Министерство образования и науки Украины

Национальный технический университет «Харьковский политехничексий институт»

Кафедра экономики и маркетинга

Реферат

по учебной дисциплине «Промышленный маркетинг»

на тему: «**Типология форм и видов оптовой торговли**»

**Содержание**

Введение 3

1. Основные формы оптовой торговли 4

2. Биржевая форма оптовой торговли 6

Заключение 9

Список использованной литературы 10

# Введение

Оптовая торговля охватывает всю совокупность товарных ресурсов, являющихся как средствами производства, так и предметами потребления. При оптовой торговле товар закупается крупными партиями. Оптовая торговля не связана с реализацией продукции конкретным конечным потребителям, т.е. она позволяет изготовителям с помощью посредников сбывать товар с минимальными непосредственными контрактами с потребителями. На товарном рынке оптовая торговля представляет собой активную часть сферы обращения. Поэтому изучение типологии предприятий оптовой торговли является актуальным и предоставляет возможность хорошо ориентироваться на промышленном рынке.

Целью данного реферата является рассмотрение типологии видов и форм предприятий оптовой торговли. Такая цель определяет наличие следующих задач исследования:

* Рассмотрение и характеристика основных форм предприятий оптовой торговли.
* Более подробное рассмотрение биржевой формы оптовой торговли.

Объектом данного исследования в таком случае является оптовая торговля. Предметом исследования будет типология предприятий этой формы торговли.

В данном исследовании буду использованы качественные методы исследования, а кроме того – анализ и синтез. Будут проанализированы существующие виды предприятий, после чего будет сделан вывод.

**1. Основные формы оптовой торговли**

Оптовая торговля – это форма отношений между предприятиями, организациями, при которой хозяйственные связи по поставкам продукции формируются сторонами самостоятельно. Она влияет на систему экономических связей между регионами, отраслями, определяет пути перемещения товаров в стране, благодаря чему совершается территориальное разделение труда, достигается пропорциональность в развитии регионов [3].

В настоящее время оптовая торговля имеет основные формы:

* транзитная, когда оптовая база продает товары без завоза на свои склады, сразу конечному пользователю;
* складская, когда реализация товаров осуществляется непосредственно со своих складов.

Результатом этих форм продажи является оптовый транзитный оборот и складской товарооборот, на который приходится больший удельный вес. Транзитный товарооборот подразделяется:

* товарооборот с участием в расчетах. Торговая фирма оплачивает поставщику стоимость отгруженного товара, которую затем получает от своих покупателей.
* товарооборот без участия в расчетах. Поставщик предъявляет к оплате счет непосредственно покупателю.

При организации транзитного оборота оптовая база выполняет посредническую роль между поставщиками и получателями за отдельную плату.

При этом она заключает с поставщиком и получателем продукции договоры, контролирует выполнение договоров. Трудоёмкость транзитного оборота значительно ниже складского, поэтому при относительно высоких размерах наценок он выгоден для оптовых баз. Обоснованием для транзитной отгрузки товаров является наряд, который выписывается оптовым предприятиям и адресуется конкретному поставщику-изготовителю, а копия высылается в адрес покупателя клиента базы.

При складской форме торговли используются следующие методы оптовой продажи товаров со склада:

1. Личная отборка товаров покупателями, практикуется по изделиям сложного ассортимента (автомобили, меха, новейшие модели швейных изделий, мебель и т.п.), когда нужен выбор с учетом цвета, модели, рисунка.
2. Продажа товаров через передвижные комнаты товарных образцов, которые оборудуются в кузовах автомашин, оснащаются выдвижными ящиками, витринами с образцами, рекламными альбомами, каталогами, бизнес-картами, на базе которых товаровед оформляет заявки на доставку товаров покупателям.
3. Продажа товаров через автосклады, которые загружаются товарами на базе и, выезжая по графику, отпускают товары магазинам.
4. Посылочная торговля, обеспечивает население в форме индивидуальной или розничной торговли через магазины мелкооптовой посылочной торговли.
5. Подборка товаров в соответствии с заявками, заказами, оформленными письменно, по телефону, телеграфу, телефаксу со стороны потребителей.
6. Привлечение при формировании портфеля заказов многочисленных торговых агентов или коммивояжеров.

Продажа товаров на оптовых рынках регулируется гражданским законодательством, в основе которого лежит признание равенства участников хозяйственных отношений, неприкосновенности их собственности, свободы выбора партнёров, недопустимости вмешательства администрации рынка в их коммерческую деятельность.

Участники торгов на рынке [6]:

- собственники товара;

- розничные торговые структуры, выступающие в роли покупателей;

- персонал оптового рынка.

Администрация оптового рынка обеспечивает соблюдение установленного порядка ведения торгов, предоставляет участникам рынка в аренду необходимые площади в торговом зале, на имеющихся складах, за специальную рыночную пошлину, обеспечивает своевременную уборку территории рынка, санитарные условия и технику пожарной безопасности.

За нарушение правил торговли или невыполнение своих обязательств администрация несет полную ответственность, предусмотренную договорными обязательствами перед пользователями её услугами.

В последнее время получают распространение мелкооптовые магазины-склады типа "кэш энд керри " что в переводе означает "плати и увози". Этот тип магазинов ориентирован на обеспечение мелких потребителей: владельцев ларьков, павильонов, торговых лотков и др. Такого типа магазины-склады действуют по принципу самообслуживания. Они отличаются высокой товарооборачиваемостью с минимальными эксплуатационными расходами, так как не имеют традиционных комплектовочных и экспедиционных помещений и дорогостоящего подъёмно-транспортного и погрузочно-разгрузочного оборудования, присущих крупным складам. Сокращается также объем учетно-расчетных операций в связи с отсутствием безналичного отпуска и в кредит. Невысокий уровень расходов позволяет устанавливать более низкие цены. Закупки для магазинов-складов ведутся напрямую с промышленных предприятий [2, с. 181-187].

**2. Биржевая форма оптовой торговли**

Важной формой оптовой торговли является биржевая торговля. На бирже товары продаются без осмотра, торговые сделки не заключаются. Товарные биржи осуществляют куплю и продажу не товаров как таковых, а контрактов на их поставку. При этом ведется свободная купля и продажа контрактов. Сделки заключаются только профессиональными посредниками - брокерами. Базисные рыночные цены устанавливаются биржевой котировкой и формируются под влиянием реальных соотношений спроса и предложения. Покупатель дает брокеру поручение на совершение биржевой сделки, в котором определяются конкретный товар, срок его поставки, цена.

Современные товарные биржи на российском рынке нельзя отождествлять с современными биржами на Западе. В России объем всей продукции, реализуемой на биржах в общем объеме производства на 1 января 1996 г. составлял около 2%, а биржевой оборот в ведущих капиталистических странах мира - соответственно 42% [5, с. 135].

Черты биржевой торговли:

* регулярность возобновления биржевых торгов, их высокая организованность, подчиненность биржевой торговли установленным правилам, проведение торгов в строго отведенное время и месте.
* для организации биржевой торговли проводится большая предварительная работа по установлению стандартов на товары, их взаимозаменяемости, разработке типовых контрактов, котировке цен, рекламно-информационной деятельности и др.
* биржевая торговля осуществляется массовыми однородными товарами, качественно сравнимыми, отдельные партии которых должны быть взаимозаменяемыми. В процессе торговли устанавливаются минимальные партии продаваемых товаров.

Биржевая торговля регулируется Законом Украины "О биржах и биржевой торговле". Настоящие объемы биржевой торговли увеличивают доли денежных ресурсов и ценных бумаг за счет сокращения доли сырья, материалов и товаров. Набирает обороты отечественная фьючерская торговля контрактами на валюту, ценными бумагами. В Украине рынок контрактов только формируется и находится на начальном этапе своего развития.

Резкое сокращение действующих товарных и фондовых бирж в России, их специализация являются нормальным и положительным явлением, ведущим к становлению подлинной биржевой торговли.

Эффективность оптовой торговли характеризуется количеством и качеством услуг, оказываемых оптовым предприятием своим клиентам – покупателям и поставщикам товаров. По функциональному назначению выделяют следующие основные комплексы услуг:

* технические – по хранению, фасовке, упаковке, маркировке, транспортно-экспедиционные услуги и др.;
* коммерческие – помощь в рекламировании товаров, информационные, комиссионные, посреднические по поиску поставщиков товаров и оптовых покупателей и т.п.;
* организационно-консультативные – консультации по вопросам ассортимента и качества товаров, эксплуатации изделий, организации розничной продажи, изучение спроса и др.

Услуги, предоставляемые оптовым предприятием своим клиентам, как правило, должны быть платными. Конкретные размеры оплаты услуг следует устанавливать в заключаемых между оптовым предприятием и клиентами договорах.

**Заключение**

Оптовая торговля является важным рычагом маневрирования материальными ресурсами, способствует сокращению излишних запасов продукции на всех уровнях и устранению товарного дефицита, принимает участие в формировании региональных и отраслевых товарных рынков. Через оптовую торговлю усиливается воздействие потребителей на производителей; в свою очередь изготовитель сам подбирает потребителей.

Типология форм предприятий оптовой торговли не характеризуется широким спектром, хотя при этом представляет интерес как совокупность значимых элементов, каждый из которых имеет свои организационно-правовые особенности, целевую направленность и методы работы на промышленном рынке.

Система оптовой торговли решает важнейший для любого общества вопрос – занятость и трудоустройство населения, оказавшегося в связи с поступательным ходом структурных экономических реформ в большинстве своем в положении безработных.

Современное состояние развития оптовой торговли нуждается в решении такой проблемы, как формирование элементов рыночной инфраструктуры. В настоящих условиях хозяйствования катастрофически не хватает складских и торговых площадей. Это связано с тем, что старые площади сконцентрированы в руках немногих бывших крупных государственных организаций, а они в свою очередь диктуют недоступные для торговцев высокие цены за аренду этих помещений. Структура транспорта устарела как морально, так и физически, а на приобретение новейших видов мобильного транспорта не хватает денежных средств.

**Список использованной литературы**

1. Акимова И.М. Промышленный маркетинг. – К.: Знання, 2001. – 294 с.
2. Ворот И. Экономика фирмы. – М.: Высшая школа, – 2004.
3. Державний стандарт України "Маркетинг – термінологія та визначення основних понять" // Эксперт-Юрист. Информационно-правовая библиотека. Законодательство Украины, – К.: Эксперт-Софт, 2005 г.
4. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. - СПб.: Наука, – 2000.- 800 с.
5. Осипова Л.В., Синяева И.М.. Основы коммерческой деятельности. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.
6. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность. М.: ИВЦ "Маркетинг", – 1996.
7. Романов А.Н. и др. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Романова А.Н. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, – 2005.