**Содержание**

1. Отличия форм и методов коммерческой работы до экономической реформы и после перехода к рыночной экономике.

2. Сущность конъюнктуры торговли. Общая оценка современной конъюнктуры торговли.

3. Необходимость оптовой торговли, её коммерческие функции

4. Хозяйственные связи в торговле

5.Требования к составлению договора поставки.

6. Виды биржевых сделок

8. Характеристика понятий и видов экспортно-импортных операций

9. Перечень внешнеторговых документов, подтверждающих исполнение сделки

10. Средства рекламы для субъекта коммерческой деятельности

Список литературы

**1. Отличия форм и методов коммерческой работы до экономической реформы и после перехода к рыночной экономике**

Коммерция - предпринимательская деятельность, доход от которой образуется за счет посреднической и/или торговой деятельности.

До экономической реформы государственная система строилась на чётком разделении – предприятия производящие продукцию и торгующие предприятия. Смешивать эти виды деятельности, как правило, запрещалось. Существовали, правда, договоры поставок продукции, сырья, комплектующих для производства тех или иных видов продукции промышленных предприятий, но эти договоры были согласованы с Госпланом, со всеми заинтересованными министерствами по ценам, срокам, составу и проч. Отступить от этих поставок или наоборот, отправить «свою» продукцию другому, более выгодному клиенту предприятие не имело права. За это строго наказывали – отдавали под суд. Торговые предприятии получали товар от строго определённых поставщиков в строго определённом количестве и по строго определённой номенклатуре. Увязкой всех поставок занимался Госплан. После распада СССР были разрушены все экономические и торговые связи, предприятия как промышленные, так и торговые остались без поставщиков, без рынков сбыта. Учитывая это обстоятельство и ориентируясь в целом на переход республики к рыночной экономике, правительство упразднило Госплан и убрало все прочие ограничения на товарооборот. Предприятия, производящие продукцию вынуждены стали заниматься коммерцией – самостоятельно, в рамках одного предприятия, искать поставщиков сырья, комплектующих, осваивать рынки сбыта готовой продукции. Торговые предприятия стали самостоятельно изыскивать поставщиков, заниматься регулированием цен, номенклатуры, качества, заниматься изучением конъюнктуры и проч., т.е. «перешли на рынок»[[1]](#footnote-1).

## 2. Сущность конъюнктуры торговли. Общая оценка современной конъюнктуры торговли.

Товарные ресурсы - это предметы потребления, предназначенные для реализации на внутреннем рынке или для экспорта. Состоят из готовых товаров, произведённых в промышленности и сельском хозяйстве в течение данного и предшествующих периодов, а также существующих в виде переходящих запасов или закупаемых по импорту. Товарные ресурсы не охватывают всей продукции предметов потребления, так как часть её остаётся у производителей для внутрихозяйственных нужд и натурального потребления. Но они могут и превышать объём производимой продукции за счёт переходящих запасов и импорта товаров из др. стран.

Основным источником образования товарных ресурсов является промышленное и с.-х. производство. Поэтому развитие и совершенствование их составляют необходимое условие обеспечения населения предметами народного потребления в соответствии со спросом. Товарные ресурсы состоят из 2 групп: продовольственные и непродовольственные товары. Основная часть товарных ресурсов планируется государством и составляет товарные фонды. Другая часть реализуется на местах в порядке децентрализованных хозяйственных связей, через колхозный рынок или потребительскую кооперацию на началах комиссионной торговли. В государственных планах определяются размер Т.р. (в натуральном и стоимостном выражении), источники их образования и использование по назначению: рыночные фонды (для продажи населению), для экспорта, на промышленную переработку и потребление, для снабжения госбюджетных учреждений, на спецодежду и прочие государственные нужды. Развитие социалистического производства ведёт к неуклонному возрастанию Т.р.

## 3. Необходимость оптовой торговли, её коммерческие функции

Оптовая торговля – это торговля партиями товара. Оптовая торговля согласно ГОСТ Р 51303-99 - торговля товарами с последующей их перепродажей или профессиональным использованием. Она является основной частью внутренней торговли, начальной стадией обращения товаров, движение их от производителей до предприятий розничной торговли или, в части средств производства - до предприятий – потребителей продукции.

Оптовая торговля это продажа оптовым покупателям, потребляющим товары в значительном количестве или продающим их затем в розницу. Оптовая торговля осуществляется через сеть оптовых и мелкооптовых покупателей-посредников (дилеров) по ценам, предусматривающим дилерские скидки. При социализме функция оптовой торговли представляла собой организацию сбыта в народном хозяйстве, т. е. концентрацию продукции различных предприятий промышленности и сельского хозяйства, а также импортной продукции, её хранение, сортировку и формирование ассортиментного комплекса, размещение по стране с учётом нужд потребителей. К оптовой торговле относятся также закупки и сбыт с.-х. продуктов и сырья.

По месту в процессе общественного воспроизводства оптовая торговля различается:

* оптовая торговля средствами производства;
* оптовая торговля предметами потребления (потребительскими товарами)[[2]](#footnote-2).

Оптовая торговля средствами производства организационно отделяется от торговли потребительскими товарами и составляет особую отрасль обращения - материально-техническое снабжение. Движение товаров через оптовую торговлю планируется государством в соответствии с балансами производства и распределения товарных ресурсов. До реформ существовало чёткое разграничение функций промышленных предприятий и организаций, с одной стороны, и оптовой торговлей - с другой, при котором промышленные предприятия освобождаются от торговых функций и почти всю свою продукцию сдают организациям оптовой торговли.

 Основные формы оптовой торговли: ярмарки; товарные биржи (постоянно действующие оптовые рынки, где обычно продаются массовые товары однородного качества, например хлопок, уголь, лес и т.п.); аукционы, на которых главным образом происходит массовая продажа с.-х. продуктов, пушнины и т.д. В развитых капиталистических странах реализация сырья, материалов, обычного оборудования совершается большей частью через оптовые фирмы. Но сбыт заводских установок, технологических линий, нуждающихся в специальном обслуживании, осуществляется, как правило, на основе прямых связей между производственными предприятиями.

## 4. Хозяйственные связи в торговле

Прямые хозяйственные связи - непосредственные научно-технические и производственные отношения между предприятиями на базе хозяйственных соглашений. Связи бывают внутриотраслевые и межотраслевые, а среди последних - прямые и косвенные. Различают производственно-территориальные связи, хозяйственные связи в торговле и проч. Производственно-территориальные связи это взаимоотношения, которые устанавливаются между производственными единицами (предприятиями, группами предприятий, отраслями, территориально-производственными комплексами экономического района) в процессе их функционирования[[3]](#footnote-3). Производственно-территориальные связи отражают территориальное разделение труда, углубление которого усложнило производственно-территориальные связи и в то же время дифференцировало их. В каждой отрасли народного хозяйства (промышленность, сельское хозяйство, торговля) складываются свои системы производственно-территориальные связи, обусловленные главным образом технико-экономическими особенностями процессов производства и сбыта продукции. Мерилом рациональности этих связей является минимум совокупных народно-хозяйственных затрат на производство и доставку потребителю продукции при условии достижения установленных государством планом производственных результатов.

Формирование связей начинается с производственных предприятий, применительно к которым различают связи по завозу топлива (энергии), сырья и др. исходных материалов, по обслуживанию производства машинами, оборудованием, вспомогательными материалами, по вывозу полуфабрикатов и готовой продукции. Каждый тип связей предприятия может иметь внутрирайонный (местный) и межрайонный характер .

## 5.Требования к составлению договора поставки.

Поставка товаров осуществляется в соответствии с Договором поставки. Договор поставки оформляется стандартным образом в установленном законом порядке. По договору поставки поставщик - продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием (ст. 506 ГК РФ)[[4]](#footnote-4). Существуют стандартные формы для договоров подобного типа, распространяемые через розничную торговлю на бланках, на магнитных носителях.

## 6.Виды биржевых сделок

Биржевая сделка[[5]](#footnote-5) - соглашение о купле-продаже, взаимной передаче прав и обязанностей между участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе торгов.

##### Биржа - предприятие с правами юридического лица, участвующее в формировании оптового рынка товаров, сырья, продукции, ценных бумаг, валюты и др. путем организации и регулирования биржевой торговли, осуществляемой в форме гласных публичных торгов, проводимых по устанавливаемым биржей правилам.

Биржа обеспечивает брокеров помещением, связью, осуществляет учет операций, определяет биржевые цены, содействует расчетам, разрабатывает типовые контракты, ведет арбитражное разбирательство споров. В зависимости от биржевого товара биржи подразделяются на:

* фондовые, на которых торгуют ценными бумагами;
* валютные, на которых торгуют валютой;
* товарные, обеспечивающие торговлю массовым товаром по стандартам или образцам;
* фьючерсные, торгующие контрактами;
* универсальные, на которых торговля идет разными видами биржевых товаров.

Биржевое законодательство - совокупность правовых норм, действующих в государстве и регулирующих отношения биржевой деятельности.

Биржевое кольцо - примитивная форма расчетного соглашения на первых биржах, в соответствии с которым прослеживалось движение контрактов по цепи (рингу) покупателей и продавцов, а выплате подлежала только разница.

Биржевой бюллетень - периодический орган биржи, в котором публикуются курсы ценных бумаг, биржевые цены товаров, сведения о заключенных сделках. Биржевой бюллетень выпускается к каждому торговому дню. Биржевой зал - операционный зал биржи, разделенный на сектора в зависимости от количества и типа контрактов. Заключение сделок разрешено лишь в пределах определенной для них ямы и в течение официально установленного на бирже времени.

Купля-продажа конкретного фьючерсного контракта осуществляется в ямах, разделенных на секции. Секции предназначены для заключения сделок на определенные месяцы.

Биржевой склад - склад, аттестованный и контролируемый биржей и используемый ею как место поставки товара при исполнении контрактов.

Биржевые операции - операции, проводимые на товарных и фондовых биржах, заключение сделок купли-продажи на биржах.

Биржевые товары - товары полностью или частично продаваемые через биржи.

Биржевые торги - совокупность действий биржевых посредников и трейдеров, направленная на совершение сделок в ходе биржевой сессии.

Публичная биржа - биржа, на которой сделки могут совершать как члены биржи, так и предприниматели, не являющиеся таковыми. Деятельность публичных бирж регулируется правительственными законам.

Расчетная палата - подразделение биржи, отвечающее за ежедневное урегулирование биржевых операций клиентов и других связанных с ними операций. Торговая мера - на бирже - установленное каждой биржей индивидуально минимальное количество ценных бумаг, образующих одну партию. Продажа или покупка товаров, ценных бумаг, услуг в количестве, не совпадающим с фасовкой, сопровождается премией (скидкой).

Универсальная биржа - биржа, на которой торгуют разными видами биржевых товаров: оптовыми партиями товара, валютой, ценными бумагами, фрахтовыми контрактами.

Фондовая биржа - организованный и регулярно функционирующий рынок по купле-продаже ценных бумаг: акций, облигаций и т.д. Фондовая биржа мобилизует и перераспределяет временно свободные денежные средства между компаниями, отраслями хозяйства и другими сферами приложения, устанавливает рыночную стоимость ценных бумаг.

Частная биржа - биржа, организованная в форме акционерной компании или закрытой корпорации. Заключать сделки на частной бирже могут только ее члены. Обычно члены частной биржи выступают в роли брокеров.

Электронная биржа - биржа, ведущая торги с использованием информационной сети. Операции купли-продажи осуществляются пользователями с помощью абонентских систем, включенных в информационную сеть.

**7.Отличия между биржевыми торгами и аукционом**

Аукцион - это продажа с торгов[[6]](#footnote-6), с наддачи, с молотка, с публичного торга. Это форма проведения торгов. Аукцион - способ продажи товаров на основе конкурса покупателей. Существует понятие «Аукционная камера» -это место этой продажи. Выигравшим торги на аукционе признается лицо, предложившее наиболее высокую цену.

 Фьючерсный аукцион - биржевая сделка, при которой товар приобретается с целью последующей перепродажи на бирже.

Биржа отличается от аукциона тем что на бирже торгуют ценными бумагами ( акции и т.д.) происходят ежеминутные, ежесекундные сделки, купли продажи которые рассчитаны на ежеминутное повышение цены на определённый товар или продукцию, и из-за разницы цены на проданный товар или продукцию получается прибыль брокера или трейдера. На аукционе продаются старинные вещи картины и т.п. и он рассчитан на однократную продажу чего – либо и многократное повышение цены на основе конкурса на один и тот же товар и владельцем приобретённого товара является покупатель предложивший более высокую цену.

## 8. Характеристика понятий и видов экспортно-импортных операций

Внешняя торговля - торговля между странами, состоящая из вывоза (экспорта) и ввоза (импорта) товаров и услуг. Внешняя торговля осуществляется преимущественно через коммерческие сделки, оформляемые внешнеторговыми контрактами.

Экспорт - вывоз за границу товаров, услуг и капитала для реализации на внешних рынках. Экспорт - в экономической теории - расходы на закупки произведенных в стране товаров и услуг, осуществляемые отдельными лицами, фирмами и правительствами других стран. Экспорт выступает как результат международного разделения труда и служит материальной предпосылкой импорта; выручка от экспорта является основным источником средств для оплаты импорта.

Импорт - ввоз в страну заграничных:

* товаров и технологий для реализации на внутреннем рынке или транзита в третьи страны;
* услуг - в форме платного пользования услугами иностранных фирм;
* капитала - в форме предоставления кредитов и займов.

Импорт выступает как результат международного разделения труда, способствует экономии времени и более полному удовлетворению потребностей национальной экономики. Объем импорта зависит от размеров экспортной выручки и валютных резервов страны. Реэкспорт - вывоз из страны ранее импортированных в нее товаров для перепродажи другим странам. Товары могут реэкспортироваться как в неизменном виде, так и после незначительной обработки. Различают:

* прямой реэкспорт - реэкспорт с завозом в страну;
* косвенный реэкспорт, когда закупленные за границей товары отправляются непосредственно в третьи страны.

Добровольные ограничения экспорта - метод государственного регулирования внешнеэкономических связей; обязательство одного из партнеров по внешней торговле ограничить объем экспорта определенных товаров.

##

## 9. Перечень внешнеторговых документов, подтверждающих исполнение сделки

Внешнеторговый контракт - основной коммерческий документ внешнеторговой операции, свидетельствующий о достигнутом соглашении между сторонами. Предметом внешнеторгового контракта могут быть купля-продажа товара, выполнение подрядных работ, аренда, лицензирование, предоставление права на продажу, консигнация и др.

Расчеты за поставки товаров и оказание услуг по внешнеторговому контракту могут производиться в иностранной, международной, национальной валюте и на безвалютной основе. Факт импорта фиксируется таможенной статистикой. Факт экспорта фиксируется в момент пересечения продукцией границы страны или предоставления услуги иностранному партнеру.

## 10. Средства рекламы для субъекта коммерческой деятельности

Современными средствами рекламы служат печать (газеты, журналы, афиши, бюллетени, проспекты и пр.), радио, телевидение, кинематограф, а также витрины, вывески, световые объявления, упаковка товаров, товарные и фирменные знаки и др. В индустриально развитых странах по затраченным средствам занимает: 1-е место газетно-журнальная (около 40%); 2-е – телевизионная; 3-е - радиореклама.

В рекламе широко используются промышленная графика, плакат, оформительское искусство, малые формы архитектуры. Развитие рекламы вызвано борьбой за рынки сбыта, за получение максимальных прибылей. Реклама - один из методов неценовой конкуренции, одна из функций маркетинга. Помимо достижения чисто экономических целей, она используется для политической и идеологической обработки населения. Рекламой занимаются специальные фирмы и агентства, имеющие разветвленную сеть отделений и представительств, а также рекламные отделы промышленных и торговых компаний, предприятий, издательств и т. д.

Находясь в роли субъекта коммерческой деятельности любой здравомыслящий человек (и автор этих строк в частности) стремился бы использовать все возможные средства. Для предпочтительного отношения к какому-либо виду рекламы однако, необходимо предварительно провести анализ (опрос, анкета и т.п.) потребительского интеллекта, потребительского спроса. В зависимости от его результатов – использовать те или иные средства. Существуют районы, например, где нет телевидения, и почта отсутствует. Здесь придётся изучать рынок сбыта и пользоваться даже старинным рекламным российским средством – «сарафанным радио» - «завезли, мол, в лавку керосин; но мало завезли - всем не хватит». Реклама – дело тонкое.

**Список литературы**

1. Гражданский Кодекс РФ. – Ч. 1 и 2
2. Закон РФ «О защите прав потребителей»
3. Большая Российская энциклопедия
4. Гоголь Б. И.. © 2001 Russ Portal Company Ltd. Copyright © 2001—2005 «Яндекс»
5. Зубцовская А.А. Аукционная торговля: Лекция. – Новосибирск: СибУПК,2000 -15 с.
6. Зубцовская А.А.Оптовый продовольственный рынок: Учебное пособие. – Новосибирск: СибУПК,2000 -156 с.
7. Ленчинский И.Ю., Зубова Н.И. Организация и регулирование международных коммерческих операций : Учебное пособие для вузов. – М.: Колос, 1998.
8. Маклаков Г.В. Теоретические основы коммерческой деятельности: Учебное пособие. – Новосибирск: СКАПК, 1997.- 342 с.
1. Маклаков Г.В. Теоретические основы коммерческой деятельности: Учебное пособие. – Новосибирск: СКАПК, 1997.- 342 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Маклаков Г.В. Теоретические основы коммерческой деятельности: Учебное пособие. – Новосибирск: СКАПК, 1997.- 342 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Маклаков Г.В. Теоретические основы коммерческой деятельности: Учебное пособие. – Новосибирск: СКАПК, 1997.- 342 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Гражданский Кодекс РФ. – Ч. 1 и 2. [↑](#footnote-ref-4)
5. "Большая Российская энциклопедия" [↑](#footnote-ref-5)
6. Зубцовская А.А. Аукционная торговля: Лекция. – Новосибирск: СибУПК,2000 [↑](#footnote-ref-6)