

Тема 6 Формування товарних запасів на підприємствах оптової та роздрібно́ї торгівлі

1. Роль та функції оптової торгівлі в системі господарських відносин.

2. Структура та інфраструктура оптової торгівлі.

1. Роль та функції оптової торгівлі в системі господарських відносин.

Оптова торгівля – включає в себе будь-яку діяльність з продажу товарів і послуг тим, хто купує їх з метою перепродажу або професійного використання.

Оптова торгівля, організовуючи рух товарів каналами розподілу, сприяє синхронізації виробництва і споживання товарів.

Завдання розвитку оптової торгівлі:

1. Стабілізація обсягів оптової операції.

2. Розвиток конкурентного середовища і стимулювання активних фірм просування на ринку вітчизняних товарів.

Цілі розвитку оптової торгівлі:

1. Створення розвинутої структури каналів руху товару.

2. Підтримка необхідної інтенсивності товаропотоків.

3. Створення резервних джерел фінансового забезпечення процесу руху товару.

4. Економія сукупних витрат обігу.

Функції оптової торгівлі стосовно оптовим покупцям:

1. Оцінка потреб і попиту.

2. Перетворення виробничого асортименту в торговий.

3. Накопичення і зберігання товарних запасів.

4. Доставка товарів.

5. Кредитування.

6. Інформаційне та консалтингове обслуговування.

Функції оптової торгівлі по відношенню до постачальників:

1. Концентрація комерційної діяльності.

2. Підтримка процесу переходу прав власності на товар.

3. Інвестиційне забезпечення процесу руху товару.

4. Мінімізація комерційного ризику.

5. Маркетингове обслуговування.

2. Структура та інфраструктура оптової торгівлі.

В умовах розвитку ринкових відносин відбувається реформування організаційної побудови оптової торгівлі. Якщо раніше в рамках двох соціальних форм торгівлі — державної і кооперативної — вона була практично незмінною, плановою, то сьогодні організаційна побудова цієї підгалузі торгівлі динамічно розвивається як сукупність структурних і інфраструктурних елементів.

Структура оптової торгівлі

Організаційна структура оптової торгівлі в ринкових умовах постійно змінюється і модифікується. Сьогодні вона формується зі значної кількості господарських формувань різних форм власності, відмінних за правовим статусом, організаційною побудовою, масштабами діяльності, провідною спеціалізацією тощо. Загальна сукупність суб'єктів оптової торгівлі поділяється на оптові підприємства, оптові організації й окремих підприємств, зайнятих оптовою торговельною діяльністю.

Первинними і домінуючими на сьогодні ланками оптової торгівлі є оптові підприємства — торговельні підприємства, що спеціалізуються на здійсненні оптових закупівель великих партій товарів, проведенні складських торговельно-технологічних операцій і подальшій реалізації (збуті) цих товарів у кількостях, адаптованих відповідно до замовлень їх оптових покупців. Традиційними типами оптових підприємств є склади і

бази, їх сукупність формує матеріально-технічну базу оптової торгівлі — складське господарство.

Другим, менш розповсюдженим, видом традиційних оптових господарських формувань є оптові організації — господарські формування, що включають кілька організаційно, структурно або функціонально взаємозв'язаних за спорідненою товарною спеціалізацією або за єдиною, зрідка — відомчою, постачальницько-збутовою орієнтацією оптових підприємств.

У сучасних умовах оптові організації, за винятком сфер державної монополії, не створюються централізовано, вони засновуються на асоціативних або корпоративних засадах з ініціативи низових торговельних підприємств. Утворені на економічній основі діючі організації реально здійснюють оптові операції; вони прийшли на зміну численним оптовим об'єднанням, конторам, фірмам, посередницьким торгам радянського типу, які, по-суті, займалися розподілом товарних ресурсів.

Дедалі помітнішу роль в оптовій торгівлі починають відігравати окремі підприємці — оптові торговці. Вони опановують переважно нові сегменти й ніші оптового ринку, нерідко диверсифікуючи кілька видів комерційної діяльності.

З огляду на основну місію і ресурсний потенціал оптові торговельні формування (оптові торговці) — підприємства, організації, підприємці — об'єднуються у три великі групи:

- незалежні оптові торговці — ті, що діють від власного імені і за власний кошт, повністю переймаючи на себе право власності на матеріальні блага. Зазвичай це великі оптові формування дилерсько-дистриб'юторського типу з розгалуженою складською мережею і відпрацьованою асортиментно-збутовою стратегією;
- оптові торговельні посередники — ті, що діють від власного імені, але за кошт клієнта. Такі формування брокерського типу спеціалізуються на обслуговуванні потреб у закупівлі або збуті конкретних товарів, використовуючи з цією метою власні або орендовані ресурси;
- оптові торговельні агенти — найдрібніші за потенціалом і функціями формування, що діють від імені і за кошт клієнта (принципала). Типовими різновидами оптових агентів є консигнатори і комісіонери як у внутрішній, так і зовнішній торгівлі.

Структура вітчизняної оптової торгівлі є доволі складною і різноманітною



Структурні елементи оптової торгівлі .

Вона включає в себе як нові (центри, гуртовні, рийки, мережі, торгові доми, брокерські контори, підприємці-комерсанти), так і традиційно складені (бази, склади, об'єднання, фірми, контори) господарські формування.

Традиційні господарські формування оптової торгівлі сформувалися ще в надрах радянської економіки. Зокрема, традиційними оптовими підприємствами залишаються виробничо-торговельні, виробничо-торговельно-сервісні, оптово-торговельні, постачальницько-збутові бази та склади. В практиці оптової торгівлі до сьогодні функціонують традиційні гуртові організації — виробничо-торговельні, оптові, постачальницькі, збутові та посередницькі об'єднання, контори, фірми.

Нові господарські формування кількісно розширили і якісно збагатили діапазон суб'єктів оптової торгівлі. По-перше, на оптовому ринку з'явилися і функціонують підприємства й організації принципово нового типу. Серед них такі нові формування: сервісні центри, малі, спільні, сумісні, колективні, приватні підприємства, акціонерні товариства відкритого і закритого типу, асоціації, концерни, консорціуми, корпорації, брокерські контори, торгові доми. По-друге, розширилася спеціалізація цих новоутворень оптової торгівлі; поряд з традиційними з'явилися нові види основної функціональної спеціалізації суб'єктів оптової діяльності: комерційні, комісійні, консигнаційні, дилерські, дистриб'юторські, агентські, брокерські, маклерські підприємства і організації. По-третє, розширенню кола учасників гуртового ринку сприяла поява на ньому фізичних осіб — приватних підприємців, комерсантів, агентів, брокерів, маклерів із найрізноманітнішими різновидами спеціалізації в різних напрямках гуртової торговельної діяльності.

Якісне розширення і кількісне поглиблення структурно-елементної бази інституціонального ринку привело до поглиблення інфраструктури оптової торгівлі, створення низки незатребуваних раніше служб і підрозділів для забезпечення потреб товарного ринку в цілому.