

**Особенности коммерческой
деятельности при участии на
выставках, ярмарках, аукционах,
товарных биржах.**

Ярмарки

это самостоятельное в организационном, правовом и экономическом аспектах рыночное мероприятие, организуемое в установленном месте и на установленный срок, доступное для всех товаропроизводителей (продавцов) и покупателей, на котором между ними заключаются договоры купли - продажи (поставки) товаров, устанавливаются хозяйственные связи.

Цель ярмарки - создание необходимых организационных условий для осуществления многосторонних контактов продавцов и покупателей независимо от форм собственности, формирующих региональные и межрегиональные связи между ними, насыщение рынка товарами народного потребления.

Признаки ярмарочной торговли:

- оптовая реализация товаров,
- периодичность торгов,
- предварительное установление сроков и места продажи,
- единовременное и массовое участие продавцов и покупателей

Задачи ярмарки

- содействие насыщению потребительского рынка на основе установления участниками ярмарки хозяйственных связей и заключения между ними договоров на поставку товаров народного потребления;
- определение структуры спроса и предложения на конкретные товары, выявление дополнительных рынков сбыта, ознакомление участников с новыми технологиями, производством новых видов товаров, повышения их качества;
- стимулирование развития предпринимательства на основе непосредственных деловых контактов партнеров и оказания им помощи в их осуществлении;
- информирование предпринимательских структур о возможностях предприятий по производству товаров;
- содействие формированию экономических

Виды ярмарок

- По экономическому значению и составу участников ярмарки подразделяются на:
 - республиканскую - организационный элемент республиканского рынка оптовой торговой деятельности, функционирование которого подчинено обеспечению потребностей республики в товарах.;
 - межрегиональную - организация торгов с участием представителей промышленности и торговли из других регионов Российской Федерации и стран СНГ.
- Ярмарки могут быть универсальные (с широкой номенклатурой продаваемых товаров) и специализированные (с реализацией отдельных товарных групп).

Организация проведения

Сроки и место – Правительство УР. Финансирование – преимущественно участники. Руководство организацией и проведением ярмарки осуществляет ярмарочный комитет (ярмарком). Ярмарочный комитет:

- создает необходимые рабочие органы ярмарки;
- организует регистрацию участников ярмарки;
- разрабатывает правила участия в ярмарке;
- определяет порядок и режим работы ярмарки;
- рассматривает финансовые вопросы, связанные с организацией и проведением ярмарки;
- решает вопросы обеспечения сохранности ярмарочных экспонатов;
- организует работу по обеспечению участников необходимыми услугами;
- обрабатывает и обобщает информацию о результатах оптовых торгов;
- решает другие вопросы, связанные с проведением ярмарки

Выставки

В отличие от ярмарок выставки-продажи систематизируются по направлениям и тематикам.

Цель выставки-продажи – демонстрация, показ и представление с последующей реализацией новых видов продукции, товаров, подготовка новейшей информации и создание условий для установления деловых контактов с потенциальными покупателями. Выставочная продажа является целесообразной формой апробирования рынка новейших товаров, реализация которых только начинается.

Предметом деятельности выставки-продажи является оказанию услуг по ознакомлению с новыми видами продукции и заключению сделок по ним, а также предоставление коммерческой и научно-технической информации с привлечением специалистов.

Аукцион

продажа некоторых товаров по ценам, устанавливаемым покупателями в результате торгов.

Классификация аукционов:

1. по масштабу деятельности:

- национальные
- международные,

2. от порядка организации:

- добровольные
- принудительные,

3. с учетом технологии проведения:

- аукционы с повышением цен (согласные)
- аукционы с понижением цен
- аукцион “втемную”.

Порядок проведения аукциона

Управление проведением аукциона осуществляется аукционным комитетом. В его состав включаются: председатель (директор аукциона), коммерсант, юрисконсульт, эксперт, аукционист, бухгалтер. Продажа товаров с аукциона оформляется аукционной сделкой (контрактом).

Товарная биржа

организованный товарный рынок и представляет собой форму организации торговли товарами по заранее установленным правилам.

Характеристика товарной биржи:

- регулярность торговли в определенном месте
- унификация основных требований к качеству товаров, условиям и срокам поставки
- ведение торговли на основе встречных предложений продавцов и покупателей
- заключение сделок с поставкой товаров как со склада, так и в будущем
- котировка цен
- арбитраж (урегулирование споров)
- информационная деятельность.

Классификация товарных бирж

1. в зависимости от организационно-правового статуса

- государственные
- частные
- смешанные

2. по месту и роли в мировой торговле

- международные
- федеральные
- региональные

3. по виду биржевых операций

- биржи реального товара
- фьючерсные
- смешанные

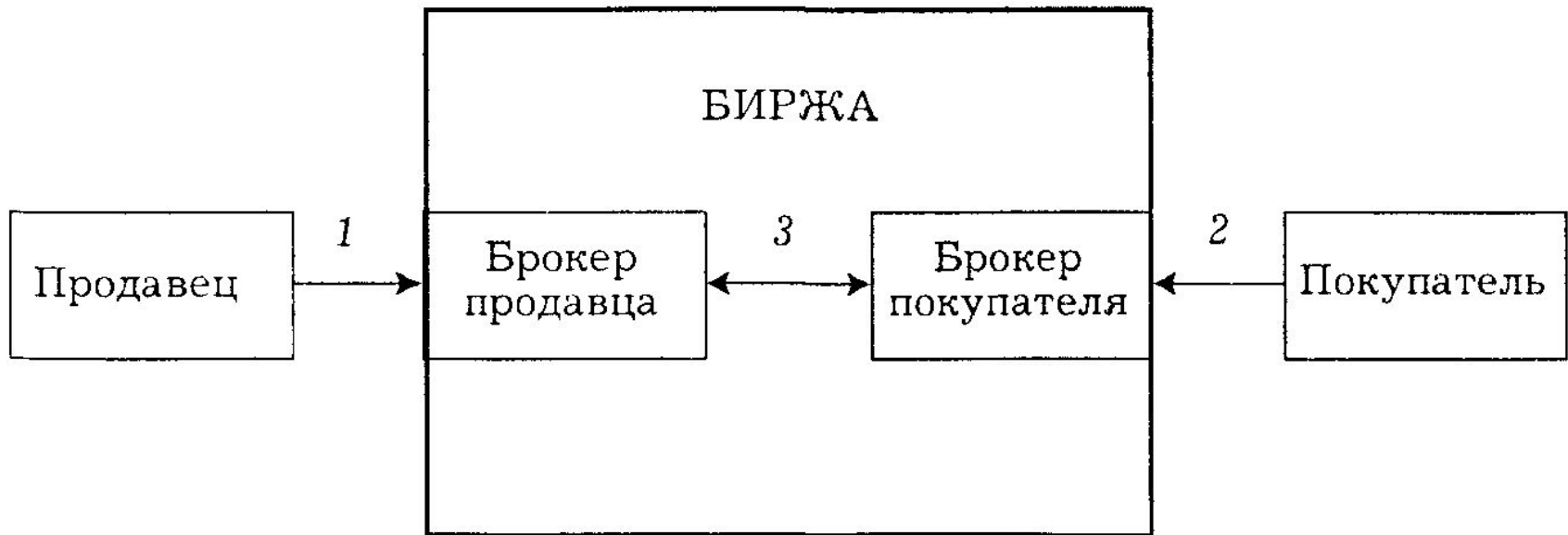
4. в зависимости от характера деятельности

- специализированные
- универсальные

5. по степени участия в биржевых торгах

- открытые (посредники + посетители)
- закрытые (только биржевые посредники).

Схема биржевого посредничества



1. поручение продавца посреднику
2. поручение покупателя посреднику
3. совершение сделки в соответствии с поручением продавца и покупателя

Биржевые посредники

- **Брокеры** – официальные посредники, члены биржи. Они заключают контракты от своего имени по поручению и за счет клиентов, получая при этом комиссионное вознаграждение.
- **Дилеры** также обладают местом на бирже и осуществляют посредничество за свой счет и от своего имени. Их доходы образуются за счет разницы между покупной и продажной ценой биржевого товара.
- **Трейдеры** – биржевые спекулянты, члены биржи, торгуют для себя (БЫК – биржевой игрок, спекулянт, играющий по повышению; МЕДВЕДЬ – спекулянт, играющий на понижение).
- **Маклеры** осуществляют сделки от своего имени за свой счет, обладают местом на

Биржевые сделки

зарегистрированный биржевой договор, заключенный участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе биржевых торгов.

Виды биржевых сделок:

1. Сделки с реальным товаром – покупатель имеет возможность ознакомиться с покупаемым товаром:

- а) **сделки «спот»** - поставка товаров после заключения договора в течение 15 дней;
- б) **форвардные сделки** – срок поставки товаров в течение 3-7 месяцев с момента заключения сделки.

2. **Сделки на срок без реального товара** – заключаются на поставку еще не существующего товара (от 6 до 14 месяцев).

3. **Фьючерсные** (фиктивные) сделки – объектом сделки является биржевой контракт с унифицированными условиями. Их цель – игра на ценах, а не купля-продажа реального товара. Т. е. это сделки на возможность изменения цен в течение определенного периода времени на бирже.

4. **Опционные сделки** (сделки с премиями) – сделки, связанные с уступкой прав на будущую передачу прав и обязанностей в отношении биржевого товара или контракта на поставку биржевого товара. Опционные сделки осуществляются за определенное вознаграждение:

а) **опцион в правом покупки** – дает право, но не обязывает покупать фьючерсный контракт, товар или нетоварную ценность по базисной цене;

б) **опцион с правом продажи** - дает право, но не обязывает продавать фьючерсный контракт, товар или нетоварную ценность по базисной цене;

в) **двойной опцион** - дает право, но не обязывает купить или продать фьючерсный контракт, товар или

Удачи!

