ним права собственности на товар

организаторы оптового оборота, абсолютно не работающие с товаром (ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые рынки)

Типы оптовых посредников

- 1) Посредники, принимающие право собственности на товар
 - оптовые компании
 - дилеры
 - дистрибьюторы
- 2) Посредники, помогающие найти покупателя и передать ему право собственности
 - брокеры
 - собственные и независимые агенты и др.
- 3) Сбытовые отделения и офисы производителей
- 4) Специализированные оптовые компании.

3. Особливості організації бізнесу в роздрібній торгівлі. Види роздрібної мережі. Класифікація магазинів роздрібної торгівлі.

Розничная торговля товарами - одна из приоритетных отраслей экономики Украины, которая требует особого внимания со стороны государства и развивается под влиянием разных факторов социального, правового и экономического характера.



Роздрібна торгівля виконує такі основні функції:

- ▶ 1) здійснює набір товарів і послуг та розміщення у торговельних приміщеннях;
- ▶ 2) здійснює сортування товару за призначенням та способом застосування;
- ▶ 3) здійснює інформування споживачів через рекламу, вітрини та особисте спілкування з покупцями;
- ▶ 4) задовольняє інтереси каналів збуту товарів;
- ▶ 5) зберігає товари;
- ▶ 6) встановлює ціни;
- ▶ 7) здійснює розрахунок з постачальниками;
- ▶ 8) завершує угоди купівлі-продажу, обміну, кредитування.

- ▶ Підприємство роздрібної торгівлі, торговельні одиниці з продажу товарів кінцевим споживачам можна класифікувати за:
 - ▶ -загальними ознаками функціонування;
 - ▶ -ознаками специфіки діяльності.



Для характеристики форм організації магазинної роздрібної торгівлі використовують також наступну класифікацію роздрібних магазинів, в основу якої покладено низку ознак, що характеризують різні аспекти діяльності торгового підприємства:

- обсяг послуг, що надаються,
- асортимент пропонованих товарів,
- товарна спеціалізація,
- відносний рівень цін,
- форма торгівлі.

За можливістю переміщення
Непересувні магазини, напівпересувні магазини, палатки, кіоски, павільйони, пересувні (розвезення)

За специфікою асортиментного профілю
Спеціалізована торгівля (один, два, асортиментні групи), вузькоспеціалізовані, одна асортиментна і-рупа, універсальні (продов., непродов. у різних відділах)

За загальними ознаками функціонування

Роздрібна торговельна мережа

За ознаками специфіки діяльності

За формою власності
Незалежні роздрібні продавці, кооперативи власників, споживчі кооперативи, поздрібні франшизи, роздрібні конгломерати, орендовані відділи

За показниками орієнтації і обсягу збуту
Підприємства самообслуговування, з обмеженням обслуговування, торговці з вільним обігом товарів

За структурою асортименту
Універсами, універмаги, спецмагазини, магазини повсякденного попиту, чергові магазини, магазини товарів різноманітного асортименту

За ціновою політикою
Магазини престижних товарів, магазини знижених цін, виставки, ярмарки, павільйони, магазини-склади

За централізацією магазинів
Центральний діловий район, регіональний торговий центр, районний торговий центр, центр торгівлі мікрорайону

Позамагазинна торгівля
Торгівельні автомати, торгівля на дім, розносна торгівля, служба замовлення зі знижкою, торгівля поштою, за телефоном

Орендовані відділи - це окремі відділи в роздрібному магазині, який здається в оренду окремій особі або особам. Орендатори орендованого приміщення сплачують відповідну плату власнику.

Орендування є економічно вигідною справою для власника магазину і орендатора. Для орендатора ця вигода полягає в місцезнаходженні відділу, престижі імені організації, постійній покупцях.

- ▶ Черговий магазин - це торговельна організація, яка здійснює продаж товарів обмеженого асортименту (продукти харчування)



- ▶ Універсами (супермаркети) - це великі продовольчі магазини з відділами окремих товарів продовольчого спрямування. Чисельність цих організацій постійно зростає.



- ▶ Універмаги - торговельно-роздрібна організація, яка здійснює продаж: товарів різних асортиментних груп (в основному товарів промислового виробництва домашнього і господарського спрямування).



- ▶ Спеціалізовані магазини - це торговельні організації, які займаються продажем товарів однієї товарної групи.



- ▶ Роздрібні конгломерати - це корпорації, які об'єднують кілька магазинів під єдиною владною структурою з частковою інтеграцією функцій з управління та розподілу товарів.

CORNING



- ▶ **Торговельні комплекси** - це великі торговельні організації, до складу яких входять універсами, магазини, зі зниженими цінами і роздрібні магазини-склади. В асортимент продажу цих організацій входять меблі, важкі електроприлади, одяг і величезна кількість інших товарів. У цих комплексах торгівлю здійснюють з ціновою знижкою. Товари в ці магазини доставляються прямо від виробника.

- ▶ Магазин-склад - це торгове підприємство, яке продає товари за зниженими цінами з обмеженим обсягом послуг, мета якого - продаж: великих партій товарів за низькими цінами.



- ▶ Магазины-демонстраторы здійснюють продаж ювелірних виробів, фотообладнання.



- ▶ До групи організацій немагазинної торгівлі відносять торговельні автомати, прямий продаж додому, прямий збут через пошту, телефон, радіо.



- ▶ Торговельні автомати - це обладнання, яке приводиться в рух за допомогою монет.



На розміщення роздрібної мережі впливають наступні чинники:

- ▶ о місце будування - величина, щільність населення, розміщення адміністративних, культурних, спортивних центрів;
- ▶ о транспортні - напрямок, інтенсивність основних потоків руху громадського та індивідуального транспорту;
- ▶ о соціальна сфера - досягнення високого рівня обслуговування, високі вимоги до якості товарів, упаковки;
- ▶ о економічна сфера - ефективність капітальних вкладень, оптимальний рівень доходів і т. д.

4. Сучасні форми бізнесу в торгівлі. Розвиток форм поза магазинного торгового бізнесу.

Формы внемагазинной торговли:

- Прямые многоуровневые продажи (*сетевой маркетинг*)
- Прямой маркетинг:
 - прямая почтовая рассылка
 - торговля по каталогам
 - телемаркетинг
 - телевизионные магазины
 - э-торговля
- Торговые автоматы
- Службы заказов.



Електронна комерція (e-commerce, e-trade) - це процес купівлі та продажу товарів і/або послуг через укладання комерційних угод з використанням електронних засобів Інтернету.

Електронна комерція реалізується з використанням: Інтернет-аукціонів; Інтернет-реклами; Інтернет-магазинів; електронних каталогів; електронного банкінгу тощо.

- ▶ Логістика е-торгівлі. В електронній торгівлі виділяють три *форми* організації логістики:
 - ▶ - власна логістика;
 - ▶ - dropshipping;
 - ▶ - one stop e-commerce.

Найпопулярніший перший підхід - Інтернет-магазини реалізують логістичну діяльність самостійно. Таке рішення найвиправданіше для малих підприємств. Воно забезпечує краще обслуговування споживачів та незалежність від зовнішніх виконавців. У цій моделі критичною може бути підготовка до стрімкого розвитку фірми. Коли швидко зростатиме кількість замовлень, треба передбачити залучення додаткової кількості людей та складських площ.

- ▶ Ідея **dropshipping** полягає у надсиланні товару безпосередньо зі складу виробника чи дистриб'ютора до клієнта. Ця послуга передбачає зберігання товарів, приймання та комплектацію замовлень, оформлення всіх документів та надсилання посилок. Таким типом послуг користуються переважно середні за розміром підприємства, щоб уникнути ризиків, пов'язаних із замороженням коштів у запасах, особливо коли зростає кількість асортиментних позицій. Така модель дозволяє Інтернет-магазинам сконцентруватися на залученні нових та утриманні постійних клієнтів.

- ▶ Концепція “one stop e-commerce” передбачає повне логістичне обслуговування Інтернет-продажів спеціалізованими фірмами.

Це комплекс дій, який охоплює і поєднує всі сфери логістичної активності (транспортування, складування, пакування, управління запасами, повернення тощо) для постачання товару так, щоб задовольнити потреби споживачів. Концепція “one stop e-commerce” не лише ґрунтується на логістиці (як dropshipping), а й передбачає також діяльність - маркетингову, інформаційну, фінансову, яку здійснює одна фірма. Співпраця з одним партнером - професійним логістичним оператором - забезпечує кращу координацію дій та комунікацію між сторонами завдяки зосередженню процесів у одному місці. Пов'язано це також із певним ризиком, що одному партнеру віддано весь процес. Такими послугами, як правило, користуються великі підприємства.

Основні проблеми ринку роздрібної торгівлі

- ▶ Члени Комітету, серед яких представлені такі провідні продуктові торговельні мережі, як ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ПП «Білла-Україна», ТОВ «Метро Кеш енд Кері Україна», ТОВ «НОВУС УКРАЇНА», АТ «Фоззі Рітейл», висловлюють свою занепокоєність стосовно ситуації, яка наразі має місце у цій сфері. В першу чергу, члени Комітету хочуть привернути увагу громадськості, ЗМІ та влади до розслідування Антимонопольного комітету України на ринку роздрібної торгівлі харчовими продуктами про так звану «картельну змову», яке триває ще з 2012 року.
- ▶ Серед основних звинувачень у бік компаній:
 - ▶ - обмін інформацією про ціни на продукцію з метою їх синхронного підвищення по всій країні,
 - надто великі строки відстрочки розрахунків за поставлену продукцію в мережі,
 - неврахування інтересів виробників та постачальників товарів тощо.

Нові напрямки розвитку торгівлі

- ▶ Результати досліджень Міжнародного центру інтернет-торговлі Allbiz. красноречиво свідчать про використання соціальних мереж малим і середнім бізнесом.
- ▶ Так, 78% підприємців малого бізнесу вважають соціальні мережі ефективним каналом залучення клієнтів, а у 50% компаній вже є власні сторінки.
- ▶ Третя частина учасників опитування використовує соціальні мережі для підвищення впізнаваності свого товару серед потенційних клієнтів, 28% — для спілкування з клієнтами, і стільки ж впевнені, що отримують новий канал продажів.
- ▶ 7% підприємців вважають, що з допомогою соціальних мереж зможуть зацікавити клієнтів новими покупками...

- ▶ Социальные сети создавались не для торговли, их позиционировали как средство общения. Поэтому при их возникновении торговый функционал не был предусмотрен.
- ▶ Однако сегодня «ВКонтакте», Facebook и другие крупные социальные сети практически не воспрещают торговать на своих страницах.
- ▶ Все начиналось с рекомендаций и отзывов покупателей, а сегодня в сетях появились и полноценные магазины.
- ▶ Закрыв торговую точку из-за непомерных налогов и кризиса, украинские предприниматели начинают сбывать оставшийся товар через соцсети, осваивая непривычный специфический сетевой маркетинг.

- ▶ Подобная электронная коммерция появилась в Европе и США значительно раньше, чем в нашей стране. И за рубежом давно уже дали название схеме, по которой сейчас пытаются работать украинские бизнесмены — «дропшипинг», отношения между производителем продукции, дилером и покупателем.
- ▶ Однако у нас в этой цепочке место производителя (их в Украине очень мало), заняли оптовики. Они не только имеют свои страницы и группы в соцсетях, но и сотрудничают с массой дилеров. Есть еще одна особенность: в европейских странах продавец отдает товар со скидкой, а дилер продает по розничным ценам и забирает разницу.
- ▶ У нас поставщики-оптовики продают товары на своих страницах по дилерской цене. Посредники лихорадочно ищут страницы и группы поставщиков, где товар хоть немного дешевле, чтобы перепродать с наибольшей выгодой.

Преимущества «дропшипинга»

- ▶ Для подобной деятельности не нужен первоначальный капитал – посредник оплачивает товар после его оплаты покупателем. Нет необходимости в упаковке и пересылке – все это делает оптовик. По сути, это деятельность рекламного агента на площадках социальных платформ.
- ▶ Разместив на своей странице или в группе альбомы с образцами товаров, новоявленные интернет-коммерсанты принимают заказы у клиентов, затем следует оплата: в Украине – прямо на карточку любого банка, из другой страны – с помощью различных платежных систем. Все основано на доверии покупателя – предоплата 100%. Далее, посредник забирает свои комиссионные и перечисляет таким же путем основную сумму оптовику, который и отправляет товар покупателю – в Украине «Новой почтой», за рубеж – курьерской доставкой.

Преимущества «дроппинга»

- ▶ Нет арендной платы, налогов, необходимости набирать сотрудников, в основном такие посредники ведут свой бизнес самостоятельно, сутками не выходя из Интернета.
- ▶ Тот, кто размахнулся на большой товарооборот, нанимает студентов и домохозяек, получающих символическую плату за титаническую работу по размещению альбомов в сети. Обычно это один-два сотрудника, которых устраивает подобная работа из-за «домашнего» рода деятельности и возможности купить недорогие вещи.
- ▶ Однако даже колоссальное число предложений – не гарантия успеха

На підставі загального аналізу стану ринку роздрібної торгівлі в Україні можна виділити наступні тенденції його розвитку.

- ▶ 1. Регіональна експансія та глобалізація.
- ▶ 2. Зміна форматних пріоритетів споживачів.
- ▶ 3. Посилення уваги до цінової гнучкості.
- ▶ 4. Розширення додаткових послуг.
- ▶ 5. Підвищення якості товарного асортименту.