

Дата	31.10.2022г.	Группа ТЭК 3/1
Дисциплина	ОП.01. Основы коммерческой деятельности	
Специальность	38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	
Тема занятия	Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле	
Вид занятия	лекция	
Цели занятия: <i>Дидактическая:</i> <i>Развивающая:</i> <i>Воспитательная:</i>	- углубить и расширить знания и представления студентов по теме; - развивать творческий потенциал студентов; -развивать внимание, дисциплинированность, активность, коммуникабельность и умение работать в коллективе; - формировать интерес к выбранной профессии; -прививать чувство ответственности, бережливости, добросовестного отношения к своим обязанностям.	

Тема 2.3. Организация коммерческой деятельности в оптовой торговле

План

- 1.Хозяйственные связи между субъектами оптового рынка, их понятия
- 2.Правовое регулирование взаимосвязей между субъектами оптового рынка
- 3.Основные этапы организации хозяйственных связей между субъектами рынка (самостоятельно)

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

Лекция (2 часа)

Оптовый рынок представляет собой рынок предприятий (организаций), приобретающих товары для их последующей перепродажи с целью получения прибыли.

Оптовый рынок достаточно емкий и характеризуется небольшим по сравнению с розничным рынком числом действующих на нем субъектов. *Основными субъектами оптового рынка* являются изготовители товаров, посредники и организации розничной торговли. Как

правило, они закупают товар крупными партиями. Такая торговля называется оптовой. Она связывает практически все отрасли экономики, материальное производство и товарное обращение, включает все стадии продвижения товара от изготовителей до организаций розничной торговли.

В свою очередь, изготовитель ищет рынок сбыта своей продукции, подбирает покупателя с учетом своих возможностей и на устраивающих его условиях.

Основными коммерческими задачами оптовой торговли являются:

- комплексное изучение оптового и розничного рынков;
- распределение товарных ресурсов по регионам в соответствии со спросом, перемещение товаров из пунктов производства в пункты потребления;
- накопление и хранение товарных запасов в объемах, необходимых для бесперебойного обеспечения товарами в широком ассортименте посреднических, розничных организаций, конечных потребителей;
- сбалансирование завоза и вывоза товаров в регионы с учетом обоснованных потребностей;
- ритмичное товароснабжение;
- обеспечение надежности и стабильности хозяйственных связей на основе приоритета потребителя;
- управление взаимоотношениями субъектов оптового рынка с помощью экономических рычагов, снижение совокупных затрат, связанных с продвижением товаров от изготовителей до потребителей;
- оказание услуг партнерам по хозяйственным связям.

В процессе продвижения товаров на рынок торговля выполняет связующие функции между производством и потребителями. Возникающие между ними взаимоотношения называются хозяйственными связями.

Понятие «хозяйственные связи» включает экономические, организационные, коммерческие, правовые, административные и другие отношения, складывающиеся между покупателями и продавцами в процессе поставок товаров.

Хозяйственные связи на поставку товаров различают по структуре и числу участников, срокам действия, ведомственному признаку.

Структура хозяйственных связей может быть простой и сложной.

Простые хозяйственные связи заключаются непосредственно между предприятием — изготовителем товаров и розничными торговыми организациями. Они устанавливаются при закупке многих продовольственных товаров, особенно скоропортящихся, а также непродовольственных, имеющих несложный ассортимент и крупногабаритных. Такие связи называются прямыми. Преимущество прямых хозяйственных связей заключается в том, что устраняются излишние звенья перевалки товаров, ускоряется товарооборачиваемость, повышается эффективность воздействия на изготовителя по вопросам обновления ассортимента, повышения качества товаров, сокращается время на согласование условий поставки.

Сложная структура хозяйственных связей предполагает участие в них посредников, число которых может быть различным. Такая структура хозяйственных связей менее эффективна, снижает оперативность управления процессом доведения товаров до потребителя, уменьшает эффективность воздействия на изготовителя по выпуску нужного ассортимента. Она целесообразна по выпуску нужного ассортимента, когда требуется накопление, подсортировка, преобразование ассортимента у посредника.

По срокам действия заключенных договоров различают разовые, краткосрочные (до одного года) и длительные (более года) хозяйственные связи. Если потребность в товарах систематическая, предпочтение следует отдавать прямым длительным хозяйственным связям, они гарантируют большую стабильность.

Организация длительных прямых хозяйственных связей позволяет освободить стороны от ежегодного составления договора поставки, так как договор оформляется на несколько лет или может быть пролонгирован; оперативно корректировать ассортимент и сроки поставки; сокращать сроки представления спецификаций и т. д.

По ведомственной принадлежности участников различают межсистемные и внутрисистемные хозяйственные связи.

При *межсистемных* хозяйственных связях взаимоотношения по поставкам устанавливаются между организациями различных систем, министерств, ведомств.

Внутрисистемными хозяйственными связями называются договорные отношения между организациями одной системы, например потребительской кооперации.

Организация хозяйственных связей предполагает выполнение следующих коммерческих функций:

- воздействие торговли на выпуск промышленными предприятиями необходимых рынку товаров через ее участие в формировании планов производства;
- работа по заключению хозяйственных договоров;
- обеспечение выполнения договорных обязательств и имущественная ответственность за их несоблюдение;
- организация оптовых закупок и продаж;
- рекламно-информационная работа;
- установление оптимальных финансовых отношений между партнерами по хозяйственным связям;
- правовое регулирование хозяйственных взаимоотношений и др.

Эти функции и их значимость меняются по мере развития рыночных отношений и повышения самостоятельности и ответственности сторон, вступающих в хозяйственные связи.

2. Законодательное регулирование хозяйственных связей основывается на применении положений Гражданского кодекса Российской Федерации, где изложены общие положения договорного права, включающие основные виды и условия хозяйственных договоров, порядок заключения и расторжения договора, преддоговорные споры ит. д.

Вопросы, не урегулированные законодательством и нормативными актами, решаются сторонами самостоятельно в заключаемых ими договорах, которые являются юридическими документами, определяющим хозяйственные отношения конкретных субъектов по поставкам товаров.

Контрольные вопросы

Дайте определение понятию «хозяйственные связи»

В чем заключается понятие «простые хозяйственные связи»?

Какие договора называют разовыми?

Перечислите основные коммерческие функции хозяйственных связей