

بازار سوئد، بخش خصوصی و تعاونی

دادگاه امور بازرگانی^(۱)

دادگاه امور بازرگانی در زمینه‌های عمومی مربوط به قانون بازرگانی، قانون قراردادهای نادرست و قانون محدودیت عملیات تجاری فعالیت دارد.

ریاست این دادگاه اختصاص به یک فرد منصف که سابقه کار قضائی دارد، خواهد بود، در دادگاه، نمایندگان مصرف‌کنندگان، کارگران و سازمان‌های تجاری حضور خواهند داشت دادگاه امور بازرگانی قادر است در صورت اقتضا به جلوگیری از عملیات مضر و اخذ جرائم رأی بدهد. در صورت نقض رأی دادگاه مبنی بر ادامه کار زیان‌آور، دادگاه فرد متخلف را به جزائی محکوم خواهد کرد. رأی دادگاه امور بازرگانی قطعی بوده و قابل فرجام خواهی نمی‌باشد.

در مواردی که دادگاه تخلفاتی از قانون محدودیت عملیات پیدا نماید. سعی خواهد کرد که با مذاکره عملیات زیان‌آور را اصلاح نماید. در صورتی که، مذاکرات مربوط به توقف عملیات به نتیجه نرسید دادگاه از ضمانت اجرای محدود احکام خود، استفاده می‌نماید.

سازمان ملی قیمت و کارت^(۲)

سازمان ملی قیمت و کارت، مرکز تعیین خط‌مشی قیمت‌ها است. تثبیت قیمت و برقراری مقررات دیگری راجع به قیمت‌ها که همگام با اوضاع، اقتصادی باشد از جمله وظایف این مرکز است.

هدف سازمان ملی قیمت و کارت، توسعه تکنیک قیمت‌گذاری و عملیات تجاری است. سازمان مذکور مطالعات ضروری را در موارد خاص به منظور

اجرای قانون محدودیت عملیات تجاری، قانون منع قراردادهای ناصحیح و بالاخره نظارت به قیمت‌ها انجام می‌دهد. سازمان نسام برده آمار و اطلاعات شرکت‌های بزرگ تجاری و گزارش ماهیانه راجع به سطح قیمت‌ها را منتشر می‌کند. سازمان ملی قیمت و کارت از طرف دولت اختیار دارد که سطح قیمت‌ها را تحت نظارت دقیق قرار دهد و در صورت بروز آثار توری دخالت دولت را تسهیل بخشد.

دعای مصرف‌کنندگان

مصرف‌کننده‌ای که در کالای دریافتی یا خدمت انجام شده خود نواقصی مشاهده نماید، از هیأت عمومی رسیدگی به شکایات^(۳) که به وسیله هیأت رئیسه حمایت از مصرف‌کنندگان اداره می‌شود،

درخواست رسیدگی می‌نماید. سازمان اخیر که در ۱۹۶۸ تأسیس یافته نه تنها شکایت رسیده را مورد بررسی قرار می‌دهد بلکه، به فروشنندگان و تولیدکنندگان توصیه می‌کند که از ایجاد نقص پیش‌آمده جلوگیری نمایند. بدین منظور هیأت مذکور به دادگاهی برای رسیدگی دسترسی دارد که به موضوع خارج از نوبت و با مخارج اندک رسیدگی می‌نماید.

عضو هیأت عمومی رسیدگی به شکایات متناسب بین مصرف‌کنندگان و تجار تقسیم شده است. دادگاه مذکور دارای یک قاضی است که به عنوان رئیس هیأت مذکور تلقی می‌گردد. هیأت عمومی رسیدگی به شکایات، با شکایات مختلفی مواجه است که ممکن است مستقیماً به وسیله بازرگان ذینفع یا بوسیله سازمان‌های متعددی حفاظت از منافع مصرف‌کنندگان را به عهده دارند، جبران گردد. هیأت مذکور سالیانه به حدود ۸۰۰۰ شکوائیه رسیدگی می‌کند. تعداد افرادی که سالیانه با هیأت تماس دارند، به حدود ۲۰۰۰ نفر می‌رسند.

گرچه کار هیأت عمومی قانوناً انجام توصیه است ولی درجه رضایت مردم از هیأت مذکور به طور متوسط ۹۰ درصد است.

مصرف‌کننده شاکی همچنین می‌تواند از دادگاه عادی تقاضای رسیدگی نماید. قانون یکنواخت‌سازی، موضوع شکایت را تسهیل بخشیده و متقاضی در نتیجه آن می‌تواند به طور غیر رسمی دعاوی کوچک را خود تعقیب نماید. در چنین مواردی، فقط معدودی از احکام دارای مرحله استینافی است. خود قانون باید با امکانات در حال افزایش عمومی طوری قریه باشد، تا از کمک‌های قانون یکنواخت‌سازی استفاده نماید.

دولت لایحه‌ای تقدیم کرده است تا به موجب آن فعالیت‌های هیأت عمومی رسیدگی به شکایات که فعلاً به صورت آزمایشی انجام وظیفه می‌کند، به صورت دائم مشغول به کار شود. به موجب همین لایحه تقاضای دیگر دولت این بوده است که ارتباط بین هیأت مذکور و هیأت رئیسه حمایت از مصرف‌کنندگان زیاده‌تر شده و هیأت عمومی رسیدگی به شکایات به طور

کاملاً مستقل دربیاید. در حال حاضر هیأت عمومی رسیدگی به شکایات، به شکایات ناشی از اموال غیر منقول رسیدگی نمی‌کند، اما به موجب لایحه مورد بحث، دولت پیشنهاد کرده است که رسیدگی به شکایات کارهای انجام شده در اموال غیر منقول مثل: نقاشی، کف‌سازی، تهویه لوله‌کشی، کارهای برقی ساختمان را هم شامل شود.

قوانین جدید

قانون فروش مواد مصرفی، در اول

ژانویه ۱۹۷۴ تصویب شد. منظور از تصویب این قانون حفظ منافع مصرف‌کنندگان در مواردی مثل کالای فاسد و تحویل کالا با تأخیر است.

در صورت شکست قرارداد از طرف فروشنده، خریدار اصولاً حق دارد که قرارداد خرید جنس را متوقف نماید. حتی پیش از آن خریدار می‌تواند تا اجرای تعهدات فروشنده از پرداخت وجه



خودداری نماید. در صورت بروز نقص مختصر در کالاها، خریدار حق دارد از قیمت جنس بکاهد. هیچگونه شرطی نمی‌تواند ناقض قانون مذکور باشد. در ۱۹۷۷، دولت برای حمایت بیشتر از مصرف‌کنندگان کمیسیون ویژه‌ای را مأمور اصلاح قانون فروش مواد مصرفی نمود.

به منظور حمایت مصرف‌کنندگان از اثرات کالاها، معیوب، قانونی به نام قانون فروش کالاها در درب اماکن تصویب شد.



چنانچه خریدار، کالاهائی تهیه نماید که فروشنده برای فروش آنها از جای مخصوصی استفاده نمی‌نماید، می‌تواند ظرف مدت ۷ روز از سفارش کالا خودداری نماید. قانون مذکور در مواردی قابل اجرا است که همه معامله در جلسه اول کامل نشده باشد. به عنوان مثال، چنانچه پرداخت وجه و تحویل جنس در ملاقات اول کامل شود، قانون مورد بحث به وسیله کمیسیون ویژه قابل اجرا خواهد بود. مورد قابل ذکر اینست که فروشنده باید خریدار را از تعداد ملاقات‌ها، به منظور انجام کامل معامله آگاه سازد. معاملات تلفنی هم در محدوده قانون اخیر می‌گنجد. تمام پیشنهادات و اظهار نظرها به منظور تکمیل قانون نزد مقامات و سازمان‌های مسئول فرستاده شده است.

قانون آژانس‌های مسافرتی مشخص می‌کند که هر آژانس مسافرتی بایستی مبالغی به عنوان تضمین در اختیار داشته باشد تا هزینه‌های مواقع کم‌کاری مؤسسه را جبران نموده از ورشکستگی جلوگیری نماید. کمیسیون دیگری مشغول حکم و اصلاح مواد قانونی است.

قانون دیگری در زمینه اعتبار مصرف‌کنندگان به تأیید مجلس رسیده که از اول جولای ۱۹۷۹ نافذ می‌باشد. قانون مذکور موقعیت مصرف‌کنندگان را در مقابل تجار استحکام بخشیده است.

کمیسیون خدمات مصرف‌کننده، که وظیفه تهیه قوانین مدنی را دارا است، لایحه‌ای در زمینه خدمت به مصرف‌کنندگان تقدیم کرده است که شامل قوانینی در زمینه بازاریابی است، که به وسیله تنجار یا به مسئولیت تجار به منظور تحویل کالا و عرضه خدمات انجام می‌گیرد. لایحه مذکور همچنین راجع به قواعد تعیین قیمت هم مطالبی دارد. پیشنهادات فوق هم اکنون در مجلس مورد

بحث است.

از دو کمیسیون تازه که به وسیله دولت در ۱۹۷۹ دعوت به کار گردیده‌اند، یک کمیسیون سرگرم مرور سیستم فعلی برای جمع‌آوری اطلاعات در زمینه بازاریابی و طرح‌های دولت است و کمیسیون دیگری، مشغول بررسی و آزمایش منابع، مواد و بازار است.

نظام توزیع در سوئد

طی ۱۵ سال گذشته سیستم توزیع سوئد از نظر بنیادی و سازمانی تغییرات زیادی کرده است. این تغییرات طوری بوده که امروزه نظام توزیع کشور با کارائی درخشان جوابگوی احتیاجات مردم است. به هر حال، توسعه سیستم توزیع پاره‌ای تأثیرات رابه عنوان مثال در تراکم فروشگاه‌ها داشته است که گاهی از

نظر مصرف‌کننده مطلوب نیست. طی سال‌های ۱۹۷۵-۱۹۷۰ موضوع عملیات و وظایف سیستم توزیع به وسیله یک کمیسیون دولت تحت بررسی بود. پارلمان در نظر دارد که در برنامه‌ریزی‌های مربوط به خرده‌فروشی شهرها را مستقل نگه دارد. عوامل مؤثر

تغییرات سازمانی انجام یافته بیشتر به منظور اصلاح نظام توزیع در انطباق با خواسته و عادات مصرف‌کنندگان است. مهاجرت ساکنین مناطق کم جمعیت و دور افتاده به سوی مراکز بزرگ شهری تعداد مصرف‌کنندگان در مناطق دور افتاده را کم کرده و این وضع باعث بسته شدن پاره‌ای از مراکز فروش گردیده است. زنان شوهردار، به منظور بدست آوردن کمک خرج مشاغلی، در خارج از خانه بدست آورده‌اند، بدیهی است در چنین وضعی،



آزادی در قیمت‌گذاری

قانون ۱۹۵۴، عملیاتی را که ممکن است رقابت را محدود نماید، منع کرده است. بزرگترین دلیل تصویب این قانون این بوده است که در بلند مدت، سیستم مبتنی بر آزادی رقابت، بهترین مکانیسمی است که سطح قیمت‌ها را برای مصرف‌کنندگان در حداقل نگه می‌دارد. رقابت‌های سخت در خیلی از شاخه‌ها، مؤسسات را در فعالیت‌هایشان به جیره‌بندی ترغیب نموده و بر اثر چنین رقابتی بسیاری از مغازه‌ها و انبارها بسته می‌گردد.

به عبارت دیگر، سوئدی‌ها قواعدی آزاد در عملیات مؤسسات بازرگانی خود جستجو می‌کنند بر اثر چنین سیاستی، هر کس که مایل باشد می‌تواند برای کار وارد بازار شده و یا مغازه جدیدی را در بازار افتتاح کند. البته، مقامات محلی نیز دارای حقوقی در زمینه برقراری قواعد جهت ایجاد مجتمع‌های فروش در خارج از شهر می‌باشند.

از ۱۹۷۲، تعیین ساعات کار مغازه‌ها در سوئد به عهده خود آنها نهاده شده است. به موجب آمار نوامبر ۱۹۷۴، ۲۲ درصد آپارتمان استورو ۱۷ درصد مغازه‌های آزاد غذایی از آزادی در تعیین ساعات کار استفاده کردند. ضمناً هیچ یک از فروشگاه‌هایی که در فروش لباس‌های مخصوص و کالاهای سرمایه‌ای فعالیت دارند از آزادی مورد بحث استفاده ننموده‌اند.

در سال ۱۹۷۰، کمیسیون ویژه‌ای شروع به تحقیق در زمینه آزادی در زمینه ساعات شروع و خاتمه کار فروشگاه‌ها نموده است. قواعد مربوط به خصوصیات مورد بررسی، تاکنون منتشر نگردیده است.

حمایت بیشتر از مصرف‌کننده

به منظور تقویت موقع مصرف‌کننده در

بازار، مقررات تازه‌ای وضع گردیده است. قانون جدید مثلاً در مورد مواد غذایی شامل مواردی است که به موجب آنها روشن می‌گردد که مواد غذایی تحت چه شرایطی و به چه مدت باید نگهداری شود. قانون جدید دیگری نیز تصویب شده که در اثر آن حقوق مصرف‌کننده در معاملات وسیع‌تر شده است. بعنوان مثال در این قانون برای مصرف‌کننده ارسال شکایات تسهیل گردیده و مصرف‌کننده را در را کد گذاشتن خرید طی یک هفته در صورت خرید در درب منازل آزاد گذاشته است.

پاره‌ای اطلاعات تاریخی

پاره‌ای اطلاعات تاریخی به خوبی

رشد فعالیت خرده‌فروشی را نشان می‌دهد:

۱۹۴۷- سال تأسیس اولین سلف‌سرویس

۱۹۵۴- سال تأسیس اولین مجتمع

فروشگاه‌های مدرن در شهرهای بزرگ

۱۹۵۵- سال تأسیس اولین سوپر مارکت (۴)

۱۹۶۲- سال تأسیس اولین هایپر مارکت (۵)

۱۹۶۳- سال تأسیس اولین مجتمع تجاری

به صورت دپارتمان استور (۶)

۱۹۶۸- سال تأسیس اولین فروشگاه

مراکز تجمع (۷)

۱۹۷۰- سال تأسیس اولین مغازه تهیه

خوراکی ناحیه‌ای برای اتومبیل‌داران (۸)

۱۹۷۲- سال تأسیس اولین سوپر استور (۹)

۱۹۷۵- سال تأسیس اولین فروشگاه با

استفاده از کاتالوگ (۱۰) (این فروشگاه به

علت جذب نکردن مصرف‌کننده در

۱۹۷۷، تعطیل شد.)

سیستم سلف‌سرویس با استفاده از

فروش کالاهای مورد نیاز مردم، تقریباً

بیش از ۹۵ درصد از معاملات

خرده‌فروشی کشور سوئد را به خود

اختصاص داده است. اما باید گفت،

مجتمع‌های بزرگ فروش در شهرهای پر

جمعیت و تازه تأسیس، که دارای یک یا

زنان خانه‌دار فرصت کافی برای خرید نداشته و سعی می‌کنند که در اولین محل فروش، جایی که انواع کالاها از قبیل اغذیه و احتیاجات ضروری دیگر را به صورت سلف‌سرویس عرضه می‌نمایند، خرید کنند.

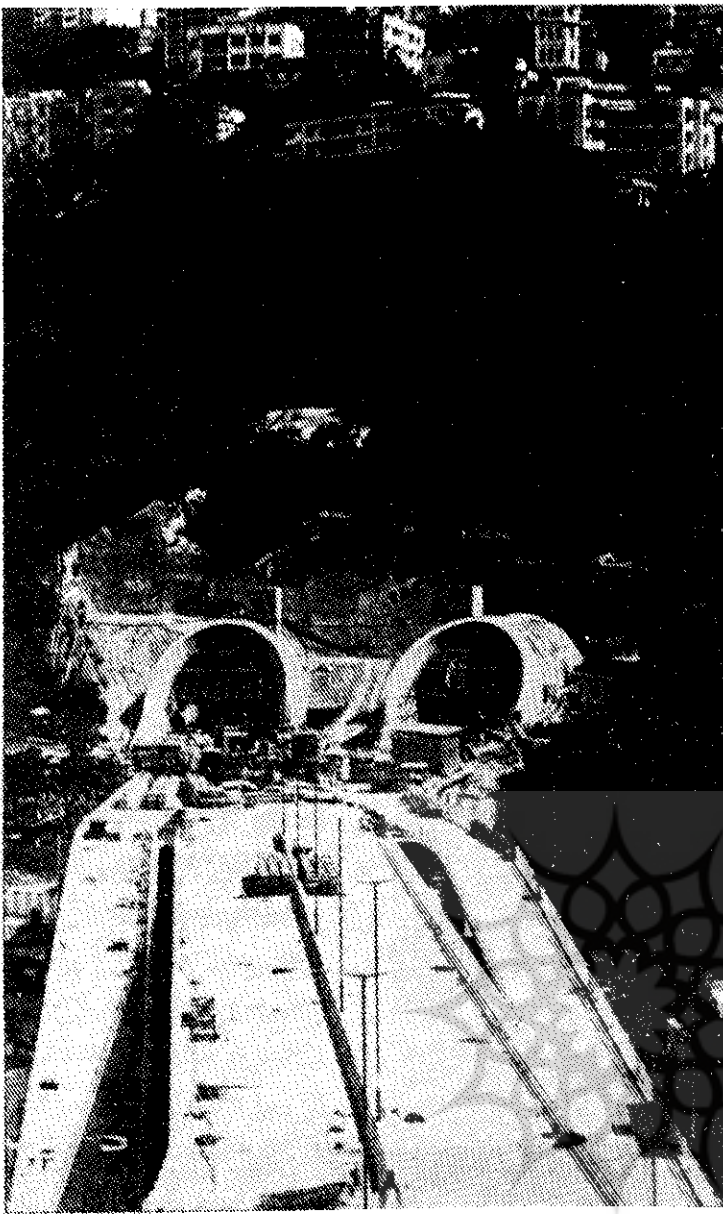
سومین موضوع مربوط به توسعه اساسی سیستم توزیع، استفاده زیادتر مردم از اتومبیل‌هاست. رشد خرید با استفاده از وسیله نقلیه به این معنی است که مصرف‌کنندگان اجباری در خرید از مغازه‌های نزدیک منازل خود ندارند.

تغییر جدید، هم موجب رشد مراکز بزرگ فروش در شهرهای بزرگ گردیده و هم باعث ایجاد و استقرار هایپر مارکت‌ها و فروشگاه‌های بزرگ به خارج شهرها گردیده است.

دو دپارتمان استور با مغازه‌هایی از انواع مختلف هستند، اخیراً در حال افزایش است.

مالکیت و سازمان خرده‌فروشی

در سال ۱۹۷۸، سیستم خرده‌فروشی کشور سوئد دارای ۴۵۹۰۰ فروشگاه با جمع فروش ۹۱۶۰۰ میلیون کرون بود. در نمودار زیر سهم هر یک از مؤسسات بازرگانی از انواع مختلف در سیستم خرده‌فروشی سوئد نشان داده شده است: همچنانکه در نمودار فوق مشهود است، اتحادیه عمده‌فروشی تعاونی کاف در بازار خرده‌فروشی ۱۷/۸ درصد (برابر ۱۶/۲۶۲ میلیون کرون سوئدی) است. این سازمان فروش ۱۸۲ دپارتمان استور ۲۰۵۰ فروشگاه مواد غذایی و تعدادی از فروشگاه‌های اختصاصی را در اختیار خود دارد. اضافه بر آن کاف کادرهایی در رشته‌های خاص تولید می‌کند، بطوری که پاره‌ای از کالاها تولید شده کاف اختصاص به او دارد. در سوئد لفظ شرکت‌های صاحب شعبه به شرکت‌هایی اطلاق می‌شود که بیش از ۲۵ شعبه دارند. اکثریت فروشگاه‌های این گروه به یک مؤسسه بزرگ بخش خصوصی که اغلب فروشگاه‌های آن از نوع دپارتمان استور است، تعلق دارد. حجم فروش مؤسسه اخیر در سال ۱۹۷۸ بالغ بر ۸/۱۹۸ میلیون



کرون می‌باشد. این مؤسسه دارای فروشگاه‌های زنجیره‌ای در زمینه کالاها

خاص مثل پارچه و کفش و رادیو-تلویزیون - گل و روزنامه می‌باشد. سفارش کالاها از طریق پست، مدت طولانی است که در سوئد سابقه دارد به هر حال، بیش از ۲ درصد تجارت خرده‌فروشی سوئد را تشکیل نمی‌دهد.

نزدیک به ۱/۲ تجارت خرده‌فروشی به وسیله مؤسسات کوچک خصوصی انجام می‌گیرد که اغلب آنها از نظر ظرفیت کوچک بوده و به وسیله صاحبان‌شان اداره می‌شوند. بسته شدن بسیاری از فروشگاه‌ها و مغازه‌های کوچک بدین معنی است که حجم فروش خیلی از آنها به اندازه قابل

مالکیت و توزیع سازمان خرده‌فروشی - ۱۹۷۸

ردیف	نوع مؤسسه بازرگانی	درصد
۱	تعاونی‌های مصرف و سازمان عمده‌فروشی مربوطه	۱۷/۸
۲	شرکت‌های بزرگ خرده‌فروشی (خصوصی)	۱۴/۴
۳	خرده‌فروشی به وسیله پست	۲/۰
۴	مؤسسات کوچک خرده‌فروشی (خصوصی)	۶۵/۸
	جمع	۱۰۰

توجهی کاهش پیدا کرده است. معذالک، با توجه به تأسیس مؤسسات جدید و افزایش شعب آنها تعداد زیادی از این مؤسسات به سرعت رشد پیدا کرده‌اند. اخیراً پاره‌ای از مؤسسات کوچک خصوصی با یکدیگر متحد شده‌اند تا بتوانند با تعاونی‌ها و پارتمان استورها رقابت نمایند.

همکاری‌های مالی

سه فروشگاه بزرگ که کالای ضروری عرضه می‌نمایند، در توانائی مالی یکدیگر شریک شده‌اند. ای‌سی‌ا در اصل یک سازمان خریدار است که در ابتدا برای اهضلی خصالیسلاز فروش خود فعالیت می‌کرد. اما، حالیه این سازمان وظایف دیگری از قبیل: بازاریابی، تأسیس شعب تأمین سرمایه و خدمات مشاوره‌ای و نظایر آن جهت سازمان‌هاییکه متعلق است، انجام می‌دهد. ای‌سی‌ا با ۴۲۶۲ فروشگاه و حجم فروش ۱۶۷۷۷ میلیون کرون بزرگترین مجتمع فروشگاه‌ها در مراکز تجمع است. دو سری فروشگاه زنجیره‌ای دیگری در رشته‌های مربوطه وجود دارند که در ۱۹۷۸ مجموعاً ۴۹۶۷ میلیون کرون فروش داشته‌اند. اما سازمان دو فروشگاه اخیر و تعداد دیگری در اتحاد با یک سازمان عمده فروشی به نام داگاب است. در ۱۹۷۸، فروش سه فروشگاه زنجیره‌ای مؤسسه از همین نوع، به میزان ۵۰/۵ درصد فروش فروشگاه‌ها در مراکز تجمع را به خود اختصاص داده‌اند.

در سال‌های اخیر پنجاه مؤسسه کوچک تشکیل گردیده که در رشته‌هایی خاص مثل خرید و بازاریابی جهت اعضاء خدماتی انجام می‌دهند، حجم خرید این پنجاه مؤسسه در ۱۹۷۸، حدود ۱۸ میلیارد کرون بوده است.

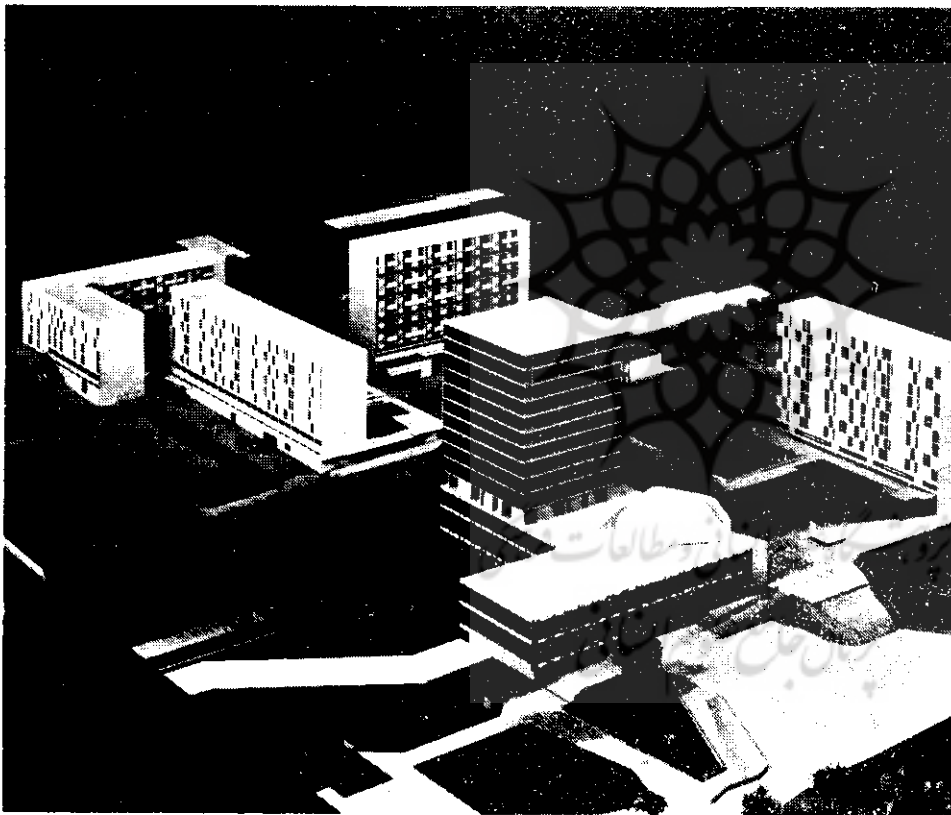
اشکال جدید توزیع در خرده‌فروشی

گرچه روش و موقع اغلب خرده‌فروشان مناسب است معذالک،

اشکال دیگری از خرده‌فروشی در نظام توزیع ظاهر گردیده که به شرح زیر است:

هایپرمارکت - فروش سیاری از کالاهای سوپرمارکت‌ها با استفاده از روش هایپرمارکت انجام می‌گیرد. این فروشگاه‌ها دارای زیربنای حداقل ۲۷۰۰۰ فوت مربع (۲۵۰۰ مترمربع) وسعت دارند، ولی معمولاً مساحت هایپرمارکت‌ها از این مقدار زیر بنا بیشتر است. هزینه کم ساختمان این نوع

فروشگاه‌ها به علت دور بودن از شهر و کاهش هزینه سرویس و پائین بودن هزینه حمل کالاها، اغلب این نوع فروشگاه‌ها را قادر می‌سازد تا از نظر قیمت کالا قادر به رقابت باشند. به طور کلی در سال ۱۹۷۸، ۳۸ هایپرمارکت با جمع فروش ۳۸۵۰ میلیون کرون در توزیع خرده‌فروشی مشغول فعالیت بودند. فروش هر یک از واحدهای ۳۸ گانه هایپرمارکت از ۲۰ میلیون تا ۲۰۰ میلیون کرون به طور سالیانه



اطلاعیه نشریه تعاون

نشریه تعاون از نویسندگان، صاحب نظران، و علاقمندان به شیوه تعاونی دعوت به همکاری می‌نماید و تقاضا دارد مقالات خود را به دفتر نشریه تعاون ارسال فرمایند.

در نوسان بوده است.

- این نوع فروشگاه یکی از اشکال سوپر استوره است. عملیات این نوع فروشگاه‌ها مثل هایپرمارکت‌ها است ولی بیشتر مبادرت به فروش مواد غذایی و کالاهایی از همان نوع می‌نمایند. زیربنای ساختمان این نوع مراکز فروش حداقل ۸۶۰۰ فوت مربع (۸۰۰ متر مربع) است. در پایان ۱۹۷۸، ۲۳ فروشگاه از این نوع وجود داشته که کلاً ۵۸۰ میلیون کرون فروش داشته‌اند.

- سوپر مارکت‌هایی هستند که یک سری کالای جدی و کالاهای مورد نیاز را عرضه می‌دارند. (حداقل زیربنا ۴۳۰۰ فوت مربع یا ۴۰۰ متر مربع) که مقداری از کالاها را نیز به صورت ذخیره نگهداری می‌کند. نوع کالاهای عرضه شده در این فروشگاه‌ها در عین حال کالاهای مورد نیاز خانه‌ها نیز می‌باشد. مهمترین کالاهایی که عرضه می‌شود عبارتند از: گل، عروسک، لباس سبک دوخته شده، کالاهای سرگرم‌کننده، (سایل برقی و نظایر آن که به طور کلی حدود ۴۰ درصد از جمع فروش محدوده را در بر می‌گیرد. فروشگاه‌های مذکور معمولاً در محلات یا مراکزی ساخته می‌شود که کشش دپارتمان استور را ندارند. در پایان ۱۹۷۸، ۴۰۴ سوپرمارکت از این نوع با جمع فروش ۴۸۰۰ میلیون کرون فعالیت داشتند.

فروشگاه در مراکز تجمع - این نوع فروشگاه، از فروشگاه‌های ستی مراکز تجمع از این نظر متفاوت است که ذخیره کادر در این نوع فروشگاه‌ها اندک است، در حالی که از نظر تنوع کالا مثل سوپرمارکت‌ها هستند. این نوع فروشگاه‌ها در طول هفته دارای ساعات کار طولانی بوده و حتی یکشنبه‌ها نیز باز می‌باشند. این نوع فروشگاه‌ها در سوئد، در حال افزایش است. رقم این نوع مراکز توزیع در ۱۹۷۸،



به ۱۱۴۳ و جمع فروش آنها به ۲۳۴۰ میلیون بالغ گردیده است.

فروشگاه‌های دارای کاتالوگ و انبار - این نوع فروشگاه‌ها مثل هایپرمارکت‌ها در رشته بخصوصی از خرده‌فروشی فعالیت دارند. فروشگاه‌های این مراکز توزیع در خارج از شهر و در ساختمان‌های بزرگ متمرکز است. وضع فروش آنها بیشتر به طبقه سلف سرویس بوده و کالاهای جدی و طبقه‌بندی شده مورد نیاز را عرضه می‌کنند، فروشگاه‌های دارای کاتالوگ و انبار، بیشتر در زمینه عرضه مبلمان، کالاهای بادوام و تجارت اتومبیل فعالیت دارند.

به منظور رقابت با این نوع فروشگاه‌های جدید، بسیاری از خرده‌فروشان تاکتیک‌های جدیدی مثل: انجام خدمات بیشتر به مشتریان، توسعه دادند عرضه کالاها و ارائه کیفیت بهتر را، در پیش گرفته‌اند.

فعالیت عمده‌فروشی

سازمان تعاونی مصرف، بعضی از خرده‌فروشی‌های بزرگ و تعدادی از

فروشگاه‌های زنجیره‌ای اختیاری کار عمده‌فروشی را در سوئد به عهده دارند. به طور خلاصه، باید گفت که کار عمده‌فروشی و واردات به وسیله مؤسسات مستقل بخش خصوصی انجام می‌گردد.

جمع فروش اعضا اتحادیه عمده‌فروشی و واردات در سال ۱۹۷۸، به ۱۰۵/۶۰۰ میلیون کرون بالغ گردیده است. توزیع پراکندگی فروش انواع کالاها به شرح زیر است:

کالا برای تولیدکننده ۳۴/۴ درصد

کالاهای مصرفی ۲۱/۹ درصد

سوخ ۱۹/۵ درصد

کالاهای دیگر ۲۴/۲ درصد

جمع ۱۰۰

تغییرات بنیادی در خرده‌فروشی به خصوص کالاهای ضروری طبعاً در عمده‌فروشی نیز مؤثر بوده است. عمده‌فروشی کالاهای ضروری به استثناء پاره‌ای کالاهای کم دوام که مستقیماً تحویل می‌گردد، به عهده کاف، ای‌سی‌ای یا داگاب است.

سود در خرده‌فروشی

تعیین قیمت در تجارت خرده‌فروشی اصولاً آزاد است، بدین لحاظ سود ناشی از خرده‌فروشی از مؤسسه به مؤسسه دیگر متفاوت است. نمودار زیر میانگین سود ناویژه را در رشته‌های مختلف بر حسب درصد فروش نشان می‌دهد. (مؤسسه وی آت در نمودار استثناء گردیده است.)

نوع مواد درصد سود ناویژه

- غذا، تنباکو و روزنامه ۲۰

- میوه، شکر قنادی و فروش روزنامه در

جایگاه مخصوص ۲۵-۲۰

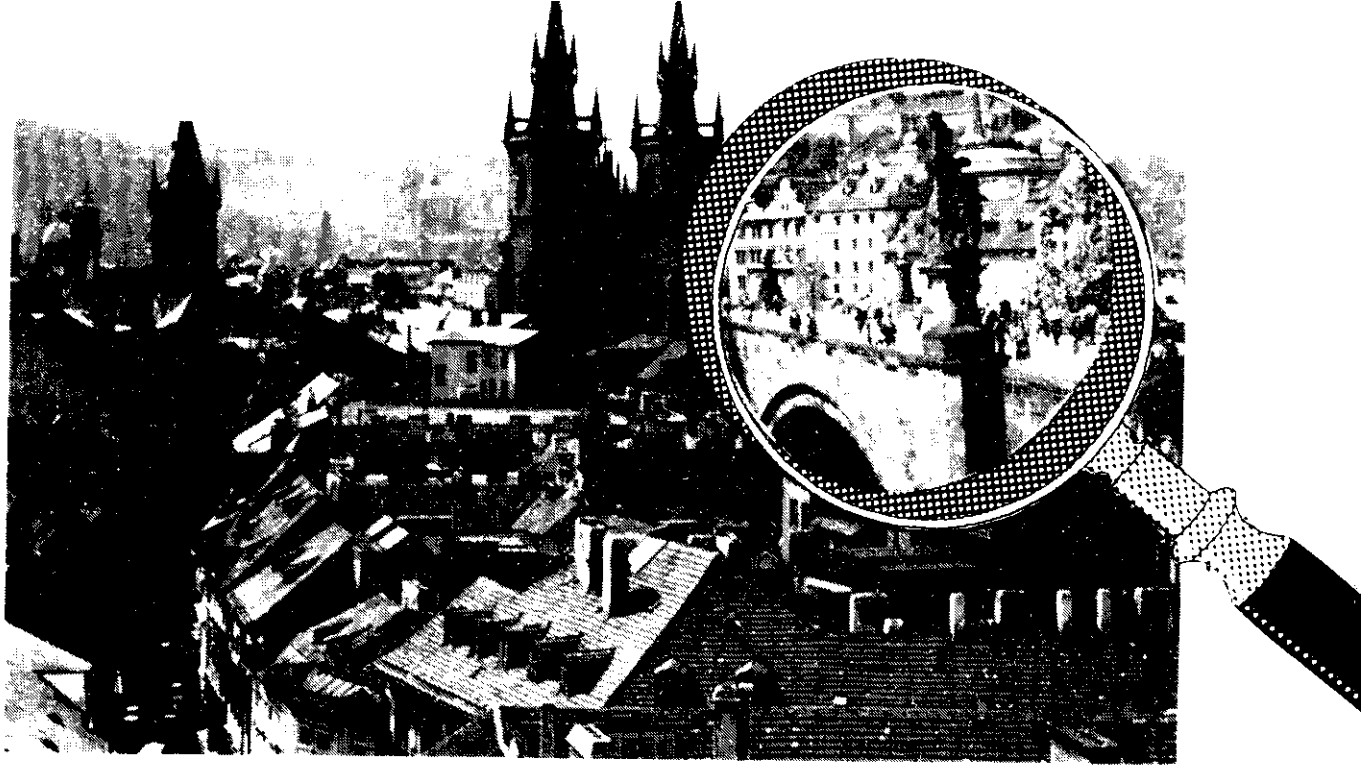
- مبلمان، آهن‌آلات، رادیو و تلویزیون،

کتاب و وسائل عکاسی و سایل سرگرمی

۲۵-۳۰

- پوشاک مردانه، زنانه، بچه‌گانه، پرده

دوخته، چینی و شیشه، رنگ، کفش، گل،



- ۸- عبارت از فروشگاه هایپرمارکت است که با یکی از فروشگاه‌های تخصصی خارج از شهر متحد شده باشد.
- ۹- دپارتمان استور سلف‌سرویس است که دور از مراکز شهر مستقر شده و دارای امکانات خوبی برای پارکینگ اتومبیل‌هاست.
- ۱۰- این فروشگاه‌ها، فروشنده کالاهای قابل انتقال با ارزش بالنسبه گران بهاء هستند، که از طریق دیدن کاتالوگ‌های آن در فروشگاه سفارش می‌شود.

۱- MARKNAS DOSTOLEN

۲- SPK

۳- ALLMANN'S REKLAMATIONS NAMNDEN

۴- مغازه بزرگی از نوع سلف‌سرویس است که همه نوع مواد غذایی و کالای ضروری را دارا می‌باشد.

۵- فروشگاه بزرگی از نوع سوپرمارکت است که دارای مساحتی بیش از ۲۷۰۰۰ فوت مربع (برابر ۲۵۰۰ مترمربع) زیر بنا بوده و تکیه بیشتر مواد آن عرضه مواد غذایی است که در کنار شهرها ایجاد می‌شود.

۶- اجتماع فعالیت حدود ۲۰ مؤسسه تجاری به فدم دپارتمان استور است که در مراکز شهر تأسیس می‌گردد. این نوع مجتمع‌های فروش مکمل ساختمان‌های بزرگ فروش است.

۷- سلف‌سرویس‌های کوچک و مدرنی هستند که تعداد محدودی از کالاها را طی مدت کار طولانی عرضه می‌دارند.

وسایل مربوط به روشنایی، نخ و پارهای
وسایل سرگرمی ۳۰-۴۰
ساعت، وسایل عسینک و
جواهرآلات، وسایل مربوط به روشنایی،
نخ، دستکش و ساک دستی ۴۰-۵۰

هزینه‌ها و سودآوری در خرده‌فروشی

تفاوت سود ناویژه در رشته‌های مختلف ناشی از تفاوت هزینه‌هایی است که هر رشته بخصوص برای فروش تحمیل می‌کند. در فروش کالاهای ضروری، منطقاً هزینه‌ها و سود ناویژه بالنسبه پائین است، در حالیکه در رشته‌های غیر مکانیکی که در آن احتیاج بیشتری به کار دستی می‌باشد مثل رستوران، ساعت و عینک‌سازی، درجه سود بالاتر خواهد بود.