

image not found or type unknown



**Оптовая торговля** представляет собой любую деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их или в целях дальнейшего использования (переработка, пошив), или перепродажи.

Оптовое звено, определяя структуру и направление товарных потоков и преобразуя производственный ассортимент в торговый, выступает проводником достаточно большой массы товаров на потребительском рынке.

Для оптовой торговли свойственны:

- закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей;
- увеличение числа ступеней промежуточных пользователей продукции;
- приспособление товарного ассортимента к запросам промежуточных и конечных потребителей;
- проведение политики своевременного обновления и улучшения качества товаров;
- наличие достаточного капитала для организации и ведения торговли;
- принятие риска при обращении товаров.

При оптовой торговле товар **закупается крупными партиями** и в больших объемах.

Рыночное пространство включает в себя не только непосредственных производителей и потребителей товарной продукции, но и значительное число активных промежуточных звеньев, устанавливающих деловые отношения между ними. К таким звеньям относятся оптово-посреднические организации, которые оказывают существенные услуги, как производителям, так и конечным потребителям продукции.

Оптовая торговля является наиболее важным звеном, которое обеспечивает ускорение процесса товародвижения по каналам распределения.

В советский период в стране существовала разветвленная система оптовых контор, баз, складов, холодильников, которые занимались оптовой реализацией различных

групп товаров. Это были ведущие звенья торговой отрасли, которые осуществляли функции централизованного распределения товарных ресурсов, установления скидок, определяли пути товародвижения и другие важные вопросы. Такие предприятия имели специализацию, поэтому ни о какой конкуренции речь идти не могла.

Материально-техническая база оптовой торговли создавалась на протяжении нескольких десятилетий. За последние годы произошло резкое сокращение объема оптовых операций. В условиях рынка предприятия оптовой торговли оказались в кризисном положении, многое было разрушено. Оптовая торговля вынуждена была заняться новыми видами деятельности (розничной торговлей, производством, сдачей складских помещений в аренду и т.п.), поменять специализацию, внедрять новые формы организации оптовой торговли (объединения, ассоциации и т.д.).

Поэтому рациональная организация и совершенствование оптовой торговли являются одной из важнейших задач. Оптовое звено определяет направление товарных потоков, преобразует производственный ассортимент в торговый и выступает проводником огромной массы товаров на потребительский рынок.

Все это позволяет и производителям, и розничным торговцам обращаться к услугам оптовой торговли.

Необходимость оптовой торговли связана с некоторыми факторами:

- **неравномерное размещение** на территории РФ предприятий промышленности, выпускающих отдельные группы и наименования товаров народного потребления. Это вызывает необходимость широкого товарного обмена между предприятиями, расположенными в разных регионах страны;
- **природные и экономико-географические условия** производства, концентрация производства в отдельных районах страны;
- многие товары народного потребления выпускаются **многочисленными предприятиями промышленности**, поэтому необходимо вовлечь в товарооборот все эти «распыленные» ресурсы и оказать помощь промышленным предприятиям в сбыте продукции;
- **специализация промышленных предприятий** на выпуске товаров народного потребления узкого производственного ассортимента. Для розничных предприятий ограничивается не только ассортимент, но и объем поставляемых товаров при закупке.

Необходимость функционирования оптовой торговли вызвана тем, что непосредственная продажа товаров предприятиями-изготовителями населению практически трудноосуществима, так как они выпускают товары, которые реализуются в различных городах и населенных пунктах. Поэтому торговля товарами широкого потребления осуществляется в две стадии:

- на первой, начальной стадии товары реализуются предприятиями-изготовителями торговым предприятиям (оптовая торговля) или торговыми предприятиями друг другу;
- на второй, конечной стадии розничные торговые предприятия продают товары населению (розничная торговля).

В оптовой торговле товар может быть продан **два и более раза** — сначала на региональном, потом — на местном уровне.

**Оптовая торговля** — это форма отношений между предприятиями, организациями, при которой хозяйственные связи по поставкам продукции формируются сторонами самостоятельно.

В оптовой торговле определяется структура и направление товарных потоков. Она выступает на рынке в качестве посредника между промышленностью и розничным торговым звеном.

Целями развития оптовой торговли являются:

- создание развитой структуры каналов товародвижения;
- поддержание необходимой интенсивности товаропотоков;
- формирование резервных источников финансового обеспечения процесса товародвижения.

Оптовая торговля играет роль активного проводника товаров отечественного производства и перемещения и накопления достаточно большой массы импортных товаров в пространстве и во времени на внутренний потребительский рынок. Она заставляет отечественных производителей повышать качество своих товаров для завоевания прочного места в конкурентной борьбе.

Характерными **задачами** оптовой торговли являются:

- поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей;
- закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей;

- увеличение числа ступеней промежуточных пользователей продукции;
- формирование торгового ассортимента и приспособление его к запросам промежуточных и конечных потребителей;
- проведение политики своевременного обновления и улучшения качества товаров;
- обеспечение предприятиям-изготовителям сбыта их товаров;
- маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных торговых предприятий;
- информационное обслуживание;
- принятие риска при обращении товаров.

Таким образом, у производителей и розничных торговых предприятий есть все основания пользоваться услугами оптовой торговли.

Оптовая торговля является важным рычагом **маневрирования материальными ресурсами**, способствует сокращению излишних запасов продукции на всех уровнях сферы товарного обращения и устранению товарного дефицита, принимает участие в формировании отраслевых и региональных товарных рынков.

Через оптовую торговлю усиливается **воздействие потребителя на производителя**, появляются реальные возможности регулирования спроса и предложения. Рыночный спрос образует, с одной стороны, поток информации от потребителя через торговлю к производителю, с другой — товарный поток от производителя через торговлю к потребителю.

В этом процессе должна быть достигнута согласованность обоих потоков, и решающая роль принадлежит оптовой торговле. Она призвана выполнять функцию **регулятора рыночного спроса** и адаптироваться к требованиям потребителя, что обеспечивает наполнение рынка товарами.

**На макроуровне** оптовая торговля выполняет следующие **функции**:

- **интегрирующую** (по обеспечению взаимосвязи между партнерами по поставкам продукции, по нахождению каналов сбыта);
- **оценочную** (по определению уровня общественно необходимых затрат труда через ценообразование);
- **организующую и регулирующую** (по обеспечению рационального построения и гармонического функционирования экономических систем с помощью импульсов, стимулирующих структурные изменения).

## **Оптовое звено осуществляет следующие функции:**

- **распределения** - закупка товара специализированного производственного ассортимента у различных производителей и комплектация ассортимента с учетом дифференцированного спроса (формирование торгового ассортимента путем подсортировки товара);
- **накопления и хранения** - накопление временного интервала между различными сезонами;
- **организации товародвижения** - преодоление пространства, когда производитель-поставщик и розничное предприятие находятся на достаточном расстоянии и отгрузка осуществляется большими партиями (при этом оптовое предприятие в централизованном порядке доставляет товар в розничные предприятия небольшими партиями);
- **контроля** - обеспечение качества поставляемого в розничное предприятие товара;
- **регулирования рынка** - выравнивание цен благодаря закупкам крупных партий товара и получение значительных скидок на покупаемые товары;
- **кредитная** - финансирование розничных предприятий, когда поставка товара осуществляется без оплаты и между поставкой и оплатой существует интервал времени;
- **маркетинговая** — исследование и освоение рынка через рекламу, маркетинг, систему ценообразования благодаря привлекательной упаковке товара и т.д.;
- **обеспечения хранения и транспортировки** - обеспечивает ритмичность и гарантированность поставки товаров в розничную сеть небольшими партиями.

Эти функции оптовой торговли на микроуровне трансформируются в разнообразные функции оптовых торговых предприятий.

У оптовой торговли есть также функции по отношению к поставщикам:

- концентрация коммерческой деятельности;
- поддержка процесса перехода прав собственности на товар;
- инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- минимизация коммерческого риска;
- маркетинговое исследование рынка.

И функции оптовой торговли по отношению к оптовым покупателям следующие:

- оценка потребностей и спроса;
- преобразование промышленного ассортимента в торговый;

- преодоление пространственного разрыва и экономическая интеграция территории;
- накопление и хранение товарных запасов;
- фасовка, упаковка;
- доработка, доведение товаров до требуемого качества;
- доставка товаров;
- кредитование;
- информационное и консалтинговое обслуживание.

Выполнение этих функций составляет основу коммерческой работы оптовой торговли.