

Тема 5.1 Оптовая торговля, ее функции и особенности организации (4 часа)

- **1. Понятие оптовой торговли**
- **2. Функции оптовой торговли**
- **3. Инфраструктура оптовой торговли**
- **4. Развитие оптовой торговли в Республике Беларусь.**

- **Оптовая торговля** – вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием.

(ст.8 Закона РБ «О торговле»)

- **Оптовый рынок** представляет собой рынок предприятий (организаций), приобретающих товары для их последующей перепродажи с целью получения прибыли.
- **Субъектами оптового рынка** являются изготовители товаров, посредники и организации розничной торговли.



- *по функциональному назначению* можно выделить следующие основные комплексы услуг:
- *Технологические* – по хранению, подсортировке, фасовке, упаковке, маркировке, транспортно-экспедиционные и др.;
- *Коммерческие* – помощи в рекламировании товаров, информационные, комиссионные, посреднические по поиску поставщиков товаров и оптовых покупателей и т.п.;
- *Организационно-консультативные* – консультации по вопросам ассортимента и качества товаров, эксплуатации изделий, организации розничной продажи, изучения спроса, маркетинга и др.

По характеру заинтересованных сторон:

Услуги розничным торговым предприятиям:

- предложение широкого ассортимента товаров (постоянно);
- завоз товаров силами и средствами поставщика;
- поставка товаров по графику, точно в срок;
- скидки в зависимости от размера партии и сезона;
- информационная и рекламная помощь;
- демонстрация и ознакомление с новыми товарами;
- фасовка и упаковка в соответствии с желаниями покупателей;
- предоставление кредитов на короткий срок, отпуск товаров с оплатой по мере реализации или после реализации.
- консультирование по вопросам новых товаров и др.

Услуги поставщикам:

- обеспечение эффективного сбыта продукции поставщика большому количеству магазинов;
- продвижение на рынок новой продукции;
- осуществление закупок крупных партии, снижающих стоимость поставок;
- предоставление информации по спросу;

Коммерческие задачи оптовой торговли

- **сбор и создание базы данных конъюнктурных исследований рынка;**
- **установление контактов с производителями и покупателями товаров;**
- **воздействие на промышленные предприятия;**
- **распределение товарных ресурсов по регионам;**
- **своевременное, ритмичное и качественное обеспечение потребителей в соответствии с полученными заказами, договорами;**

- **формирование товарных запасов и организация складского хранения;**
- **формирование мелких партий товаров для розничной торговли;**
- **ритмичное товароснабжение розничной сети;**
- **управление взаимоотношениями субъектов оптового рынка с помощью экономических рычагов, снижение совокупных затрат, связанных с продвижением товаров от изготовителя к потребителям;**
- **принятие на себя части риска связанного с повреждением, утратой товара при его движении по каналу распределения.**

Целями развития оптовой торговли в рыночной экономике являются:

- создание развитой структуры каналов товародвижения;
- обеспечение снижения издержек обращения и высокой эффективности всей системы обращения товаров в стране;
- мобилизация денежных ресурсов, необходимых для финансирования процесса товародвижения.

Функции коммерческих служб оптовых организаций:

Закупочные

- преддоговорная работа;
- заключение договоров с поставщиками;
- организация поставок (завоза товаров);
- обеспечение исполнения договоров поставки
контроль;
- претензионная работа

Сбытовые

- формирование ассортимента;
- заключение договоров с оптовыми организациями;
- организация товароснабжения;
- разработка схем завоза товаров покупателям

Рыночно-организационные

- изучение спроса;
- анализ конъюнктуры рынка;
- планирование оптовых закупок;
- изучение поставщиков и оптовых покупателей,
оптимизация хозяйственных связей с ними ;
- управление ассортиментом;
- развитие услуг (финансовые, консалтинговые)

Преимущества оптовой торговли для производителей:

- *разгружает органы сбыта.* Снижаются затраты на реализацию продукции, поскольку вместо большого количества розничных предприятий поставки осуществляются только несколькими оптовыми;
- *снижает колебания загрузки производственных мощностей.* Оптовый торговец делает заказы на несколько месяцев вперед, что позволяет осуществлять долгосрочное планирование.;
- *финансовые преимущества* состоят в том, что обычно оптовый торговец производит оплату в короткие сроки с использованием скидки при платеже наличными авансом или давая обязательства по векселям. Тем самым производитель получает необходимые свободные средства для продолжения своего производства.

для розничной торговли:

- облегчается организация закупок. Из большого количества предложений производителей оптовый торговец отбирает самые выгодные, сводит их в один заказ, и тем самым облегчает выбор розничному торговцу;
- обеспечивает срочность и малый объем поставок. Отпадает необходимость содержания больших складских запасов и снижается риск;
- обеспечивается кредитная помощь. Опыт многолетних деловых связей дает оптовому торговцу возможность оценить кредитоспособность розничного торговца и оказать ему соответствующую кредитную помощь;
- оказывает сервисные услуги по организации продаж товаров;
- обеспечивает более оперативную доставку товаров, поскольку они находятся ближе к клиентам, чем производители.

Структура оптовой торговли товарами потребительского назначения

Предприятия оптовой торговли

Независимые оптовые торговцы

(приобретают права собственности на перепродаваемый товар)

Универсальные оптовики

Специализированные оптовики

Торговцы – консигнанты

Предприятия – оптовые посредники

(как правило, не приобретают права собственности на товар, действуют по поручению клиента (поставщика или покупателя), чаще всего за его счет)

Дилерские организации предприятий - производителей
Региональные дистрибьюторы крупных производственных или торговых фирм
Брокеры
Агенты

Предприятия – организаторы оптового товарооборота

(сами не принимают непосредственного участия в торговле, а за плату предоставляют условия для купли – продажи другим оптовым торговцам)

Ярмарки

Товарные биржи

Аукционы

Оптовые рынки

Классификацию **оптовых посредников** можно провести по сочетанию двух признаков:

- 1) от чьего имени работает посредник;
- 2) за чей счет посредник ведет свои операции.



Под инфраструктурой оптовой торговли в широком смысле слова понимается комплекс отраслей, подотраслей и сфер деятельности, главная задача которых сводится к доведению товаров от производителя к розничной торговой сети.

Торгово-посредническая инфраструктура:

- *оптовые посредники*
- *товарные биржи*
- *оптовые ярмарки*
- *брокерские фирмы и конторы*
- *ассоциации оптовой торговли*
- *оптово-розничные предприятия*
- *оптовые продовольственные рынки*
- *торговые дома*
- *торги (тендеры)*

Финансово-кредитная инфраструктура:

- *коммерческие банки*
- *финансово-расчетные центры*
- *страховые компании*
- *факторинговые банки*

Транспортная инфраструктура:
автотранспортные предприятия

Службы сервиса:

- *гостиничное хозяйство*
- *кафе*
- *автостоянки*

Информационная инфраструктура:

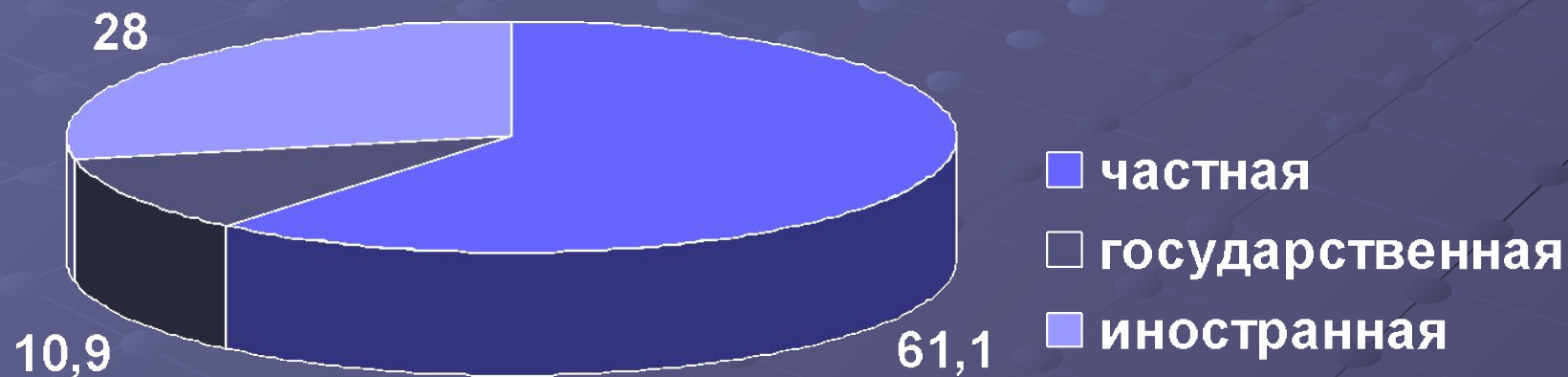
- *центры коммерческой информации*
- *телекоммуникационные сети*
- *центры компьютерных услуг*
- *фирмы информационного обслуживания*
- *рекламные агентства*
- *ярмарки-выставки*

**ИНФРАСТРУКТУРА
ОПТОВОЙ
ТОРГОВЛИ**

Внеэкономическая инфраструктура:

- *торговые представительства иностранных фирм*
- *внешнеторговые организации*
- *таможенные организации*

Структура оптового оборота по формам собственности за 2006 год, в %



Организации, ведущие оптовую торговлю в Республике Беларусь

ОРГАНИЗАЦИИ, ВЕДУЩИЕ ОПТОВУЮ ТОРГОВЛЮ

Министерство торговли

Государственные
унитарные
предприятия

«Белювелирторг» ,
«Белимпортторг»

Областные
специализированные
организации с
государственной
коммунальной
собственностью

Унитарные
оптово-розничные
предприятия ;
ОАО, например ,
ГКОРУП «Облторгсоюз»

Оптовые
организации концерна
«Белресурсы»

РУП «Беларусьинторг»
ЗАО «Белагроинторг»

Продолжение

**Местные органы
исполнительной
и распоряди-
тельной власти**

**Предприятия с
долей
государственной
собственности**

**«Торгодежда», «Обувьторг»,
«Белхозторг», «Трикотажторг»,
«Белкультторг»,
«Белбакалея»,
«Белгалантерея»,
«Минбакалеяторг»**

**Министерство
сельского хозяйства
и продовольствия**

**Министерство
здравоохранения**

**концерн
«Белбиофарм»**

Проблемы развития оптовой торговли в Республике Беларусь

- невысокий уровень концентрации капитала - функционируют в основном мелкие и средние оптовые структуры. Из учтенных оптовых структур 93% — это малые предприятия или юридические лица без ведомственной принадлежности;**
- 79 % оптового оборота приходится на долю посредников, не являющихся организаторами оптового оборота, (не осуще-ствляющих полный цикл закупочных и сбытовых операций;**

- преобладающее количество оптовых баз перепрофилировано в оптово-розничные организации, осуществляющие продажу товаров смешанного ассортимента;
- отсутствие гибкой системы ценообразования, что делает оптовых посредников невыгодными поставщиками товаров для розничных торговых организаций по сравнению с товаропроизводителями;
- нецелевое использование складской сети (сдается в аренду либо вовсе не используется). В 2007 г. по системе Белкоопсоюза сдавалось в аренду 30,3 % складской площади.

Приоритетные направления в сфере оптовой торговли Республики Беларусь

- сокращение звенности товародвижения, снижение доли посредников на оптовом рынке;*
- создание современной инфраструктуры оптовой торговли;*
- внедрение современных технологии продажи и современного оборудования;*
- развитие структур, осуществляющие оптовую деятельность: оптовых рынков, сетевых и территориальных распределительных центров различных типов; магазинов-складов и т.п.*

Оптовая торговля будет развиваться на основе выделения в ее составе:

- организаций, специализирующихся на оптовой торговле и осуществляющих полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности на товар к оптовой организации;
- оптовых структур, не использующих перехода к ним права собственности на товар;
- организаторов оптового оборота, не работающих с товаром, но оказывающих услуги по организации оборота товаров.

- будет проведена работа по реформированию организаций оптовой торговли с долей госсобственности в *оптовые холдинги*, которые будут подразделяться на следующие типы (по товарному и территориальному принципу):
 - *универсальные*, объединяющие оптовые организации определенного региона (области);
 - *специализированные*, в состав которых будут входить организации различных регионов, но одного товарного профиля;
 - *смешанные*, объединяющие организации различных регионов и профиля.

Направления развития инфраструктуры оптовой торговли в системе потребкооперации

*Создание современной инфраструктуры
кооперативной торговли и выделение в ее
составе:*

- крупных оптовых организаций республиканского уровня (закупка стратегически важных товаров у отечественных и зарубежных производителей);*
- областных оптовых организаций, специализирующихся на торговле определенными товарами и осуществляющими полный комплекс закупочно-сбытовых операций;*

- **Проведение четкой специализации межрайонных оптовых организаций (в пределах каждого облпотребсоюза) по закупкам определенных товаров из-за пределов республики и выработываемых отечественными производителями, а также разграничение зоны деятельности по обслуживанию с райпо.**
 - **оптовых структур (распределительные склады) райпо, реализующих товары смешанного ассортимента и не использующих в своей деятельности перехода права собственности на товар.**

- **Разработка схем товародвижения согласно специализации через унитарные оптовые организации ОПС в розничную торговую сеть**
- **Создание в каждой области на базе предприятий оптовой торговли системы п/к оптово-логистических центров, которые должны наладить четкую работу с производителями, предусмотрев возврат нереализуемой продукции и замену ассортимента.**
- **Открытие на оптовых базах дочерних предприятий по обеспечению унитарных предприятий райпо типа «Промторг», «Хозторг» непродовольственными товарами; доведение удельного веса отпуска товаров с оптовых баз в розничном товарообороте минимум до 30%.**

В соответствии со Статьей 11. «Закона о торговле» оптовая торговля может осуществляться в следующих формах:

- **комиссионная торговля;**
- **торговля на конкурсах;**
- **торговля на аукционах;**
- **торговля по образцам;**
- **выездная торговля;**
- **посылочная торговля;**
- **биржевая торговля;**
- **торговля на ярмарке;**
- **электронная торговля;**
- **торговля на рынке;**
- **иные формы, не запрещенные законодательством.**