

06.04.2022

Група ТУ-1

Урок 9-10

Тема: ПОНЯТТЯ ОПТОВОГО РИНКУ ЯК МІСЦЯ І СФЕРИ ЗДІЙСНЕННЯ ОПТОВОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мета: формування уявлення про оптовий ринок як місце і сферу здійснення оптової торговельної діяльності

Товарний характер розширеного суспільного відтворення обумовлює об'єктивну необхідність існування товарного ринку — місця і сфери здійснення обміну ново-виготовленого товару, оцінки його вартості.

У процесі сучасного розвиненого постіндустріального виробництва щодня створюється широка гама споживчих вартостей (товарів і послуг), найрізноманітніших за характером, місцем, часом і обсягами споживання. Спільним для більшості з них є те, що основна маса новостворених товарів і послуг скеровується на товарний ринок для їхньої оцінки шляхом співвідношення попиту і пропозиції з метою подальшої реалізації (продажу).

Абстрагуючись від розгляду сутності поняття "ринок" — всебічно вивченої економічної категорії, зупинимося на характеристиці саме товарного ринку і його важливої складової частини — оптового ринку товарів і послуг. У вузькому змісті під товарним ринком розуміють місце реалізації (еквівалентного обміну) усієї кількості товарів та послуг, що постійно виготовляються або створюються.

При цьому, увесь товарний ринок в організаційному аспекті може бути поділений на дві великі складові частини: роздрібний (споживчий) і оптовий (інституціональний) ринки (рис. 1).

Поряд із поняттям "оптовий" як відповідник в українській мові широко вживається поняття "гуртовий", синонімічне за змістом. Західні ж економісти частіше послуговуються поняттям "інституціональний ринок", що теж до певної міри є відповідником оптового (гуртового) ринку.

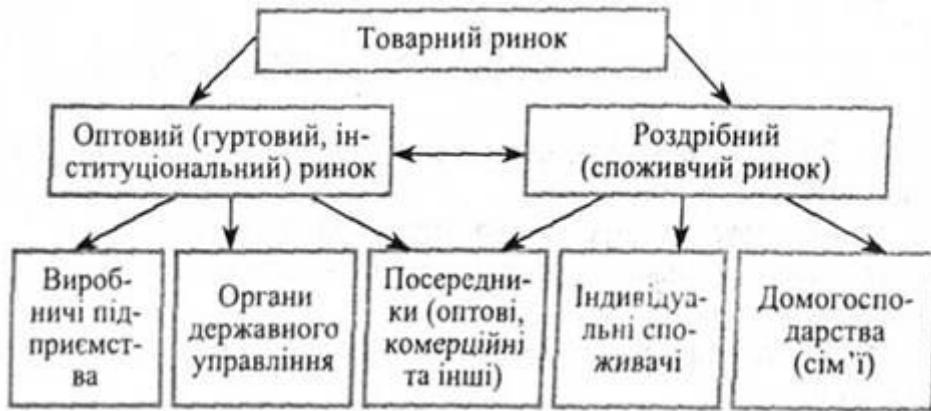


Рис. 1. Система елементів (підсистем) товарного ринку

Основними ознаками, що дозволяють провести такий, певною мірою умовний, поділ товарного ринку, є мета і характер подальшої комерційної діяльності з придбанням товаром, а також усереднені загальні обсяги торговельних операцій і обладнок, що характерні для окремих його складових елементів.

Перший елемент, або підсистема,— роздрібний (споживчий) ринок, який включає в себе попит, пропозицію і ціни матеріальних благ, що скеровуються на особисте споживання окремих індивідів або домогосподарств. Відмінності між окремими секторами цієї підсистеми випливають із відмінностей у способі використання споживчих властивостей різних товарів: частина товарів може служити для задоволення потреб окремої особи (предмети одягу, взуття, гігієни), тоді як інші товари задовольняють потреби всього домогосподарства (посуд, килими, меблі). Однак в обох випадках спільною є мета пред'явлення попиту на роздрібному ринку — кінцеве споживання товарів.

Другим невід'ємним елементом загального товарного ринку є оптовий (гуртовий, інституціональний) ринок товарів і послуг. Оптовий ринок — це сукупність попиту, пропозиції і цін на матеріальні блага, що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб.

Оптовий (гуртовий) ринок за внутрішніми ознаками суттєво відрізняється від споживчого (роздрібного) ринку. Це, по-перше, мета пред'явлення попиту: інституціональні суб'єкти ринку, на відміну від індивідуальних споживачів, не

передбачають кінцевого індивідуального споживання товарів і послуг. По-друге, значно відрізняється контингент клієнтів оптового ринку: з ними, на відміну від переважно персоніфікованих покупців роздрібного ринку, найчастіше взаємодіють колективні суб'єкти господарських відносин: фірми, підприємства, організації, підприємці-комерсанти тощо. Колективний характер формування попиту на інституціональному ринку відрізняє, по-третє, масштаби та обсяги більшості комерційних операцій і оборудок купівлі-продажу товарів і послуг: вони є значно масштабнішими за розмірами партій матеріальних благ і їх вартістю на гуртовому ринку порівняно з роздрібним.

Об'єкти оптового ринку

Товари і послуги як більш активні елементи підсистеми гуртового товарного ринку динамізують, приводять у дію всю підсистему, безперервно рухаючись усіма можливими каналами товаропросування,

Склад і структура об'єктів оптового (інституціонального) товарного ринку є ширшими від складників споживчого ринку (рис. 2).

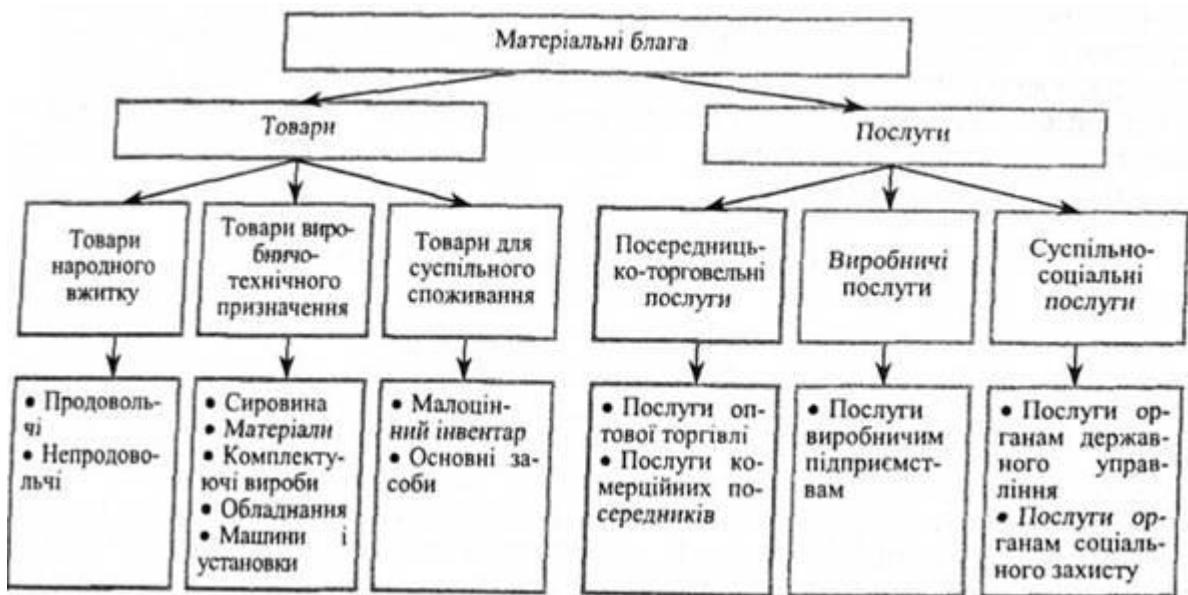


Рис. 2. Склад і структура об'єктів оптового товарного ринку

Зокрема, асортимент оптового ринку включає крім більшості товарів широкого вживання товари виробничо-технічного призначення і суспільного (колективного) споживання, які не надходять на споживчий ринок. Через гуртовий ринок реалізуються також послуги, нехарактерні для роздрібного

ринку, — послуги виробничим підприємствам, органам державного управління і соціального захисту населення.

Основний контингент суб'єктів оптового ринку

Розширення, як порівняти зі споживчим ринком, номенклатури матеріальних благ, залучених на оптовий товарний ринок, веде до суттєвої зміни основного контингенту суб'єктів даного ринку (рис. 3).



Рис. 3. Структура суб'єктів оптового товарного ринку

Серед учасників інституціонального ринку широко представлені підприємства виробничих галузей, гуртові і комерційно-посередницькі підприємства, а також органи державного регулювання і соціального захисту населення. Суб'єкти оптового ринку разом з існуючою інфраструктурою товарного ринку відіграють забезпечувальну роль, формуючи і розвиваючи широкий спектр каналів товаропросування.

Оптовий ринок на сучасному етапі є складною організаційно-господарською формацією, для якої характерним є тісне переплетіння матеріальної бази, що тривалий час формувалась і розвивалась в умовах радикально відмінної від сьогоднішньої ринкової, планово-розподільної системи

господарювання і нових, сучасних форм і методів функціонування суб'єктів оптового ринку.

Характеристика сучасного оптового ринку

Сучасний оптовий ринок бере свій початок у плановій економіці, що базувалася на директивно-роздільних методах централізованого планування. Сама сутність цих методів господарювання об'єктивно обумовлювала потребу в організації і забезпечені функціонування гіпертрофованої кількості суб'єктів оптового ринку — оптових організацій і підприємств як у галузі торгівлі, так і в галузі матеріально-технічного постачання виробничих підприємств, органів державного і соціального регулювання.

Підміна об'єктивно-регулювальної функції ринку, заснованої на еквівалентному обміні, суб'єктивно-регулювальними методами планування створила умови для превалюючого розвитку складського господарства різних систем і відомств. Водночас, зі зростанням обсягів виробництва матеріальних благ, що потребували розподілу, забезпеченість більшості галузей складськими потужностями постійно відставала від потреб, що зростали. Відставання пропускної здатності складського господарства гуртової ланки від необхідної потреби для забезпечення дедалі більших обсягів товаропотоків викликало процес укрупнення, гігантизації оптових підприємств.

Система кооперативних міжрайбаз, з одного боку, мала низку позитивних моментів. Зокрема, зміцнів потенціал кооперативного опту в частині встановлення прямих зв'язків з великими виробничими підприємствами; збільшилися його можливості щодо організації централізованого постачання сільських магазинів, налагодження транспортно-експедиційного забезпечення споживчої кооперації — розроблення схем, маршрутів і графіків завезення товарів у роздрібну мережу. Натомість концентрація оптових підприємств у трьох-чотирьох населених пунктах регіону ускладнила товаропостачання інших сільських районів, які виявилися більш віддаленими; більшість районних споживчих спілок позбулися власного складського господарства, що негативно позначилося на оперативному маневруванні товарними запасами.

Кооперативний опт розвивався в основному екстенсивно, перевага віддавалася капітальному будівництву, а не технічному оснащенню і впровадженню сучасних технологічних схем обробки товарних потоків з використанням комп'ютерних технологій.

Екстенсивно розбудоване складське господарство всіх обслуговуючих систем увійшло в перехідний етап економічних перетворень практично не затребуваним, оскільки суттєво змінилася система взаємовідносин і господарських зв'язків на товарному ринку.

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

Питання	Відповідь
1. Товарообіг це	а) об'єднання двох або більше підприємств, які виробляють одинаковий тип товару чи надають однакові послуги
2. Горизонтальне укрупнення це	б) об'єднання суб'єктів господарювання різних галузей і видів діяльності (здійснюється здебільшого з метою диверсифікації діяльності)
3. Діагональне укрупнення це	в) об'єднання одного підприємства з його постачальником сировини чи споживачем продукції
4. Вертикальне укрупнення це	г) еквівалентному обміні
5. Об'єктивно-регулювальна функція ринку заснована на	д) складною організаційно-господарською формациєю, для якої характерним є тісне переплетіння матеріальної бази, що тривалий час формувалась і розвивалась в умовах радикально відмінної від сьогоднішньої ринкової, планово-роздільної системи господарювання і нових, сучасних форм і методів функціонування суб'єктів оптового ринку
6. Оптовий ринок на сучасному етапі є	е) як товари широкого вжитку, так і товари виробничо-технічного призначення і суспільного (колективного) споживання, які не надходять на споживчий ринок
7. Асортимент оптового ринку включає	ж) колективні суб'єкти господарських відносин
8. контингент клієнтів оптового ринку це	з) не передбачають кінцевого індивідуального споживання товарів і послуг
9. Мета пред'явлення попиту інституціональних суб'єктів ринку	и) масштаби та обсяги більшості комерційних операцій і обладнокупівлі-продажу товарів і послуг, що є значно масштабнішими за розмірами партій матеріальних благ і їх вартістю на гуртовому ринку порівняно з роздрібним
10. Колективний характер попиту на	к) сукупність попиту, пропозиції і цін на матеріальні блага, що обмінюються між суб'єктами різних сфер товарного

інституціональному ринку передбачає	виробництва з метою подальшої реалізації, продовження виробничого циклу або забезпечення суспільних потреб
11. Оптовий ринок це	л) попит, пропозицію і ціни матеріальних благ, що скеруються на особисте споживання окремих індивідів або домогосподарств
12. Роздрібний (споживчий) ринок, включає в себе	м) рух <u>товарів</u> , пов'язаний з їхнім обміном на <u>гроші</u> й переходом від виробництва до споживання. Він є економічним показником, що показує сукупну вартість продаж товарів і <u>послуг</u> за певний час