

**21.11.2023**  
**Група 25**  
**Урок 9-10**

## **Тема: СУТНІСТЬ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ**

**Мета:** визначити сутність оптової торгівлі, її види та функції, а також її роль в економіці

Оптова торгівля за своєю організаційною сутністю є формою організації господарських зв'язків між суб'єктами інституціонального ринку з приводу закупівлі-продажу великих партій товару або комплексу послуг. Основним місцем її здійснення є оптовий ринок, де сконцентровані оптові і комерційні посередники (оптові продавці) і на який вноситься попит колективних набувачів товарів і послуг (оптових покупців).

В оптовій торгівлі, яка не має на меті, на відміну від роздрібною, чітко вираженої реалізації попередньо закуплених товарів у кінцеве споживання, поділ на продавцю і покупців залишається доволі умовним. Оптові підприємства, придбавши партію товару, одночасно стають його продавцем. Зворотна аналогія простежується в діяльності виробничих підприємств — реалізація виготовленого товару (збут) супроводжується закупівлею товарів сировинного характеру (постачання).

Окреме місце посідають колективні покупці партій товарів (комплексу послуг) — бюджетні і трансфертні органи й установи (органи влади і соціального захисту). Ці суб'єкти оптової торгівлі залишаються виключно покупцями оптових партій товарів, оскільки безпосередньо вони самостійної комерційної діяльності, що передбачає виготовлення, збут або суто реалізацію матеріальних благ, не здійснюють. Підставою для віднесення бюджетних і трансфертних колективних споживачів до числа оптових покупців є насамперед значний обсяг партій матеріальних благ, що ними закуповуються. На відміну від роздрібних покупців, колективні споживачі закуповують, за незначними винятками, не споживчі товари (окремі послуги), а великі партії товарів (комплекси послуг) або високовартісні одиниці устаткування, обладнання — основних засобів.

Оперування відносно великими партіями товарів є тією характерною рисою гуртової торгівлі, що підкреслює її відмінність від роздрібної. Однак не слід забувати, що в практиці оптової торгівлі поняття "партія товару" інколи тотожне одиничному капіталомісткому товару (літак, будинок, заводський корпус тощо).

Таким чином, економічна сутність оптової торгівлі полягає у здійсненні процесу продажу товарів і послуг товаровиробниками іншим підприємствам сфери виробництва, оптовим і роздрібним торговельним підприємствам, комерційним посередникам та державним установам, а також торговельними і посередницькими підприємствами одне одним, виробничим та суспільним колективним споживачам.

### **Види оптової торгівлі**

Оптова торгівля бере активну участь практично в усіх сферах розширеного суспільного відтворення, що обумовлює наявність кількох її функціональних видів. В умовах планової економіки ця підгалузь включала тільки два види: торгівлю продовольчими товарами і торгівлю непродовольчими товарами, тоді як паралельно існували матеріально-технічне постачання і заготівля сільгосппродукції, які забезпечували гуртовий розподіл і перерозподіл продукції, сировини, матеріалів виробничого призначення і непереробленої аграрної продукції.

В ринкових умовах усі об'єкти торговельної діяльності стали рівноцінними товарами, а підгалузь оптової торгівлі включила в себе такі основні види: торгівлю засобами виробництва і предметами праці; торгівлю непереробленою сільськогосподарською продукцією; торгівлю продовольчими товарами; торгівлю непродовольчими товарами; торгівлю транспортними засобами і торгівлю послугами (рис. 1).

Поняття оптової партії товару в цілому є доволі відносним, як і сама межа між гуртовою і роздрібною торговельною діяльністю. У цьому аспекті важко розмежувати між підгалуззями торгівлі поодинокі, але реальні операції із сьогodнішньої торговельної практики. Єдиним критерієм розмежування

товарних партій на оптові та роздрібні залишається ціна одиниці товару: гуртова ціна, як правило, є дещо нижчою від середньої ціни того ж товару в крамницях.



Рис. 1. Основні види оптової торгівлі

Включення ринкових чинників у сферу товарного обміну поступово перетворило матеріально-технічне постачання в оптову торгівлю засобами виробництва і предметами праці, оскільки продукція виробничо-технічного призначення перестала централізовано розподілятися за директивно-встановленими цінами, почала отримувати реальну ринкову ціну і вільно реалізовуватися на традиційних засадах оптової торгівлі.

Під впливом кардинальних організаційно-правових змін в аграрному секторі економіки в такий вид оптової торгівлі як торгівля непереробленою сільськогосподарською продукцією, трансформувалася колишня система державних заготівель. У даний час закупівля сільськогосподарських продуктів і сировини проводиться в усіх категоріях господарств для поповнення державних ресурсів або з метою реалізації переробним підприємствам, на експорт тощо через спеціалізованих оптових трейдерів.

Два наступних види оптової торгівлі — торгівля продовольчими товарами (продуктами харчування) і торгівля непродовольчими товарами разом утворюють велику за масштабами і важливу за значенням підсистему оптової торгівлі товарами широкого вжитку. Вона має на меті налагодження і відпрацювання господарських зв'язків між виробництвом і роздрібною торгівлею за умови забезпечення раціонального товаропросування виготовлених

матеріальних благ і є активним важелем організації і розвитку як виробничих галузей, так і роздрібно-торговельної мережі.

Зростання потреб ринкової економіки в розвитку інфраструктури товарного ринку сформувало у вітчизняній оптовій торгівлі відносно нові види — торгівлю транспортними засобами і торгівлю послугами. Оптова торгівля транспортними засобами охоплює практично всі операції купівлі-продажу в усіх галузях транспортної інфраструктури: автомобільному, залізничному, водному й авіаційному, в яких ринкова вартість будь-якої транспортної одиниці значно перевищує вартісний обсяг середньостатистичної оборудки в інших видах оптової торгівлі. Торгівля послугами на оптовому ринку є надзвичайно перспективним її видом й включає операції з інтелектуальними, науково-технічними, орендними і іншими послугами масштабного характеру,

Активна двостороння скерованість оптової торгівлі на обслуговування виробництва і роздрібного товарного ринку визначає сукупність її основних функцій.

*Функціями оптової торгівлі* в частині її взаємодії із представниками сфери виробництва є:

- стимулювання і концентрація підприємницької діяльності всіх форм, видів і різновидів;
- активна участь у проектуванні і формуванні виробничого асортименту товарів і послуг, піднесенні загального рівня якості виготовлюваних матеріальних благ;
- організація й інвестиційне забезпечення процесу руху щойно виготовлених матеріальних благ зі сфери виробництва за рахунок повсякденного вдосконалення наявних та створення нових каналів товаропросування;
- перейняття на себе певної частини комерційного ризику, постійно супутнього життєвому циклу товарів і послуг на ринку; усунення або згладжування діаметральних суперечностей бізнесового ризику (успіх-поражка);
- формування оптимальної концепції логістичного забезпечення сучасних виробництв відповідно до комерційних, справді ринкових засад, основною з яких

є максимізація прибутку на фоні безумовного врахування комерційних інтересів інших суб'єктів ринку.

Оптова торгівля виконує також *низку функцій*, спрямованих на обслуговування потреб роздрібних торговельних підприємств і індивідуальних споживачів товарів і послуг. Ці функції включають:

- постійне і системне вивчення попиту і поточної кон'юнктури всередині окремих сегментів товарного ринку і конкретних цільових ринків;
- перетворення виробничого велико-серійного асортименту в торговельний, адаптований до реальних можливостей існуючої роздрібно та дрібно-роздрібною торговельною мережі;
- концентрація матеріальних благ за рахунок власних і залучених основних та оборотних засобів з метою створення передумов для ритмічного постачання торговельних підприємств в зоні обслуговування;
- здійснення внутрішньо складських технологічних операцій, супутніх процесу зберігання товарних запасів;
- організація своєчасної доставки товарів у роздрібну торговельну мережу;
- проведення товарного і фінансового кредитування клієнтів-покупців (підприємств роздрібною торгівлі);
- інформаційне обслуговування наявних і потенційних клієнтів з числа покупців оптових партій товарів або комплексу послуг.

### **Допоміжні функції оптової торгівлі**

Крім сукупності основних функцій оптова торгівля виконує також цілий комплекс допоміжних, пов'язаних з інфраструктурним забезпеченням гуртового продажу матеріальних благ, функцій. Сюди належать заходи, що сприяють збереженості матеріальних цінностей в ході транспортування вантажів, забезпечують сезонне і тимчасове зберігання на гуртових підприємствах, фасування і підсортування, подрібнення і розукомплектування товарних партій відповідно до вимог клієнтів споживчого ринку або інших оптових покупців.

## **Фактори, що впливають на оптову торгівлю**

Оптова торгівля, як і інші види господарської діяльності, є продуктом суспільного розподілу праці і пов'язаних з ним процесів спеціалізації і кооперації суспільно-корисної людської діяльності. Місцем її здійснення є товарний ринок, вона повністю охоплює його складову частину — оптовий ринок — і деяку частину споживчого ринку.

Суспільний розподіл праці не випадково відокремлює торгівлю гуртовими партіями матеріальних благ в самостійний вид діяльності. Необхідність існування оптової торгівлі в економічному механізмі ринкового типу обумовлюється об'єктивною дією кількох груп факторів: виробничих, транспортних і торговельних.

Виробничі фактори, а саме: нерівномірне розташування, концентрація і спеціалізація в окремих регіонах, сезонний характер багатьох виробництв, організаційно-технологічні особливості різних виробничих циклів тощо — обумовлюють потребу в територіально рівномірно розгалуженій мережі оптових підприємств, здатній ефективно забезпечувати товарообмін на міжрегіональному рівні.

Транспортні фактори (стан і пропускна здатність шляхів сполучення, рівень технічного оснащення рухомого складу і транспортних засобів, відпрацьованості схем і маршрутів доставки вантажів) однаковою мірою впливають на обидва функціональні рівні оптової торгівлі — міжрегіональний і регіональний.

Торговельні фактори — рівень розвитку, концентрації і розміщення роздрібно-торговельної мережі, спеціалізація і потужність роздрібних торговельних підприємств тощо — відіграють помітну роль на регіональному рівні оптової торгівлі.

## **Роль оптової торгівлі**

Сукупність оптових підприємств з різними масштабами комерційної діяльності і зонами обслуговування (діяльності) становлять єдину систему оптової торгівлі на міжрегіональному і регіональному функціональних рівнях.

Залежно від функціонального рівня оптових суб'єктів ринку модифікується роль усієї системи оптової торгівлі. На міжрегіональному рівні її учасники покликані стати стратегічним підґрунтям системи каналів переміщення товарів для задоволення потреб вітчизняних і закордонних товаровиробників у постачанні їм сировини і реалізації їхньої готової продукції. Основним пріоритетом ролі міжрегіональних суб'єктів оптової торгівлі при цьому є активізація випуску та реалізації товарів вітчизняного виробництва на внутрішньому та зовнішніх товарних ринках.

Роль оптових організаційних структур регіонального рівня полягає у завершенні процесу оптової реалізації товарів. Для цього регіональні оптові суб'єкти закупають гуртові партії товарів у міжрегіональних оптовиків, у товаровиробників з метою насичення місцевих товарних ринків, забезпечення потреб у товарах роздрібних торговельних підприємств.

### **Значення оптової торгівлі**

Оптова торгівля відіграє важливе значення в господарському механізмі суспільства. Значення оптової торгівлі визначається її місцем та роллю на товарному ринку. Об'єднуючи чимало каналів товаропросування, форм здійснення купівлі-продажу гуртових партій товару, оптова торгівля в багатьох моментах здійснює активний вплив на товаровиробників через забезпечення їх сировиною та ресурсами, через виконання комерційно-посередницьких операцій щодо реалізації виготовленої продукції.

З іншого боку, значення оптової торгівлі полягає в опосередкованому впливі через роздрібну торгівлю на споживання товарів за рахунок участі у формуванні роздрібного асортименту, його повноти та стабільності.

Оптова торгівля здійснює також великий обсяг допоміжних технологічних операцій в частині перетворення виробничого асортименту в роздрібний, підготовки товарних запасів до кінцевої реалізації споживачам, чим сприяє

вдосконаленню всього технологічного процесу товаропросування, підвищенню рівня торговельного сервісу.

Концентрація діяльності оптової підгалузі торгівлі на проміжній ланці між виробництвом і споживанням, її переважно посередницький характер жодним чином не знижує значення оптової підгалузі галузі торгівлі. Як свідчить історичний розвиток економічних систем, функціонування оптових посередницьких формувань є об'єктивним наслідком процесів розподілу і спеціалізації праці і несе позитивний економічний ефект для суспільства в цілому.

**Питання для контролю (знайти відповідність, дорівнює 1 бал):**

Питання	Відповідь
1. Підгалузь оптової торгівлі включає такі основні види:	а) оперування відносно великими партіями товарів
2. Характерною рисою гуртової торгівлі є	б) здійсненні процесу продажу товарів і послуг товаровиробниками іншим підприємствам сфери виробництва, оптовим і роздрібним торговельним підприємствам, комерційним посередникам та державним установам, а також торговельними і посередницькими підприємствами одне одним, виробничим та суспільним колективним споживачам
3. Економічна сутність оптової торгівлі полягає у	в) залишаються виключно покупцями оптових партій товарів, оскільки безпосередньо вони самостійної комерційної діяльності, що передбачає виготовлення, збут або суто реалізацію матеріальних благ, не здійснюють.
4. Колективні покупці партій товарів (комплексу послуг) — бюджетні і трансфертні органи й установи (органи влади і соціального захисту)	г) формою організації господарських зв'язків між суб'єктами інституціонального ринку з приводу закупівлі-продажу великих партій товару або комплексі послуг
5. Оптова торгівля за своєю організаційною сутністю є	д) як товарний ринок, так і його складова частина — оптовий ринок, а також деяка частина споживчого ринку
6. Місцем здійснення оптової торгівлі є	е) продуктом суспільного розподілу праці і пов'язаних з ним процесів спеціалізації і кооперації суспільно-корисної людської діяльності
7. Оптова торгівля є	ж) завершеним процесом оптової реалізації товарів



8. Роль оптових організаційних структур регіонального рівня полягає у	з) налагодження і відпрацювання господарських зв'язків між виробництвом і роздрібною торгівлею за умови забезпечення раціонального товаропросування виготовлених матеріальних благ і є активним важелем організації і розвитку як виробничих галузей, так і роздрібної торговельної мережі
9. Підсистема оптової торгівлі товарами широкого вжитку має на меті	и) рівень розвитку, концентрації і розміщення роздрібної торговельної мережі, спеціалізація і потужність роздрібних торговельних підприємств тощо
10. Торговельні фактори	к) стан і пропускна здатність шляхів сполучення, рівень технічного оснащення рухомого складу і транспортних засобів, відпрацьованості схем і маршрутів доставки вантажів
11. Транспортні фактори	л) нерівномірне розташування, концентрація і спеціалізація в окремих регіонах, сезонний характер багатьох виробництв, організаційно-технологічні особливості різних виробничих циклів тощо — обумовлюють потребу в територіально рівномірно розгалуженій мережі оптових підприємств, здатній ефективно забезпечувати товарообмін на міжрегіональному рівні
12. Виробничі фактори	м) торгівлю засобами виробництва і предметами праці; торгівлю непереробленою сільськогосподарською продукцією; торгівлю продовольчими товарами; торгівлю непродовольчими товарами; торгівлю транспортними засобами і торгівлю послугами