

Курс лекцій з навчальної дисципліни  
«Організація і технологія  
комерційної діяльності»

Тема: «Особливості діяльності оптових і  
роздрібних торговельних підприємств»

Викладач: к.е.н. Сотник Ангеліна Анатоліївна

Житомир, 2025

# **1. Особливості комерційної діяльності оптових торговельних підприємств**

**Оптовим (гуртовим) торговельним підприємством** є підприємство підгалузі оптової торгівлі, яке має економічні, організаційні та юридичні ознаки суб'єкта господарської діяльності, від власного імені і за власний кошт набуває права власності на придбані партії товарів, спеціалізується на веденні оптового торгу і має необхідні передумови для виконання повного комплексу закупівельнозбутових і складських технологічних.

Функціональний рівень масштабів діяльності (зон впливу) оптових торговельних підприємств за значенням розподіляє їх на три основні групи:

- оптові підприємства національного;
- міжрегіонального (регіонального);
- локального значення (масштабу).

**Економічна суть оптового продажу товарів** народного споживання, на відміну роздрібного, полягає в тому, що товари продаються не для особистого споживання, а для дальшого перепродажу у сфері обігу.

## **Функції оптових торговельних підприємств:**

- **основні** функції оптових формувань полягають у безперебійному забезпеченні потреб товаровиробників у збуті і роздрібних торговців у постачанні товарами;
- **допоміжні** – у наданні своїм партнерам комплексу організаційно технологічних послуг;
- **комерційними** функціями оптових торговців є: вивчення кон'юнктури й окремих сегментів товарного ринку; планування, організація і проведення оптових закупівель товарів; організація товаропостачання і здійснення оптового продажу; оперативне управління товарними запасами; створення системи надання до і після реалізаційних послуг;
- **виробничі** функції оптових торговельних підприємств включають низку операцій, що є по-суті, продовженням процесу виробництва – комплекс внутрішньо складських технологічних операцій (при ймення, зберігання тощо); операції доведення і фасування; операції транспортного забезпечення товарного руху.

**Оптові закупівлі** — це придбання товарів великими партіями з метою їх дальшого перепродажу. Прийняття комерційного рішення щодо оптових закупівель товарів констатує наявність ринкової потреби в певних товарах, передбачає відбір конкретних товарів і їх постачальників з числа наявних на ринку і забезпечує реальне просування товарів зі сфери виробництва до сфери обігу.

**Організація оптових закупівель** — це комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торгових операцій, виконанням яких забезпечується виявлення і вивчення попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачання товарів, укладання договорів постачання з метою визначення порядку і механізму виконання замовлень та контроль за надходженням товарів і додержанням сторонами умов договору.

## **В організації оптових закупівель виокремлюють шість етапів:**

- вивчення попиту споживачів;
- формування оперативного плану оптових закупівель з урахуванням виявленої потреби в асортименті, кількості і якості товарів;
- обґрунтування вибору конкретного, найбільш придатного постачальника;
- прийняття рішення щодо закупівлі і постачання товарів;
- налагодження оперативного контролю за виконанням укладених договорів;
- економічна ефективність оптових закупівель.

### **Форми ланковості оптового продажу товарів:**

- найпростішою формою оптового продажу є безпосередній продаж товарів виробничими підприємствами роздрібним торговельним підприємствам. У цьому разі ланковість в оптовому продажу не утворюється. Така форма найчастіше застосовується під час продажу товарів простого асортименту;
- якщо ж між виробництвом і роздрібною ланкою з'являється посередник, обіг товарів ускладнюється, набуваючи форму одноланкового оптового продажу;
- якщо ж у договірних відносинах бере участь два, три і більше посередників, оптовий продаж стає ще більш складним, значно збільшується час обігу товарів, рівень витрат на його здійснення, а сам продаж набуває дво-, три ланкової форми.

### **Залежно від форми товаропросування розрізняють складський і транзитний товарообіг.**

- за складського товарообігу оптова база завозить товари на свої склади, здійснює на них складську обробку і зі складів відпускає товари в роздрібну торговельну мережу зони своєї діяльності;
- транзитний товарообіг передбачає відвантаження товарів постачальниками-виробниками товарів безпосередньо в роздрібну торговельну мережу, минаючи склади оптових баз, але за їх рознарядками в рахунок плану постачання (договору) конкретної оптової бази. Транзитом направляються окремі товари і товарні групи, як правило, стійкого і простого асортименту, а також товари складного асортименту великим торговельним підприємствам.

## **Методи оптового продажу товарів:**

- особистим відбиранням товарів покупцями;
- за телефонними, письмовими замовленнями;
- через пересувні кімнати товарних зразків (приклад: організація виставок);
- через роз'їзних товарознавців;
- методом стандартного(нормативного) постачання.



## **2. Особливості комерційної діяльності роздрібних торговельних підприємств**

**Роздрібна торгівля (рітейл)** - реалізація товарів особистого, сімейного, домашнього користування, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, кінцевому споживачеві, що є завершальним етапом їхнього просування із виробничої сфери, торговельне обслуговування та надання послуг покупцям.

**Функціями роздрібної торгівлі є:**

- задоволення потреб населення в товарах;
- організація доведення товарів від постачальників (виробничих підприємств чи оптових баз) до магазинів та безпосередніх покупців;
- вплив на виробництво з метою розширення асортименту, підвищення якості та регулювання обсягів випуску товарів у відповідності до попиту населення;
- удосконалення технології торгівлі та покращення обслуговування покупців.

**Завданнями роздрібного торговельного підприємства в умовах ринково орієнтованої економіки є:**

- вивчення попиту та потреби покупців у товарах (послугах), їх купівельної спроможності;
- визначення асортиментної політики на перспективу;
- організація закупівлі, поставки, зберігання, підготовки до реалізації та продажу товарів;
- забезпечення запланованих обсягів діяльності матеріальними та трудовими ресурсами.

**Роздрібна торговельна мережа** — це загальна сукупність стаціонарних, нанестаціонарних, пересувних, віртуальних суб'єктів роздрібно-розповсюдження товарів і послуг, об'єднаних за територіальною ознакою.

**Складові елементи роздрібно-розповсюдженої мережі представлені найрізноманітнішими видами і типами роздрібних торговців:**

- торговельними комплексами, центрами, магазинами, дрібно-роздрібними одиницями, торговими автоматами, пунктами продажу;
- поштою і віртуальними електронними мережами;
- ресторанами, кафе, їдальнями, барами, закусочними;
- комбінатами обслуговування, салонами мод, ательє, перукарнями, пунктами побутового обслуговування;
- ринковими комплексами, ринками, їх філіями, майданчиками для ведення дрібно-роздрібно-розповсюдженої торгівлі;
- аптеками, аптечними кіосками;
- готельними комплексами, готелями, мотелями, кемпінгами;
- прокатними ательє та пунктами тощо.

Основні принципи організації роботи роздрібних торговців дозволяють поділяти їх на **роздрібних, дрібно-роздрібних і віртуальних**:

- у складі мережі підприємств роздрібної торгівлі власне роздрібну її частину становлять магазини і палатки,
- дрібнороздрібна частина торговельної мережі належать: кіоски, ятки, автомати, пункти пересувної торгівлі, нестационарні торгові одиниці тощо.
- віртуальна торгівля посідає окреме, особливе місце оскільки здійснюється за допомогою особливих прийомів і методів, побудованих на застосуванні електронних засобів передачі інформації і характеризується не параметрами приміщень або споруд, а потужністю і швидкістю інформаційної системи.

## Список використаної літератури:

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М., Рудницький С.І., Хом`як Ю.М. Організація торгівлі: Підручник. 2-ге видання., перероб. та доп. Київ. Центр учбової літератури. 2018. С. 632.
2. Ілляшенко С.М., Маркетингова товарна політика: Підручник. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.
3. Комерційна діяльність [Текст] : підручник / за ред. П. Ю. Балабана. Харків : Світ книг, 2018. 452 с.
4. Комерційна діяльність [Текст] : навч. посібник / Я.М. Антонюк ; І. М. Шиндировський. Львів : Магнолія-2006, 2017. 332 с.
5. Комерційна діяльність [Текст] : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни за кредитно-модульною системою організації навчального процесу / О. М. Михайленко. – Полтава : ПУЕТ, 2014. 198 с.
6. Комерційна діяльність [Текст] : підручник / за ред. В.В. Апопій ; С.Г. Бабенко ; Я.А. Гончарук ; [та ін.]. – 2-ге вид., перероб., доп. К. : Знання, 2008. 558 с.  
Опорний конспект лекцій з дисципліни «Управління комерційної діяльністю».  
Тернопільський національний економічний університет URL:  
<http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/52749/lek.PDF>.
7. Турченко М. О. Маркетинг : навч. посіб. / М. О. Турченко, М. Д. Швець, Т. С. Карпан. Рівне : НУВГП, 2010. 293 с.
8. Микола Ларін: Правила Інкотермс підлаштовуються під мінливі умови торгівлі у світі. URL: <https://www.railinsider.com.ua/mykola-larin-pravy-la-inkoterm-s-pidla/>