

image not found or type unknown



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 совершенствуется территориальное разделение труда, достигается пропорциональность в развитии регионов. Для рационального распределения торговой конъюнктуры оптовая торговля должна владеть конкретными данными о настоящем состоянии и перспективных изменениях ситуаций на региональных и отраслевых рынках.

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:

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

Прогрессивной формой оптовых закупок товаров является заключение договоров на поставку товаров на оптовых ярмарках.

Продажа-закупка товаров на оптовых ярмарках – одна из старейших форм оптовой торговли. Оптовые ярмарки проводились еще в дореволюционный период, когда широкой известностью пользовались Нижегородская, Киевская, Харьковская и другие ярмарки. В период централизованной, административной экономики

оптовые ярмарки получили распространение в середине 60-х годов. Они имели в это время положительное, прогрессивное значение, так как позволяли покупателям более свободно закупать товары по представленным образцам, быстрее оформить сделки договорами, усилить влияние на промышленность, возродить дух конкуренции между производителями одинаковых товаров. В дальнейшем оптовые ярмарки приобретали все более административно директивный характер – их организовывали государственные органы управления, порядок их проведения строго регламентировался, преобладала продажа и закупка товаров, распределяемых централизованно, по твердым розничным ценам, согласно плану прикрепления покупателей к поставщикам.

Оптовые продовольственные рынки – место купли-продажи конкурентоспособного сельскохозяйственного сырья и продовольствия оптовыми и розничными торговыми предприятиями и частными лицами.

В ряде развитых рыночных стран важную роль играют оптовые рынки, занимающие срединное положение между оптовой ярмаркой и товарно-сырьевой биржей. Однако в отличие от двух последних оптовый продовольственный рынок располагает собственным складским хозяйством.

Разновидностью оптового рынка являются мелкооптовые магазины, склады, ориентированные преимущественно на мелких покупателей – розничных торговцев. Мелкооптовые магазины-склады получили за рубежом широкое распространение и называются «кеш анд керри». Они появились впервые в 30-е годы, и сеть их развивается до настоящего времени.

Организация учета и контроля за оптовыми закупками – важная часть коммерческой работы. Целью оперативного учета и контроля оптовых закупок является осуществление повседневного наблюдения за ходом выполнения поставщиками договоров поставки для обеспечения своевременного и бесперебойного поступления товаров в согласованном ассортименте, надлежащего качества и количества. Учет выполнения договоров поставки может осуществляться в специальных карточках или журналах, где фиксируются сведения о фактической отгрузке и поступлении товаров и выявляются случаи нарушения поставщиками договоров. Все это необходимо для своевременного предъявления поставщикам претензий. Карточная или журнальная форма учета выполнения договоров весьма трудоемка, осуществляется, как правило, вручную и не позволяет иметь повседневных данных о ходе поступления товаров по развернутому ассортименту. Поэтому актуальной задачей коммерческой работы

является механизация и автоматизация учета поставок с помощью ЭВМ и другой современной компьютерной техники.

Успешному проведению закупочной работы способствует разработка коммерческим аппаратом оперативных планов закупок, предусматривающих суммы товаров, подлежащих закупке, сроки заключения договоров, а также согласования и уточнения спецификаций и отгрузки товаров, ответственных лиц за проведением закупок.

Заключение

В условиях перехода к рыночным отношениям заключение договоров на поставку товаров на оптовых ярмарках является прогрессивной формой оптовых закупок товаров, так как они обеспечивают свободные рыночные отношения и коммерческую инициативу производителей товаров и потребителей. На оптовых ярмарках усиливается воздействие торговых организаций на производство товаров в отношении ассортимента и качества товаров, ускоряется процесс заключения договоров, так как поставщики и покупатели находятся в непосредственном контакте.

Список литературы

1. Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина «Коммерческая деятельность», М.:

Информационно-вычислительный центр «Маркетинг», 1998. –

328 с.

1. «Экономика торгового предприятия» под общ. Ред. Проф. А.И.

Гребнева, М.: Экономика, 1997. – 238 с.