Содержание.

1. Введение.
2. Товар - удовлетворитель потребностей людей.
3. Оптовая торговля.
4. Виды предприятий оптовой торговли.
5. Классификация оптовых торговцев.
6. Воздействие оптовой торговли на промышленность и розничную торговлю.
7. Виды и формы оптового товарооборота.
8. Список литературы.

Введение.

Развитие торговли, торговли отношений, обмена материальными и духовными ценностями между отдельными лицами, странами и народами всегда составляло важнейший источник жизнеспособности человеческого общества, роста материального и духовного уровня людей.

Отсутствие торговли, как известно, характеризовало состояние доцивилизованного, первобытного общества. Первые древнейшие цивилизации стали возникать в условиях первоначальных, во многом еще примитивных торговых операций - обменов излишками производимых продуктов. Те цивилизации и страны, которые всячески содействовали развитию торговых отношений, могли укреплять свое могущество, создавали богатство материальной и духовной культуры.

Товар - удовлетворитель потребностей людей.

Движущей идеей торговли вообще и искусства торговать в частности является удовлетворение или по меньшей мере стремление к наиболее полному удовлетворению многообразных нужд, потребностей и запросов человека. Под нуждой понимается чувство ощущаемой человеком нехватки или отсутствия чего-либо. Понятно, что нужды человечества характеризуются чрезвычайным многообразием и включают в себя:

* физиологические потребности в пище, тепле, одежде, безопасности;
* социальные нужды (имеются в виду потребности человека в духовной близости, опеке, влиянии и привязанности);
* личные нужды (например, в самовыражении, в получении образования).

Все перечисленные выше нужды являются составляющими исходной природы человека. Вот почему человек чувствует себя несчастным или глубоко обездоленным, если его нужда не удовлетворена. Человек либо пытается заглушить нужду каким-то способом, либо пытается найти объект, который бы в известной мере удовлетворил его нужды.

Важной исходной идеей торговли является идея человеческих потребностей, то есть нужд, принявших специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью конкретного человека. Потребности человека растут по мере прогрессивного развития общества. При этом люди сталкиваются со все большим количеством объектов, пробуждающих их внимание, любопытство, интерес, желание. В сложившейся ситуации появляются производители, предпринимающие целенаправленное действие, чтобы усилить желание людей получить товары. Возникают попытки сформировать связь между товаропроизводителями и нуждами людей.

Оптовая торговля.

Оптовая торговля включает в себя любую деятельность по продаже товаров и услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или профессионального использования. Оптовые торговцы отличаются от розничных по следующим характеристикам:

* оптовик уделяет меньще внимания стимулированию, атмосфере магазина и расположению своего торгового предприятия;
* оптовик имеет дело преимущественно с профессиональными клиентами, а не с конечными потребителями;
* оптовые сделки по объему обычно крупнее розничных;
* торговая зона оптовика, как правило, значительно больше таковой у розничного торговца;
* правовые нормы и налоговая политика в отношении оптовых и розничных торговцев различается.

Оптовики обеспечивают эффетивность торгового процесса. Мелкому производителю с ограниченными финансовыми ресурсами не под силу создать и содержать организацию прямого маркетинга. Даже располагая достаточным капиталом, производитель предпочитает направлять средства на развитие собственного производства, а не на организацию оптовой торговли. Эффективность деятельности оптовых торговцев практически всегда выше благодаря размаху операций, большему числу деловых контактов в сфере розничной продажи и наличию специальных знаний и умений. Розничные торговцы, имеющие дело с широким ассортиментом товаров, обычно предпочитают закупать весь набор товаров у одного оптовика, а не по частям у разных производителей.

И так, и розничные торговцы, и производители имеют все основания прибегать к услугам оптовиков. С помощью оптовиков можно выполнять более эффективно следующие функции:

* СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА ТОВАРОВ. Оптовики располагают торговым персоналом, который помогает производителю охватить множество мелких клиентов при сравнительно небольших затратах. Оптовик имеет больше деловых связей. Покупатель, как правило, больше верит оптовику, чем какому-то далекому производителю;
* ЗАКУПКИ И ФОРМИРОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ. Оптовик может подобрать изделие и сформировать необходимый товарный ассортимент, избавив клиента от значительных хлопот;
* РАЗБИВКА КРУПНЫХ ПАРТИЙ НА МЕЛКИЕ. Оптовики обеспечивают клиентам значительную экономию средств закупая товары вагонами, разбивая большие партии на мелкие;
* СКЛАДИРОВАНИЕ. Оптовики хранят товарные запасы, способствуя тем самым снижению соответствующих издержек поставщика и потребителей;
* ТРАНСПОРТИРОВКА. Оптовики обеспечивают более оперативную доставку товаров. Они находятся ближе к клиентам, чем производители товаров;
* ФИНАНСИРОВАНИЕ. Оптовики финансируют своих клиентов, предоставляя им кредит, а заодно и поставщиков, заблаговременно выдают заказы и вовремя оплачивают счета;
* ПРИНЯТИЕ РИСКА. Принимая право собственности на товар и неся расходы в связи с его хищением, повреждением, порчей и старением, оптовики одновременно берут на себя часть риска;
* ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О РЫНКЕ. Оптовики предоставляют своим поставщикам и клиентам информацию о деятельности конкурентов, о новых товарах, динамике цен и т. д.;
* УСЛУГИ ПО УПРАВЛЕНИЮ. КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ УСЛУГИ. Оптовик помогает розничным торговцам совершенствовать деятельность, принимая участие в разработке схемы магазина, устройстве экспозиции товаров, обучении продавцов, а также в организации бухгалтерского учета и управлении запасами товаров.

Быстрое развитие оптовой торговли в последние годы обусловлено значительными тенденциями в современной экономике:

* ростом массового производства товаров на крупных предприятиях, удаленых от основных пользователей готовой продукции;
* увеличением объемов производства впрок, а не для выполнения конкретных заказов;
* увеличением числа уровней промежуточных производителей и пользователей;
* обострением необходимости приспосабливать товары к нуждам промежуточных и конечных пользователей с точки зрения количества, упаковки и разновидностей.

Виды предприятий оптовой торговли.

Всех оптовиков можно разбить на четыре группы:

Классификация оптовых торговцев.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Оптовики-купцы** | **2. Брокеры и агенты** | **3. Оптовые отделения и конторы производителей** | **4. Разные специализированные оптовики** |
| Оптовики с полным циклом обслуживания  Торговцы оптом  Дистрибьюторы товаров промышленного назначения  Оптовики с ограниченным циклом обслуживания  Оптовики, торгующие за наличный расчет без доставки товаров  Оптовики-коммивояжеры  Оптовики-организаторы  Оптовики-консигнанты  Сельскохозяйственные производственные кооперативы  Оптовики-посылторговцы | Брокеры  Агенты  Агенты производителей  Агенты по сбыту  Агенты по закупкам  Оптовики-комиссионеры | Сбытовые отделения и конторы  Закупочные конторы | Оптовики-скупщики сельхозпродуктов  Оптовые нефтебазы  Оптовики-аукционисты |

1. **ОПТОВИКИ-КУПЦЫ** - это независимые коммерческие предприятия, приобретающие право собственности на все товары, с которыми они имеют дело. В разных сферах деятельности оптовиков-купцов называют по разному: оптовые фирмы, дистрибьюторы, снабженческие дома. Оптовики-купцы бывают двух видов: с полным циклом обслуживания и с ограниченным циклом обслуживания.

ОПТОВИКИ С ПОЛНЫМ ЦИКЛОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ предоставляют следующие услуги:

* хранение товарных запасов;
* предоставление продавцов;
* кредитование;
* обеспечение доставки товара и оказание содействия в области управления.

По своему характеру это либо торговцы оптом, либо дистрибьюторы товаров промышленного назначения. Торговцы оптом торгуют в основном с предприятиями розницы, предоставляя им полный набор услуг. Друг от друга они отличаются главным образом широтой ассортиментного набора.

ОПТОВИКИ СМЕШАННОГО АССОРТИМЕНТА занимаются несколькими группами товаров, чтобы удовлетворять нужды розничных торговцев с широким смешанным ассортиментом, а также предприятий с узкоспециализированным товарным ассортиментом.

ОПТОВИКИ НЕШИРОКОГО НАСЫЩЕННОГО АССОРТИМЕНТА занимаются одной или двумя ассортиментным группами товаров при значительно большей глубине этого ассортимента, например, техническими товарами, лекарствами, одеждой.

УЗКОСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОПТОВИКИ занимаются лишь частью той или иной ассортиментной группы товаров, охватывая ее на большую глубину. В качестве примера можно указать на оптовых торговцев продуктами лечебного питания, запчастями к автомобилям, морепродуктами. Оптовики в данном случае предоставляют своим клиентам более полную возможность выбора.

*Дистрибьюторы товаров промышленного назначения* продают изделия преимущественно производителям, а не розничным торговцам. Они предоставляют своим покупателям следующие услуги:

* хранение товарных запасов;
* кредитование и доставка товаров.

Кроме того, эти дистрибьюторы могут заниматься также широкой товарной номенклатурой (в этом случае их часто называют снабженческими домами), смешанным или специализированным ассортиментом товаров. Дистрибьюторы товаров промышленного назначения могут заниматься следующими товарами:

* материалами для технического обслуживания, ремонта, эксплуатации;
* деталями основного оборудования - подшипниками, редукторами для двигателей и т. д.;
* оборудованием - вилочными погрузчиками, электрокарами и т. д.

ОПТОВИКИ С ОГРАНИЧЕННЫМ ЦИКЛОМ ОБСЛУЖИВАНИЯ предоставляют своим поставщикам и клиентам гораздо меньше услуг. Существует несколько видов оптовых предприятий с ограниченным набором услуг. Оптовик, торгующий за наличный расчет и без доставки товара, занимается ограниченным ассортиментом ходовых товаров, которые он продает мелким розничным торговцам с немедленной оплатой покупки. Розничные торговцы сами организуют вывоз купленного товара. Например, мелкий розничный торговец, торгующий морепродуктами, утром отправляется к такому оптовику, покупает у него несколько ящиков продуктов, сразу расплачивается, отвозит товар в свой магазин и сам его разгружает.

ОПТОВИК - КОММИВОЯЖЕР не только продает, но и сам доставляет товар покупателям. Он занимается ограниченным ассортиментом продуктов и продает их за наличный расчет, объезжая магазины, универсамы, рестораны, гостиницы, заводские кафе.

ОПТОВИК - ОРГАНИЗАТОР работает в отраслях, для которых характерно бестарная перевозка грузов, таких, как тяжелое оборудование, лесоматериалы, уголь. Такой оптовик не держит товарных запасов и не занимается товаром непосредственно. Получив заказ, он находит производителя, который отгружает товар непосредственно покупателю на определенных условиях поставки и определенное время. С момента принятия заказа до момента завершения поставки оптовик-организатор принимает на себя право собственности на товар и весь связанный с этим риск. Оптовик-организатор торгует по более низким ценам, поскольку не хранит у себя товарных запасов и может передавать часть сэкономленных средств своим клиентам.

ОПТОВИКИ - КОНСИГНАНТЫ обслуживают бакалейно-гастрономические магазины и розничных торговцев лекарствами, предлагая в основном товары непищевого ассортимента. Владельцы этих розничных предприятий не хотят заказывать и поддерживать запасы сотен непищевых продуктов. Оптовик-консигнант высылает в магазин автофургон, его представитель организует в торговом зале выкладку товаров - косметики, лекарств, книг, игрушек. Оптовик-консигнант сам назначает цену на товары, следит за их качеством, устраивает внутримагазинные экспозиции и ведет учет товарно-материальных запасов. Оптовики-консигнанты торгуют на условиях консигнации, т. е. сохраняют за собой право собственности на товар, а счета различным торговцам выставляют только за то, что купили потребители. Таким образом, оптовики-консигнанты оказывают следующие услуги:

* доставку товаров;
* установку стеллажей для размещения товаров;
* поддержание товарно-материальных запасов;
* финансирование.

Оптовики-консигнанты не занимаются стимулированием сбыта, так как имеют дело со множеством широко рекламируемых марочных товаров.

ОПТОВИК - ПОСЫЛТОРГОВЕЦ занимается рассылкой каталогов на косметику, ювелирные изделия, пищевые деликатесы и другие мелкие товары клиентам из сферы розницы, промышленного производства и различным учреждениям. Основными заказчиками оптовика-посылторговца являются коммерческие заведения, расположенные в близлежащих районах. Выполненные заказы высылаются клиентам по почте, доставляются автомобильным или другим видом транспорта.

1. **БРОКЕРЫ И АГЕНТЫ** отличаются от оптовиков-купцов по следующим показателям:

* они не берут на себя право собственности на товар и выполняют ограниченное число функций. Их основная функция - содействие купли-продажи. За свои услуги они получают комиссионное вознаграждение от двух до шести процентов продажной цены товара;
* они обычно специализируются либо по типу предлагаемого товарного ассортимента, либо по типу обслуживаемых ими клиентов.

БРОКЕРЫ. Их основная функция - свести покупателя с продавцами и помочь им договориться. Брокеру платит тот, кто его привлек. Брокер не держит товарных запасов, не принимает участия в финансировании сделок, не принимает на себя никакого риска. Наиболее типичные примеры: брокеры по операциям с пищевыми продуктами, недвижимостью, страховые брокеры, брокеры по операциям с ценными бумагами.

АГЕНТЫ. Агент представляет покупателя или продавца на более долговременной основе. Существует несколько видов агентов.

АГЕНТЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. Такие агенты представляют интересы двух или нескольких производителей товаров, дополняющих друг друга. Они заключают письменное официальное соглашение с каждым отдельным производителем в отношении политики цен, территориальных границ деятельности, услуг по доставке товаров, выдаваемых на эти товары гарантии и размеров комиссионных ставок. Агент производителя хорошо знаком с товарным ассортиментом и организует сбыт его товаров, опираясь на свои контакты с покупателями. К услугам агентов фирм производителей прибегают при торговле одеждой, мебелью, электротоварами. Большинство агентов представляют интересы мелких торговых предприятий, насчитывающих несколько сотрудников, которые являются опытными продавцами. Их нанимают крупные фирмы, а также мелкие предприниматели, которые не могут позволить себе содержать собственный штат коммивояжеров. Производственные фирмы планируют с помощью агентов, как проникнуть на новые рынки или быть представленными на них, где использование коммивояжеров нерентабельно.

ПОЛНОМОЧНЫЕ АГЕНТЫ ПО СБЫТУ заключают с производителями договоры, получая права на сбыт всей продукции, выпускаемой производителем. Такой производитель сознательно не хочет брать на себя функции по сбыту или чувствует себя не подготовленным к этой деятельности. Полномочный агент по сбыту служит как бы отделом сбыта производителя, оказывает значительное влияние на цены, сроки и условия продажи. Полномочные торговые агенты встречаются в сферах текстильной промышленности, производства промышленного оборудования, химикатов, каменного угля, металлов.

АГЕНТЫ ПО ЗАКУПКАМ обычно оформляют долговременные отношения со своими покупателями и закупают для них необходимые товары. Сами получают эти товары, проверяют их качество, организуют складирование и последующую доставку к месту назначения. Закупщики обладают широкими знаниями и предоставляют своим клиентам полезную информацию о рынке, а также подыскивают им подходящие товары по максимально низкой цене.

ОПТОВИКИ - КОМИССИОНЕРЫ - это агенты, вступающие в физическое владение товарами и самостоятельно заключающие сделку на их продажу. Они не работают на основе долговременных соглашений. К их услугам чаще всего прибегают фирмы, которые не хотят заниматься сбытом. Оптовик-комиссионер приезжает на грузовике с товаром на центральный рынок, продает партию товаров по наиболее благоприятной цене, вычитает из выручки свои комиссионные и издержки, а оставшуюся сумму передает производителю.

1. **ОПТОВЫЕ ОТДЕЛЕНИЯ И КОНТОРЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ** - это третья основная разновидность оптовой торговли, которая состоит из операций, осуществляемых продавцами и покупателями самостоятельно, без привлечения оптовых торговцев.

СБЫТОВЫЕ ОТДЕЛЕНИЯ И КОНТОРЫ. Производители организуют сбытовые отделения и конторы, чтобы держать под более жестким контролем деятельность по управлению товарными запасами, сбыту и стимулированию.

СБЫТОВЫЕ ОТДЕЛЕНИЯ хранят товарные запасы и встречаются в лесной промышленности, в производстве автомотооборудования и деталей машин.

СБЫТОВЫЕ КОНТОРЫ не хранят товарных запасов и встречаются в сфере производства текстильных и галантерейных товаров.

ЗАКУПОЧНЫЕ КОНТОРЫ. Многие розничные торговцы содержат в основных рыночных центрах собственные закупочные конторы, выполняющие функции, аналогичные брокерам, но являющиеся структурным подразделением организации покупателя.

1. **РАЗНЫЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОПТОВИКИ.** В ряде отраслей экономики имеются собственные специализированные оптовые организации.

ОПТОВЫЕ НЕФТЕБАЗЫ продают и доставляют нефтепродукты автозаправочным станциям и деловым предприятиям.

ОПТОВИКИ - СКУПЩИКИ СЕЛЬХОЗПРОДУКТОВ скупают продукцию у фермеров, собирают ее в крупные партии и отгружают предприятиям пищевой промышленности, хлебозаводам, пекарням и покупателям от имени госучреждений.

ОПТОВИКИ - АУКЦИОНИСТЫ играют большую роль в тех отраслях деятельности где потребители хотят до совершения сделки осмотреть товар. Это рынки скота, табака, морепродуктов и т. д.

Воздействие оптовой торговли на промышленность и розничную торговлю.

Оптовая торговля занимает промежуточное положение между промышленностью и розничной торговлей, активно воздействует на производство и реализацию населению товаров.

Воздействие оптовой торговли на промышленность направлена на увеличение выпуска, расширение ассортимента, повышение качества, ритмичную поставку товара. Основными формами воздействия оптовой торговли на промышленность являются: предварительные заказы, пятилетние соглашения, оптовые ярмарки, договоры поставки, договоры содружества, средства массовой информации.

*Предварительные заказы* оптовых баз служат основой для разработки промышленными предприятиями планов выпуска товаров по объему и ассортименту. Предварительный заказ - это экономически обоснованное выражение существующего и прогнозируемого спроса на товары.

*Пятилетние соглашения* между оптовыми и промышленными объединениями являются формой долговременной экономической связи между промышленностью и торговлей. В таких соглашениях предусматриваются обновления ассортимента, улучшение внешнего вида изделий, упаковки товаров и другие обязательства, обеспечивающие полное удовлетворение потребностей населения.

*Оптовые ярмарки* проводятся после получения промышленными предприятиями заданий по производству того или иного товара. На ярмарках предприятия оптовой торговли согласовывают с поставщиками закупки ассортимент товаров, модели, фасоны, расцветки, размеры.

*Договоры поставок* оптовых баз с промышленными предприятиями устанавливают хозяйственные связи между ними. Договоры заключают на год, на пять лет и т. д. При прямых длительных связях.

*Договоры содружества* заключают между общественными организациями предприятий торговли и промышленности. Договоры являются средством для повышения эффективности экономических связей.

*Средства массовой информации* (газеты, радио, телевидение) широко используются работниками оптовой торговли для воздействия на промышленность и на потребителя. С помощью этих средств привлекается внимание общественности к поставщикам, выпускающим товары низкого качества, которые не пользуются спросом у покупателя.

В свою очередь оптовая торговля активно воздействует на предприятия розничной торговли, оказывая им помощь в расширении ассортимента, повышении качества товаров, увеличении доли фасованных товаров, организации передовой технологии доставки и продажи товаров, улучшении обслуживания покупателей.

Оптовые базы совместно с управлениями торговли определяют поставщиков и покупателей, которые будут находится в прямых связях. При этом оптовые базы контролируют и несут ответственность за своевременную отгрузку товаров покупателям.

Товароведы оптовых баз организуют оптовую продажу товаров повседневного спроса, совместно с розничной торговлей изучают спрос, проводят выставки-продажи, оптовые ярмарки по продаже, организуют рекламные мероприятия.

Виды и формы оптового товарооборота.

Оптовый товарооборот является одним из основных показателей хозяйственной деятельности оптовых предприятий. Его объем и структура характеризуют степень развития производства и уровень народного потребления.

В зависимости от объема, структуры, видов и форм определяются показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

Различают *первичный оптовый оборот* - это продажа товаров промышленными предприятиями непосредственно розничной торговле и оптовым предприятием, и *посреднический оборот* - это продажа товара оптовыми предприятиями - розничным.

Оптовый оборот имеет другое экономическое содержание, чем выручка от реализации продукции в промышленности или розничный товарооборот. Оптовый оборот не отражает производство и продажу товаров непосредственно населению для личного потребления, а характеризует движение товаров из сферы производства в сферу обращения.

По размеру оборота различают: крупный, средний и мелкий товарооборот.

*Крупный оптовый товарооборот* возникает при получении товаров от предприятий крупными партиями и отправке их по звеньям оптовой торговли.

*Средний оптовый товарооборот* образуется у оптовых предприятий, которые покупают товар не только у промышленности, но и других крупных оптовых предприятий.

*Мелкий оптовый товарооборот* образуется на оптовых базах у низовых оптовых предприятий.

В зависимости от назначения товарных ресурсов оптовый товарооборот разделяется на три вида: оборот по реализации, внутрисистемный и межреспубликанский.

*Оптовый товарооборот по реализации* включает продажу товаров организациям и предприятиям розничной торговли, расположенным в районе деятельности оптового предприятия.

*Внутрисистемный оптовый товарооборот* определяет взаимный отпуск товаров оптовыми предприятиями в одну систему в пределах одной республики.

*Межреспубликанский товарооборот* охватывает продажу товаров за пределы республики на основе свободной купли-продажи.

Таким образом, внутрисистемный и межреспубликанский оптовый товарооборот отражают движение товаров между звеньями оптовой торговли.

Сумма трех видов оптового товарооборота составляет *валовой оптовый товарооборот*.

Оптовый товарооборот по каждому из трех видов подразделяется на две формы:

* складской (Продажа товаров со складов оптовых предприятий. Завезенные на склады товары проверяются, сортируются, комплектуются и т. д.)
* транзитный (Поставка товаров производителями непосредственно розничной торговле, опту, минуя промежуточные звенья)

Оптовая продажа товаров транзитом может проводится с участием в расчетах (с вложением средств) и без участия в расчетах (организуемый оборот).

*Транзитный оборот с участием в расчетах* рассчитывается сначала с поставщиками, а затем в качестве продавца товара предъявляет счета для оплаты покупателям. При этом оптовые предприятия используют свои оборотные средства, пользуются кредитами банков, уплачивают в бюджет налог на прибыль, получают оптово-сбытовые скидки.

*Транзитный оборот без участия в расчетах* предусматривает лишь посредническую деятельность оптовой торговли, расчеты же за товары производители и покупатели ведут непосредственно между собой. Роль оптового звена ограничивается организацией договорных связей и поставок товаров. Оно участвует в размещении заказов и составлении спецификаций на товары, контролирует ход их отгрузки. В этом случае оптовые предприятия не получают оптово-сбытовые скидки.

Список литературы:

1. “Экономика предприятия торговли и сферы услуг”, Москва, 1996г.
2. “Экономика торгового предприятия”, Экономика, 1987г.
3. “Искусство торговать”, АОЗТ Московское финансовое объединение, 1995г.