

Дата	26.10.2022г.	Группа ТЭК 3/1
Дисциплина	ОП.01. Основы коммерческой деятельности	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Основы функционирования оптового рынка	
Вид занятия	лекция	
Цели занятия: <i>Дидактическая:</i> <i>Развивающая:</i>  <i>Воспитательная:</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- углубить и расширить знания и представления студентов по теме;</li> <li>- развивать творческий потенциал студентов;</li> <li>-развивать внимание, дисциплинированность, активн</li> <li>коммуникабельность и умение работать в коллективе;</li> <li>- формировать интерес к выбранной профессии;</li> <li>-прививать чувство ответственности, бережливости, добросовест</li> <li>отношения к своим обязанностям.</li> </ul>	

Тема 2.1. Основы функционирования оптового рынка

План

- 1.Оптовый рынок: понятие и функции
- 2.Классификация оптовых торговых предприятий
- 3.Функции оптовых торговых предприятий

### **Основная литература**

1. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст]: учебник / Р.И. Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365с.
2. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учебник / А.Ф. Барышев. – 2-е изд., стер. – М.: издательский центр «Академия», 2003. – 208с.
3. Гражданский кодекс РФ с изменениями и дополнениями. – М., 2004.
4. Каплина, С.А. Организация коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие для студентов средних специальных учебных заведений / С.А. Каплина - Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 415с.

### **Дополнительная литература**

1. Кругляков, Г.Н. Товароведение продовольственных товаров [Текст]: учебник / Г.Н.Кругляков, Г.В. Круглякова – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000. – 448с.
2. Понкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие / Ф.Г. Понкратов и др. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2000. – 248с.

### **Интернет источники**

<https://www.kom-dir.ru/article/2562-tovarnye-zapasy>

### **Домашнее задание:**

- 1.Составить и записать конспект лекции
- 2.Законспектировать третий вопрос плана занятия

Обязательно в конце выполненных заданий писать Ф.И.О. и группу, ставить подпись и дату отправки. Сделать фото или скрин конспекта и прислать на электронную почту: [lilya\\_polyakova\\_65@mail.ru](mailto:lilya_polyakova_65@mail.ru)

Лекция (2 часа)

1.Оптовая торговля – деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования.

Оптовая торговля — это продажа крупными партиями.

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.

Оптовые торговцы отличаются от розничных по ряду характеристик.

Во-первых, оптовик уделяет меньше внимания стимулированию продаж, атмосфере и расположению своего торгового предприятия, поскольку он имеет дело преимущественно с профессиональными клиентами.

Во-вторых, по объему оптовые сделки крупнее розничных, а торговая зона оптовика обычно больше, чем у розничного торговца.

В-третьих, в отношении правовых уложений и налогов правительство подходит к оптовым и розничным торговцам с разных позиций.

Значение оптовой торговли для участвующих в сделках контрагентов заключается в том, что оптовая торговля предоставляет следующие преимущества для производителей:

- разгружает органы сбыта. Нет нужды оформлять множество накладных, счетов, проводок по бухгалтерским книгам и писем-напоминаний. Снижаются затраты, связанные с реализацией продукции, поскольку вместо большого количества предприятий розничной торговли поставки осуществляются только в адрес небольшого количества крупных предприятий оптовой торговли;

- снижает колебания загрузки производственных мощностей. Оптовый торговец делает заказы на несколько месяцев вперед, поэтому предприятие-производитель может осуществлять долгосрочное планирование. Тем самым загрузка производственных площадей становится равномернее, а производство — рациональнее, снижаются издержки производства;

- снижается риск, связанный с хранением продукции на складе. У производителя имеется возможность отгрузки товаров, заказанных оптовым торговцем, немедленно после их изготовления;

- финансовые преимущества состоят в том, что, как правило, 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.

Наличие каналов оптового товародвижения предоставляет значительные выгоды 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;

- обеспечивается срочность и малый объем поставок. Розничный торговец может в любое время запастись товарами в кратчайший срок и в произвольно малых количествах. 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.

Разрешительные функции оптовиков сводятся к следующим.

1. Сбыт и его стимулирование. Оптовики располагают торговым персоналом, который помогает производителю охватить множество мелких клиентов при сравнительно небольших затратах. У оптовика больше деловых контактов, и нередко покупатель верит ему больше, чем какому-то далекому производителю.

2. Закупки и формирование товарного ассортимента. Оптовик в состоянии подобрать изделия и сформировать необходимый товарный ассортимент, избавив, таким образом, клиента от значительных хлопот.

3. Разбивка крупных партий товаров на мелкие. Оптовики обеспечивают клиентам экономию средств, закупая товары вагонами и разбивая большие партии на мелкие.

4. Складирование. Оптовики хранят товарные запасы, способствуя тем самым снижению соответствующих издержек поставщика и потребителей.

5. Транспортировка. Оптовики обеспечивают более оперативную доставку товаров, поскольку они находятся ближе к клиентам, чем производители.

6. Финансирование. Оптовики финансируют своих клиентов, предоставляя им кредит, а заодно финансируют и поставщиков, выдавая заказы заблаговременно и вовремя оплачивая счета.

7. Принятие риска. Принимая право собственности на товар и неся расходы в связи с его хищением, повреждением, порчей и устареванием, оптовики берут на себя часть риска.

8. Предоставление информации о рынке. Оптовики предоставляют своим поставщикам и клиентам информацию о деятельности конкурентов, о новых товарах, динамике цен и т. п.

9. Услуги по управлению и консультационные услуги. Оповик нередко помогает розничным торговцам совершенствовать деятельность, обучая их продавцов, принимая участие в разработке схемы магазина и устройстве экспозиций, а также в организации систем бухгалтерского учета и управления запасами.

Мировая практика выделила следующие виды оптовой торговли:

- торговля через оптовую закупочную сеть, к которой относятся биржи, ярмарки, аукционы, оптовые продовольственные рынки. Осуществляет закупку урожая сельскохозяйственных культур, сырьевых материалов и других подлежащих складированию товаров. Необходимо постоянное наблюдение за изменением конъюнктуры рынка (биржи, выставки, аукционы) для снижения риска, связанного с колебаниями цен;

- торговля по прямым производственным связям. Она обычно соединяет две последовательные стадии производственного процесса, особое значение имеет в торговле черными металлами и сталью;

- оптовая торговля сырьем и материалами. Данный вид оптовой торговли в свою очередь включает в себя:

- оптовую торговлю с централизованной доставкой товаров. Оптовый торговец осуществляет снабжение товарами розничных торговцев и также предоставляет им обширный сервис;

- оптовую торговлю с получением товаров у поставщика. Клиент оптового торговца, розничный торговец или крупный потребитель самостоятельно забирают товар;

- оптовая торговля «Cash-and-Carry» с оплатой наличными до приемки и транспортировки товара покупателем (оптовая торговля по методу самообслуживания);

- оптовая торговля со стеллажей (Rack Jobber). Крупные предприятия розничной торговли предоставляют оптовому торговцу торговые залы со стеллажами или площади на стеллажах.

По ассортименту различают следующие виды оптовой торговли:

- оптовая торговля товарами широкого ассортимента;

- специализированная оптовая торговля.

## **2. Признаки классификации оптовых предприятий.**

Признаки классификации можно систематизировать в следующем перечне.

**По основной выполняемой функции.** Здесь могут иметь место два уровня: 1) дислокация оптового предприятия относительно изготовителей и покупателей продукции и 2) состав выполняемых услуг. В зависимости от того, какое место в товародвижении от одного клиента до другого физически (территориально) занимает оптовое предприятие, возможны несколько вариантов: выходные оптовые базы осуществляют комплектование партий, упаковку, погрузку и отправку покупателям; торгово-закупочные базы (ТЗБ); уполномоченные торговые базы, например, по подакцизным товарам.

**По специализации оптовых предприятий.** Практика различает несколько групп с точки зрения специализации. В оптовой торговле потребительскими товарами обычно выделяют четыре группы предприятий: смешанные, универсальные, специализированные и узкоспециализированные. При этом в ассортименте смешанных предприятий имеются группы продовольственных и непродовольственных товаров; универсальных — большинство групп продовольственных или непродовольственных товаров; специализированных — одна или несколько товарных групп. Узкоспециализированные — осуществляют торговлю товарами одного предприятия.

**По району деятельности оптовых предприятий.** Можно выделить видовые группы оптовых предприятий, ориентированных на общегосударственный внутренний рынок: предприятия, имеющие зоной деятельности несколько мезорайонов (краев, областей, республик); предприятия, имеющие зоной деятельности один мезорайон; несколько районов; один район. В этой связи в названиях баз оптовой торговли, как потребительскими товарами, так и

материально-технического снабжения часто присутствует слово-уточнение: республиканская, межобластная, областная (краевая), межрайонная, районная.

**По форме собственности оптового предприятия.** В этом смысле можно выделить следующие основные виды оптовых предприятий: принадлежащие государству, акционерам, кооперативам, частным лицам. В общем объеме оптового товарооборота ведущая роль принадлежит акционерным оптовым предприятиям.

**По праву приобретенной собственности на товар.** К числу наиболее значимых относятся:

Коммерческо-посреднические фирмы — оптовые предприятия, осуществляющие оптовую торговлю за свой счет и с привлечением кредитов, как с собственных складов, так и со складов изготовителей и других оптовых посредников.

Оптовые базы — это предприятия, организационно объединяющие склады, специализированные по техническим признакам перерабатываемой продукции, с едиными энергетическими, транспортными и другими коммуникациями, а также централизованными экспедиционными, вспомогательными службами, аппаратом управления, организующим складирование и отгрузку продукции.

Товарные биржи — организованные рынки биржевых товаров с установленными правилами приема, фиксированным членством.

Оптовые магазины — оптовые предприятия, максимально приближенные к покупателям продукции.

Торговые дома — брокерские фирмы, которые осуществляют сделки с реальным товаром за собственный счет или за счет производителей, потребителей или других оптовых предприятий.

Ярмарки-выставки — периодически организуемые в установленном месте кратковременные оптовые рынки на основе осмотра образцов товаров.

Аукционы — особые рынки, созданные в определенных местах для продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами путем публичных торгов.

Брокерские конторы (фирмы, брокеры) — посреднические торговые предприятия, действующие в интересах своих клиентов за их счет (получая за это комиссионное вознаграждение) и в своих собственных интересах за свой счет.

Дилерские конторы (фирмы, дилеры) — посреднические предприятия (юридические или физические лица), совершающие за свой счет и от своего имени операции по передаче ценных бумаг, валюты и драгоценных металлов.

Коммивояжеры — разъездные представители торговых фирм, предлагающие покупателям товары по имеющимся у них образцам или каталогам.

Торговые и промышленные агенты — лица, действующие по поручению торговых (промышленных) предприятий или других лиц в качестве посредников в сбыте товаров или их рекламе на основании соглашения за фиксированную комиссию.

Ассоциативные добровольные объединения предпринимателей и коммерсантов. К ним, в частности, относятся торговые (торгово-промышленные) палаты.

#### Контрольные вопросы

1. Дайте определение понятию «оптовая торговля»
2. Характерные признаки оптовых торговцев
3. Перечислите виды оптовой торговли
4. Охарактеризуйте группы оптовых предприятий по специализации

Преподаватель

Л.С.Полякова