
Курс

Организаторы

торгового оборота



Оптовые рынки и ярмарки

Выставки

Ярмарочная торговля

- Кратковременная и периодически повторяющаяся реализация товаров с последующим совершением актов купли-продажи после осмотра и подбора образцов продукции производственно-технического назначения и широкого потребления
 - В Германии проводится ежегодно более 100 крупных ярмарок в январе-марте
-

ЯРМАРКА Ладыя-2017 (Экспоцентр на Красной пресне)



История ярмарочной торговли



- Этимологически слово "ярмарка" от немецкого Jahrmarkt (т.е. дословно - "ежегодный торг")
 - В 1641 году по указу царя Михаила Федоровича организована первая Российская ярмарка у стен Макарьевского монастыря
 - Ярмарка определялась как "общие торги, на которых, в продолжение определенного в установленном порядке срока, производится торговля всякого или только определенного рода товарами» – ст.664 Устава Торгового (ч.2 т.XI Свода законов Российской империи)
 - Таможенный устав от 1 декабря 1727 г. гл. VIII "О суде и о хранении купцов от обид на ярмарках", которой предписывалось, в частности: "На ярмарках, для разбирания случающихся между купечеством споров, иметь суд словесный и для него Главному магистрату определять из ближних к тем ярмаркам городов из Магистратских или Ратушских членов по одному, да из купечества выборных по два человека заблаговременно...» - аналогия с арбитражами ярмаркомов 1970-1980 гг., создаваемых на период проведения оптовых ярмарок чуть ли не на всем пространстве СССР
-
- После пожара в 1816 г. ярмарочные торги перенесены в гостиный двор Н.Новгорода

Советская история ярмарок

- После октябрьской революции ярмарочная торговля предана забвению
 - Ярмарки стали возрождаться в 70-е годы.
 - 1993 г. АО «Нижегородская ярмарка» вручена высокая награда в Мадриде «Арка Европы Золотая Звезда», которая вручалась лишь четырем компаниям планеты в Японии, Германии, Мексике и Испании
 - В России проводится ежегодно до 1500 ярмарок на различном уровне – от всероссийских до районных.
-

Нормативная база ярмарки

- ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения» - оптовая ярмарка - *«самостоятельное рыночное мероприятие, организуемое в установленном месте и на установленный срок с целью заключения договоров купли-продажи и формирования региональных и межрегиональных хозяйственных связей»*
- ФЗ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» (ст.11)

Ярмарки организуются органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (организатор ярмарки).

Организатор ярмарки утверждает **план мероприятий** по организации ярмарки и продажи товаров, определяет **режим работы**, порядок организации и **предоставления мест** для продажи товаров на ярмарке.

Места для продажи товаров на ярмарке предоставляются ~~юридическим лицам, ИП, а также гражданам за установленную организатором плату~~

Нормативная база ярмарки

- Письмо Министерства промышленности и торговли РФ от 3 марта 2015 №ЕВ-3949/08 о дальнейших мерах по развитию ярмарочной торговли»
- Распоряжение Правительства РФ от 7 сентября 1993 №1589-р « О проведении ежегодной оптовой продажи ювелирных изделий»

Региональные законы:

- Закон Санкт-Петербурга от 21 ноября 2007 г. № 556-114 «О порядке организации деятельности ярмарок на территории Санкт-Петербурга»
 - Закон Кировской области от 31 мая 2007 г. «Об установлении порядка организации деятельности ярмарок в Кировской области»
-

Оптовый продовольственный рынок RUNGIS (ФРАНЦИЯ)





Оптовый распределительный центр ФудСИТИ (на Калужском шоссе, г. Москва)



Нормативная база оптового продовольственного рынка



- ФЗ от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ»
- Приказ Минсельхозпрода России и Роскомторга от 1.12.1994 № 292/954 «Примерные правила торговли на оптовом продовольственном рынке»
- Постановление Правительства РФ от 3.10.1994 № 1121 «О создании Федеральной продовольственной корпорации и системы оптовых продовольственных рынков»
- Временные правила торговли на оптовом продовольственном рынке национального значения от 10 февраля 1997
- В субъектах РФ - положения об оптовых продовольственных рынках – Закон Краснодарского края от 1 июля 2008 г. N 1511-КЗ "Об оптовых сельскохозяйственных продовольственных рынках"
- "Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы"

Проект ФЗ N 537919-5 «Об оптовых сельскохозяйственных рынках»

Разработан и внесен в ГосДуму ЗакС Краснодарского края в 2011 году

Правительство РФ не поддержало законопроект (письмо от 28 февраля 2014 г. N 1211п-П11) и 19 ноября 2014 законопроект был отклонен

Классификация оптовых рынков

- в зависимости от ассортимента предлагаемой продукции — специализированные (осуществляющие торговлю одним видом продовольственных товаров — мясные, рыбные, плодоовощные и т.п.) и универсальные рынки (торгующие всеми видами продовольствия и цветами)
 - рынки в местах производства и рынки в местах потребления (отличие в функциональной роли: в местах производства продукция является сырьем для дальнейшей переработки, а в местах потребления — товары, не требующие дальнейшей переработки и готовые к употреблению)
 - территориальные, региональные, межрегиональные и межгосударственные оптовые продовольственные рынки.
-

Предприятие - имущественный комплекс



земельный участок



здания



Сооружения (цеха, логистические мощности)



оборудование



Права требования



товарный знак



Предприятие



сырье



инвентарь



Долги

Правовое значение: единый объект гражданских прав, участвует в обороте комплексно (признается недвижимостью)



готовая продукция

Форма торговли на рынке

- Сделки на оптовом продовольственном рынке не могут совершаться от имени и за счет оптового рынка. На оптовом рынке заключаются сделки только с реальным товаром (сделки купли-продажи).
- Особенностью - упрощение процесса торговли, устное согласие сторон, достигнутое в результате проведенных торгов.
- Регистрация объемов реализации отдельных товаров, некоторых условия сделок, которые включают наименование юридического лица, наименование и сорт проданного товара, величину реализованной партии, общую сумму выручки от реализации конкретной партии товара.
- Оперативный учет конъюнктуры рынка реализуемых товаров, динамики цен на товары, регистрирует общее состояние спроса реализуемых потребительских товаров. Обобщенная информация о состоянии торговли распространяется посредством специальных бюллетеней оптового рынка или выводится на информационное табло.

Задачи оптового рынка/ярмарки

- торговые места для продавцов в соответствии с современными технологиями торговли - долгосрочной аренды места в торговом зале, краткосрочной аренды необходимых торговых площадей, разового участия в оптовых торгах с подневной оплатой стоимости торгового места или специальной рыночной пошлины, дифференцированной по видам товара и уплачиваемой с оборота;
- доступ к информации о конъюнктуре и спросе;
- проверку качества и сертификацию продаваемых на рынке товаров, включая контроль/проверку торгующих организаций;
- условия временного хранения, подвоз и выгрузка товаров;
- вывоз мусора и отходов, тепло-, энерго- и водоснабжение;
- охрану общей территории оптового рынка;
- оказание банковских и юридических услуг;
- оказание услуг по рекламе;
- оказание консультационных услуг

Органы управления на оптовом рынке / ярмарке

- Администрация - управление деятельностью рынка
- обслуживающие организации – осуществление функций по обеспечению работоспособности рынка и обслуживанию продавцов и покупателей: службы обеспечения, хранения, доставки, информационные службы, технические, юридические, транспортные, финансовые, рекламно-информационные, издательские, гостиничные хозяйства
- Для отбора лучших образцов во время работы ярмарки создается конкурсная комиссия.
- Минимальная инфраструктура оптового продовольственного рынка включает:
 1. торговые места для продавцов со складскими помещениями закрытого типа
 2. временные торговые места — для продавцов сезонной продукции;
 3. вспомогательные службы: информационную, весовую, санитарно-гигиеническую, перевозки (внутренней), службы уборки, консультационную службу (юридические услуги, аудит), расчетно-кассовый центр, аварийную службу по ремонту тепло-, водо- и электроснабжения, службу связи, службу безопасности

Влияние ярмарок на торговый оборот

1. Покупатели, сравнивая образцы продукции (намеченные к производству и перспективные) выбирают лучшие из них, а не покупают товар по описанию
2. Упрощенное и ускоренное заключение прямых договоров между производителями и покупателями, включая рассмотрение и разрешение возникающих разногласий - сжатые сроки проведения договорной кампании по закупке товаров на планируемый год
3. Повышение качества выпускаемой продукции, расширение и обновление ассортимента, внедрение новых товаров, отвечающих запросам покупателей, и снятие с производства неходовых, устаревших и не пользующихся спросом
4. Предоставление эффективных средств восстановления разрушенных ранее договорных связей
5. Реклама выставленных на ярмарке товаров – производитель повышает свой имидж, продвигает марку своей продукции и сравнивает ее с аналогичной продукцией других производителей
6. Развитие конкуренции, повышение конкурентоспособности продукции отечественного производства.
7. Инструмент «большого маркетинга» — центр изучения конъюнктуры рынка, передачи коммерческой информации своим участникам (о конкурентах, новых технологиях, развитии перспективных направлений в производстве импортозамещающей продукции и т.п.)

Выставочная торговля

кратковременная и периодически повторяющаяся реализация товаров, которая выражается в заключении договоров купли-продажи на основе осмотра образцов продукции производственного назначения и товаров

- Организации-экспоненты с целью изучения конъюнктуры рынка и содействия их сбыту демонстрируют на основе выставочных образцов производимые товары
- Виды выставок - выставки-продажи и выставки-салоны. Выставка-продажа сопровождается последующей поставкой крупных партий товаров, предлагаемых в качестве образцов.
- Выставки, как правило, многокомпонентные мероприятия, включающие в себя наряду с демонстрацией экспонатов также конференции, семинары, «круглые столы» и другие мероприятия, выполняющие информационную функцию



Выставка «Московский международный автомобильный салон» (Крокус Экспо)



Выставочная торговля (статистика)

Ежегодно

1000 выставок в 43 городах

135 тыс. участников из 123 стран

2 млн кв. м. выставочной площади нетто

В Москве работают:

ОАО «Выставка достижений народного хозяйства» www.vvcentre.ru

ежегодно более 100 выставок/ярмарок, свыше 25000 экспонентов

МВЦ «Крокус Экспо» www.crocus-expo.ru

МВКЦ «МосЭкспо» www.mos-expo.com

КВЦ «Сокольники» www.sokolniki.com

Центр международной торговли www.wtcmoscow.ru

ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР» www.expocentr.ru

В 2013 году проведены 202 выставки в Москве на ВП нетто 1 190 551 кв. м с участием 61 130 экспонентов. Мероприятия посетило более 2 млн человек.

2015 год – 967 выставок

Отличия выставки от ярмарки

1. На выставке товар представляется его производителем, а не посредником. Исключение :представление тары и упаковки - специализированные подразделения торговой организации;
2. Выставку характеризует большое количество маркетинговых и рекламных мероприятий (акции, презентации, семинары, «круглые столы», исследования, опросы проч.), а на ярмарке предлагают конкретные партии товара;
3. По масштабу предложения и кругу посетителей. Выставка предполагает доступ любой публики, а не только потенциальных продавцов и покупателей товаров. Обычай ярмарок допускать посещение некоммерческой публики в конкретные дни и часы не свидетельствует об изменении их характера;
4. Ярмарки носят в основном универсальный характер, в то время как выставки систематизируются по научным тематикам и направлениям. (экология — Ганновер и Нижний Новгород, металлургия и машиностроение — Москва и Дюссельдорф);
5. Количество заключаемых на выставке сделок значительно меньше, чем на ярмарке;
6. На выставке представляется не только сам товар - экспонент обеспечивает комплексное решение всех проблем покупателя, связанных с его использованием (эксплуатацией).

Выставка «VENDEXPO 2016» (КРОКУС ЭКСПО)



Нормативно-правовая база выставок

- Конвенция о международных выставках (Париж , 22 ноября 1928 г.)
- Конвенция о временном ввозе (Стамбул 26 июня 1990 г.)
- Таможенная конвенция о карнете АТА для временного ввоза товаров (Брюссель 6 декабря 1961 г.)
- Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств (Минск 26 мая 1995 г.)
- Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в РФ, утверждена распоряжением Правительства РФ от 10.07. 2014г. № 1273-р
- Приказ Минэкономразвития РФ, Минобрнауки РФ и Минпромэнерго РФ от 30.03.2005 №65/101/64«Об утверждении Положения о Межвед. комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности»
- Приказом ТПП РФ от 16 августа 2002 г. № 85 утверждено «Положение о патронаже ТПП РФ выставочно-ярмарочных мероприятий»
- Приказом президента ТПП РФ от 10 июня 2003 г. утвержден «Порядок организации работы по координации участия территориальных торгово-промышленных палат, российских товаропроизводителей и экспертов в выставочных мероприятиях за рубежом»
- Приказ ТПП РФ от 29.12.2003 г. «Положение об организации и проведении зарубежных торг.-эк.миссий под эгидой ТПП РФ».

Функции выставок

- создание экспозиций на выставках;
- организация презентаций товаропроизводителей, регионов;
- организационные услуги (предоставление оборудования и связи, гостиничные услуги, синхронный перевод (до 8 языков), служба безопасности, подбор временного персонала)
- рекламно-информационные и оформительские услуги (строительство стендов, издание печатной продукции)
- таможенные услуги
- транспортно-экспедиторские услуги;
- предоставление офисных, складских и торговых площадей;
- расширению деловых и культурных связей;
- развитие туризма (визовая поддержка и бронирование билетов)



Примеры общероссийских выставок

- Российская агропромышленная выставка «Золотая осень»
- Международная специализированная выставка «Агроферма»
- Международная выставка «Цветы / Flowers»
- Федеральная оптовая ярмарка товаров и оборудования текстильной и легкой промышленности «Текстильлегпром»
- Национальная выставка-ярмарка «Книги России»
- Мировой нефтяной конгресс
- Металл-Экспо
- Московский международный автомобильный салон
- Международный грузовой салон Comtrans
- Агропродмаш
- Международная специализированная выставка «Строительная техника и технологии / СТТ»
- Euro shoes
- Выставка кабельно-проводниковой продукции Cabex
- RGW
- Продэкспо
- Металлообработка

Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ)

1991 год создания

Учредители: ВДНХ и Экспоцентр, Нижегородская ярмарка, Эксподонбасс

95 членов из всех федеральных округов РФ (29 выставочно-конгрессных центра из 22 городов России, Украины и Молдовы, с общей закрытой выставочной площадью свыше 600 тыс. кв. м., 1000 выставок в 43 городах, 135 тыс. участников из 123 стран, 2 млн кв. м. выставочной площади нетто (ежегодно).

- Содействует координации выставочно-ярмарочной деятельности
- Выступает с законодательными инициативами в сфере выставочного бизнеса
- Содействует отечественным предприятиям в продвижении товаров и услуг на внутренний и внешний рынки
- Осуществляет мониторинг, оценку экономической эффективности выставочных мероприятий
- Осуществляет международные связи
- Проводит обучающие семинары
- Располагает информационной базой выставочной индустрии
- Ежегодно издает информационную, справочную и методическую литературу

Правовой статус образца выставочного экземпляра товара

Образец — новое художественно-конструкторское решение внешнего вида изделия, в котором отражаются единство его технических и эстетических свойств, пригодное к осуществлению промышленным способом. Мерило качественных характеристик товара.

Выставочный образец товара:

- публичная оферта
- на товар не существует стандартов. Если речь идет о поставке товара по согласованным образцам, то в договоре дается подробное описание образца, указываются место и порядок его хранения.
- основа для формирования конкретной оферты
- **Карнет АТА** — международный таможенный документ, утвержденный Таможенной конвенцией о карнете АТА для временного ввоза товаров и дополненной Конвенцией о временном ввозе. Карнет АТА позволяет осуществлять упрощенное и ускоренное оформление временного ввоза/вывоза товаров в связи с проведением выставок, перемещать через границу образцы товаров, профессиональное оборудование и пр.

Домашнее задание:

- Учебное пособие «Организаторы торгового оборота», с.115-145
- Абросимова Е.А. Проблемы правового регулирования оптовых продовольственных рынков в России// Российская юстиция, 2013, №10
- Сидорова Т.Э. Ярмарки и выставки-продажи как участники торгового оборота//Актуальные проблемы коммерческого права, 2007
- Метелева Ю.А. Правовое регулирование выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации // Право и экономика. 2007. № 2