

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/154613>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Коммерция

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. СУЩНОСТЬ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ 5

1.1 Понятие и функции оптовой торговли 5

1.2 Классификация предприятий оптовой торговли и особенности их деятельности 10

ГЛАВА 2. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ 13

2.1 Состояние рынка оптовой торговли в России 13

2.2 Основные проблемы развития оптовой торговли в России 18

ГЛАВА 3. ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ. 23

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИСТОЧНИКИ 29

Оптовая торговля имеет важное место в системе экономических связей между регионами страны, отраслями экономики. Оптовая торговля представляет собой такую форму отношений между участниками рынка, при которой хозяйственные связи в области поставок продукции регулируются сторонами самостоятельно.

Отрасль оптовой торговли оказывает влияние на систему экономических связей между регионами, отраслями, а также задает пути перемещения товаров внутри страны, что, в свою очередь, влияет на совершенствование территориального разделения труда, в результате чего достигается пропорциональность в региональном развитии. Важнейшим условием в вопросе рационального распределения торговой конъюнктуры является владение оптовыми торговцами знаниями о текущем состоянии и возможных изменениях ситуации как на региональных, так и отраслевых рынках. [5].

Роль оптовой торговли значительно возросла в современных условиях, когда ее функции по формированию отечественного потребительского рынка реализуются в условиях импортозамещения. Кроме того, оптовая торговля оказывает влияние на повышение качества отечественных товаров, способствует завоеванию ими устойчивого положения как на внутреннем, так и на внешнем рынках [10].

Оптовая торговля включает в свой состав совокупность организаций, которые занимаются приобретением и (или) хранением товаров крупными партиями и последующей перепродажей их организациям-потребителям, другим торговым организациям, включая розничную торговлю. Отличительной особенностью развития оптовой торговли в России на современном этапе является повышение степени концентрации ее оборота, так как постепенно происходит преобразование крупных оптовых фирм в организаторов торгового оборота. Наиболее заметными представителями рыночной оптовой торговли становятся постоянно действующие оптовые выставки и ярмарки, торговые дома, товарные биржи. Данных участников рынка характеризуют такие особенности, как: экономическая и финансовая независимость, свободный выбор партнеров, персональная ответственность за итоги коммерческой деятельности, расширение комплекса услуг, предоставляемых коммерческим партнерам.

Предприятия малого бизнеса в сфере оптовой торговли существенно сузили свой функционал и стали в основном заниматься оказанием клиентам специализированных торговых услуг. Совмещение функций по оптовой и розничной торговле у небольших по масштабам деятельности оптовых фирм происходит в духе основных тенденций развития мировой оптовой торговли. Данное совмещение имеет некоторые положительные стороны. Во-первых, оптовые организации выполняют функции розничного звена за счет продажи товаров непосредственно населению. Во-вторых, розничная торговля имеет возможность установления прямых договорных контактов с производителями товаров [17].

Структура оптовой торговли имеет два ключевых направления, это оптовая торговля готовой продукцией и оптовая торговля сырьем и полуфабрикатами. Первое направление представляет собой торговлю потребительскими товарами, включая непродовольственные и продовольственные товары, а также торговлю средствами производства. Второе направление представлено оптовой торговлей сырьем и полуфабрикатами, оно включает продажу средств производства и продовольственных товаров без дополнительной переработки. За счет своего положения на рынке, оптовая торговля устанавливает прямые

коммерческие взаимоотношения как с изготовителями, так и с потребителями товаров [20].

Функции, которые выполняет оптовая торговля, определяют ее роль в процессах формирования рыночного пространства как на макро-, так и на микроуровнях. Функции оптовой торговли на макроуровне объединяют процессы, направленные на установление и регулирование взаимоотношений оптовой торговли со своими партнерами в сфере производства и розничной торговли. Дадим их характеристику:

- интегрирующая функция обеспечивает взаимосвязь между коммерческими партнерами: производителями, продавцами и покупателями и направлена на изыскание оптимальных каналов сбыта продукции;
- оценочная функция предусматривает определение уровня общественно необходимых затрат труда непосредственно с помощью коммерческого ценообразования;
- организующая и регулирующая функции оптовой торговли, которые связаны с обеспечением рационального построения и гармоничного функционирования экономической системы на основе структурных изменений и преобразований;
- функция сглаживания цен в условиях нестабильности рыночной конъюнктуры;
- функция маркетинговых исследований рынка и рекламы;
- функция экономической интеграции различных территорий и преодоления пространственного разрыва между ними. [6].

Функции оптовой торговли на микроуровне определяют взаимоотношения предприятий оптовой торговли с их коммерческими партнерами и включают в себя:

- заключение договоров, их исполнение;
- организацию консультативной помощи субъектам договорных отношений;
- преобразование производственного ассортимента товаров в торговый;
- формирование товарных запасов с целью страхования рынка от изменений спроса на реализуемые товары;
- хранение товарных партий и запасов товаров, приобретенных оптовыми покупателями;
- производственную доработку товаров с последующей их фасовкой, упаковкой, повышением качества;
- кредитование коммерческих партнеров, предусматривающее в большей степени учет интересов мелких розничных предприятий.

К прогрессивным направлениям развития российской оптовой торговли относятся:

- формирование распределительных центров в составе торговых сетей, обеспечивающих формирование универсального ассортимента товаров для бесперебойного снабжения магазинов сети;
- создание распределительных оптовых центров, реализующих разнообразный ассортимент товаров: от узкоспециализированного до универсального;
- расширение сети мелкооптовых магазинов-складов по технологии «Кэш-энд Кэрри»;
- создание оптово-розничных цепей, обеспечивающих реализацию товаров разной степени специализации ассортимента;
- образование закупочных центров при ассоциациях розничных торговых предприятий, крупных независимых супер- и гипермаркетов.

По мере развития рыночных отношений стали появляться новые элементы в деятельности оптовых предприятий. К ним можно отнести, например, оказание различных услуг в сфере управления и консалтинга своим клиентам. В список специализированных услуг уже обязательно входят консультации по эксплуатации товаров, в особенности технически сложных, их ремонту и гарантийному обслуживанию. [19]. Считается, что оптовая торговля представляет собой продажу товаров относительно крупными партиями, а реализация товаров мелкими партиями, отличающимися от стандартных товарных партий размерами или количеством, – входит в функции розничной торговли. При этом оптовая торговля практически всегда ассоциировалась с крупной партионностью товаров, характеризуя начальную стадию их движения на рынок. Других признаков, например, таких, как движения товара для личного или производственного потребления, а также поступления товара через посреднические каналы в торговую-сбытовую сеть для дальнейшей перепродажи, практически не существовало. По сей день в действующих нормативных документах не существует конкретного определения оптовой торговли. [8].

В целях осуществления статистического учета и наблюдения за состоянием отраслей экономики, в нашей стране было введено понятийное содержание оптового и розничного оборота. Так, продажа товаров для дальнейшей перепродажи стала называться оптовой торговлей, а продажа товаров в сферу личного, индивидуального потребления – розничной торговлей.

Численность оптовых торговых предприятий и организаций возрастает в РФ ежегодно, это связано с растущими потребностями участников рынка в условиях непрерывного обновления ассортимента товаров и услуг. Оптовые предприятия вносят существенный вклад в распределение национального продукта.

Территориально многие из них расположены вблизи главных транспортных развязок страны. Например, федеральных автотрасс, крупных железнодорожных транспортных узлов, морских портов и аэропортов. [4]. Оптовая торговля представляет собой связующее звено между производством и потреблением. В процессе воспроизводства, в результате оптовой продажи товары поступают в производственное потребление, направляются в розничную сеть для последующей реализации населению. Являясь важнейшим звеном свободного взаимодействия между участниками процессов купли-продажи, оптовая торговля осуществляет эти процессы в крупных объемах, большими товарными партиями.

1. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 N 717 (ред. от 19.12.2014) "О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы"
2. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 годы и период до 2020 года.
3. Торговля в России. 2019: Стат. сб./ Росстат. - М., 2019 – 228 с.
4. Алексина С.Б., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Современное состояние регионального товародвижения в Российской Федерации и перспективы его развития // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 6 - 8. С. 7 - 10.
5. Демидович А. А., Демидович И. А. Развитие оптовой торговли в России //Современные научные исследования и разработки. – 2018. – Т. 1. – №. 5. – С. 210-212.
6. Диянова С.Н. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью. С.Н. Диянова, Н.И. Денисова – Учебное пособие. – М.: Инфра-М, Магистр, 2015. – 384 с
7. Иванов Г.Г., Майорова Е.А. Корпоративная социальная ответственность в торговом бизнесе // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 20. С. 3569 - 3582.
8. Корнеева В. С. Развитие правового регулирования оптовой торговли в России //История государства и права. – 2020. – №. 7. – С. 58-63.
9. Кузьмина А. А. Особенности оценки товаров в розничной и оптовой торговле // Молодой ученый. – 2017. – №23. – С. 51-54.
10. Куренкова В. П. Развитие оптовой торговли в России: проблемы и перспективы //НАУЧНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: сборник. – 2016. – С. 152.
11. Куренкова В.П. Оптовая торговля: регулирование как способ решения социальных задач - Развитие российской торговли в современных условиях: сборник научных трудов кафедры Коммерции и торгового дела / под ред.Г.Н. Чернухиной. - М.: Московский финансово - промышленный университет «Синергия», 2015. - 184 с
12. Матвеева, О. П., Сурженко, А. В. Стратегия продаж: сущность и структура // Вестник БУКЭП. 2015. № 1(49). С. 229-234.
13. Мрочковский Н. 99 инструментов продаж. Эффективные методы получения прибыли. – М.: Питер, 2016. – 256 с
14. Никифорова Д.С. Резервы роста розничного (оптового) товарооборота коммерческой организации // Роль инноваций в трансформации современной науки: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф.: в 6 ч. -2017. – С. 251-253.
15. Никоноров В. М. ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ФУНКЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ //Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2017. – №. 3. – С. 103-109.
16. Парфенов А. В., Ткач В. В. Логистические императивы формирования омниканальной модели оптовой торговли //Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – №. 2 (122).
17. Прушковский Л. В., Глазунова О. А. Значение оптовой торговли в системе хозяйственных отношений с розничной торговлей //Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2016. – Т. 2. – №. 1 (7).
18. Тимирьянова В.М., Красильникова Е.А., Рузанкин С.О., Каримова А.И. Оценка эффективности товародвижения в экономике регионов // Экономика и управление: научно - практический журнал. – 2014. – № 1 (117). – С. 65 - 70.
19. Филин С. А., Обухов О. И. Особенности экономических отношений предприятий оптовой торговли с другими субъектами рынка //Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2017. – Т. 13. – №. 10 (355).
20. Щур Д. Л., Основы торговли, оптовая торговля, издательство «Дело и Сервис», 2015. – 193 с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/154613>