РЕФЕРАТ

**«Розничный и оптовый товарооборот»**

**1. Сущность, значение и структура розничного товарооборота. Система показателей розничного товарооборота**

Основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей, население получает через торговлю.

Розничная торговля по своей сути является предпринимательской деятельностью в сфере обмена, связанной с продажей товаров (услуг) конечным потребителям для личного, семейного, домашнего или коллективного пользования. Это – конечный этап сбыта. Будучи необходимым звеном системы распределения, она обеспечивает продвижение товаров от изготовителя до конечного потребителя. В условиях рыночной экономики все предприятия должны покупать и продавать, чтобы получать средства для развития хозяйственной деятельности.

Количественная и качественная характеристика товарной массы, которая переходит из сферы производства в сферу потребления в соответствии с законами товарного обращения, находит своё выражение в показателях розничного товарооборота.

Розничный товарооборот – количественный показатель, характеризующий объём продаж, он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путём их обмена на денежные доходы. Продукты, произведённые для реализации, и денежные доходы служат основой розничного товарооборота.

Объём и тенденции изменения розничного товарооборота в значительной степени характеризуют собой уровень жизни народа. Именно через розничный товарооборот реализуются денежные доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством труда.

Однако население удовлетворяет свои потребности в предметах потребления не только путём их индивидуального потребления. Покупателями в этом случае выступают различные организации, учреждения, предприятия (санатории и дома отдыха, больницы, детские сады и ясли, школы, интернаты и т.д.). Продажа товаров организациям и предприятиям может производиться как по безналичному, так и за наличный расчёт и называется мелкооптовой продажей.

Розничный товарооборот – это важный показатель торгового предприятия. Он характеризует объём деятельности предприятия, от него зависит объём валового дохода и прибыли.

К показателям, характеризующим товарооборот, можно отнести следующие:

* объём товарооборота в стоимостном выражении в текущих и сопоставимых ценах;
* однодневный объём товарооборота (в рублях);
* ассортиментная структура товарооборота по отдельным группам товаров (в руб. и %);
* объём товарооборота на одного работника и на 1 м2 торговой площади;
* среднегодовое изменение товарных запасов;
* товарооборачиваемость (в днях и количестве оборотов).

Ассортиментный состав проданных товаров по группам или отдельным товарным наименованиям характеризует структуру розничного товарооборота и является его качественной характеристикой. Структуру розничного товарооборота определяет соотношение между продовольственными и непродовольственными товарами. В настоящее время, когда рыночное состояние экономики оценивается как кризисное, изменяется и структура розничного товарооборота. Растёт удельный вес продовольственных товаров в объёме розничного товарооборота. Высокими темпами увеличивается спрос и реализация товаров с регулируемыми ценами (молоко и молочные продукты, хлеб и др.). В составе совокупного расхода семей продукты питания занимают высокий удельный вес. Переключение спроса большинства населения на приобретение основных продуктов питания отрицательно сказалось на объёме и структуре реализации непродовольственных товаров. Наметилась тенденция уменьшения удельного веса товарооборота в производстве товаров народного потребления и в денежных доходах.

**2. Роль и функции оптовой торговли**

Промежуточными продавцами могут быть лица, предприятия и организации, приобретающие товары у производителей или других продавцов для их перепродажи или сдачи в аренду другим потребителям с выгодой для себя. Промежуточной торговлей могут заниматься промышленные, оптовые и розничные предприятия, посреднические фирмы.

Необходимость оптовой торговли вызывается общественным разделением труда, наличием товарно-денежных отношений, узкой специализацией промышленных предприятий, потребностью в региональном сбалансировании спроса и предложения, быстрой реализации изготовленного товара для возобновления расширенного воспроизводства, доведения его до конечного потребителя.

Характеристика оптовой торговли:

1) Оптовые сделки – крупные, торговая зона – большая.

2) Оптовик мало внимания уделяет стимулированию сбыта, месту расположения своего предприятия, т.к. имеет дело с профессиональными клиентами, а не с конечным потребителем.

3) Различия в правовом обеспечении и налоговом законодательстве (в странах с развитой рыночной экономикой).

Субъекты оптовой торговли. Оптовую торговлю могут осуществлять:

* специализированные крупные предприятия с полным циклом обслуживания;
* с неполным, торгующие широким и узкоспециальным ассортиментом, посредники (фирмы различных форм собственности, оптовики-комивояжёры, оптовые организаторы, оптовики-консигнаторы, брокеры, агенты и др);
* оптово-розничные объединения, созданные на базе специализированных оптовых предприятий, складов бывших торгов и трестов, получивших юридическую самостоятельность;
* склады крупных розничных и промышленных предприятий, магазины-склады;
* оптовые предприятия типа “Кэш-энд-кэрри” (оплатил – забирай);
* оптово-розничные объединения малых и средних предприятий торговли и питания, не имеющие материально-технической базы (на кооперативной основе формируется оптовое звено).

Функции оптовой торговли:

* сбыт и его стимулирование;
* закупки и формирование товарного ассортимента;
* разбивка крупных партий товара на мелкие;
* складирование, транспортировка, финансирование (если с отсрочкой платежа или по предзаказу без оплаты);
* принятие риска;
* информирование о рынке, о конкурентах, о новых товарах, динамике цен;
* услуги по управлению и консультированию.

Основное назначение оптовой торговли состоит в организации бесперебойного рационального товароснабжения розничных продавцов и промышленных предприятий, в обеспечении сбалансированности спроса и предложения.

Главным количественным показателем, позволяющим оценить объём работы оптовой торговли, является оптовый товарооборот – это продажа товаров крупными партиями предприятиям оптовой торговли для последующей перепродажи (розничной торговле – для продажи населению, прочим предприятиям – для промышленного потребления и др.).

Классификация оптовой реализации:

- по назначению: 3 вида оптового товарооборота по реализации:

1. Подажа товара розничным и промышленным предприятиям, учреждениям, организациям, а также на экспорт;
2. Мжгосударственный (межреспубликанский) отпуск (продажа товаров за пределы республики другим суверенным государствам на основе межправительственных соглашений);
3. Вутрисистемный отпуск (продажа внутри республики одним оптовым продавцом другому);

- по формам организации товарного движения:

* складской (продажа товаров оптовым покупателям непосредственно со складов);
* транзитный с участием в расчётах – продажа товаров со складов промышленного предприятия непосредственно потребителю, минуя склады оптовой базы. При этом расчёт с грузоотправителем осуществляет база, т.к. выписывая счёт-фактуру на партию отгруженных товаров на имя оптовой базы, последняя в свою очередь выписывает накладную или счёт на имя покупателя с включением в сумму счёта оптовой надбавки, определяемой по соглашению сторон для того, чтобы покрыть свои расходы по организации продажи транзитом и получить прибыль.

Оптовая торговля с участием в расчётах – сумма транзитного и складского с учётом в расчётах оборотов. Все качественные показатели оценки работы оптовой торговли исчисляются к оптовому товарообороту с участием в расчётах.

**3. Задачи и порядок анализа оптового товарооборота**

Цель анализа – объективная оценка работы и выявление резервов улучшения обслуживания покупателей, совершенствования товародвижения.

Задачи:

* дать оценку выполнения плана оптового товарооборота и поставки товаров покупателям;
* изучить их в динамике;
* выявить и измерить влияние основных факторов на оптовый товарооборот;
* установить причины недостатков торгово-коммерческой деятельности и различные меры по их устранению.

Этапы анализа:

1. Анализ выполнения плана и динамики оптового товарооборота:

* оценивается степень выполнения плана и динамика оптового товарооборота; анализ состава, ассортимента и структуры товарооборота по отдельным покупателям;
* выполнение плана оптового товарооборота по составу виды оптовой реализации: складская и транзитная с участием в расчётах;
* проводится оценка выполнения плана оптового товарооборота по товарным группам и по формам оптовой реализации (например, обувь
* оптовый товарооборот может изучаться также и по направлениям реализации товаров (по рыночным и внерыночным фондам).

Рыночные фонды – отпуск предприятиям розничной торговли и общественного питания для продажи населению.

Внерыночные фонды – отпуск предприятиям для производственных нужд.

2. Анализ равномерности поставки по кварталам, месяцам, декадам.

3. Анализ рациональности товародвижения (с помощью методов математического программирования: симплексный, распределительный, метод потенциалов, т.е. транспортная задачи.

4. Анализ влияния факторов на выполнение плана и динамику оптового товарооборота.

Факторы:

* от обеспеченности и использования товарных ресурсов:
* от обеспеченности требуемыми ресурсами и повышения эффективности труда;
* от состояния, развития и эффективности использования МТБ оптового предприятия.

5. Проводят оперативный анализ поставки товаров и оптового товарооборота.

**4. Планирование оптового товарооборота**

План оптового товарооборота включает: 1) план оптового товарооборота по общему объёму, структуре, видам; 2) норму товарооборота товарных запасов; 3) план товарного обеспечения.

1. Основные предпосылки прогноза оптового товарооборота:

* прогноз развития розничного товарооборота в целом по республике в районе деятельности базы;
* накопленная информация о потенциальных партнёрах-производителях, номенклатуре производимых товаров, их свойствах, ценах, условиях поставки, биржевых котировках;
* сведения о конъюнктуре рынка, товарных рынках, о спросе, покупателях;
* заказы-заявки от розничной торговли, предприятий и др.;
* прогнозные расчёты товарных ресурсов в разрезе источников, которые могут быть вовлечены в товарооборот;
* заказы на поставку для государственных нужд;
* перспективы развития производства товаров в районе деятельности оптового предприятия;
* ориентиры на обеспечение необходимой прибыльности;
* анализ динамики объёма и структуры оптового товарооборота, состояние товарных запасов и товарного обеспечения.

Ограничения в деятельности оптового предприятия: а) ресурсные; б) финансовые; в) временные, обусловленные инфляцией (замедленная оборачиваемость); г) объём покупательского спроса.

Исходная база – анализ.

При разработке прогноза показателей оптового товарооборота используют балансовый метод (увязка между ресурсами и потребностями):

Зн + Пр + Пи + Пд + Пдр = Ор + Во + Мп + Др + Зк, (5)

где Зн и Зк - запасы на начало и конец планового периода (норматив);

Пр - закупка товаров внутри республики;

Пдр - закупка товаров у стран ближнего зарубежья;

Пи - поставки товара по импорту;

Пд - закупка товара по дополнительным источникам;

Ор - оптовый товарооборот по реализации;

Во - внутрисистемный товарооборот;

Мп - межгосударственные поставки;

Др - собственные нужды и потери (документальный расход).

Расчёт начинается с: 1) определения потребности в товарах в разрезе источников их поступления; 2) рассчитывается объём оптового товарооборота по реализации:

Ор = Рр + Рв + Рвн, (6)

где Рр от реализации товаров розничным торговым предприятиям;

Рв -от реализации предприятиям для промышленного потребления и переработки (внерыночный фонд);

Рвн объём реализации товаров на экспорт и внутриреспубликанские нужды.

Рр = Тр ± ИНЗ – Ппи, (7)

где Тр - прогнозирование объёма розничного товарооборота;

ИНЗ - изменение норматива товарных запасов;

Ппи - поступление товаров в розницу помимо оптовой базы;

Рв - с учётом заявок;

Рвн - на уровне заключения договоров и норматива;

Во и Мп - по договорам поставок и специальным соглашениям.

После определения прогнозируемого значения оптового товарооборота необходимо определить ассортиментную структуру товара, необходимого для удовлетворения спроса, бесперебойной торговли, нормализации товарных запасов.

Объём потребности в товарах складывается из следующих величин:

П = С – Зн + Нз, (8)

где П - потребность в товаре конкретного вида на планируемый период;

С - прогнозируемый объём спроса на данный товар;

Зн - мобильный товарный запас на начало планируемого периода на оптовом предприятии и предприятиях, обслуживаемых им;

Нз - норматив товарных запасов, необходимых для бесперебойной торговли и нормализация запасов в опте и у потребителей.

С = Р / Кс, (9)

где Р - прогнозируемый объём продаж;

Кс - коэффициент изменения спроса.

Зн=Зк+П-Рт, (10)

где Зк - запасы на конец прошлого года (начало текущего);

П - объём поставки в текущем году;

Рт - ожидаемая продажа в текущем году (в сумме или единицах).

Нз=Нтт · С/Рт или Нз=С · Нn · З/n, (11)

где Нтт - норматив товарных запасов текущего периода в стоимостном или количественном выражении;

Нn - плановый норматив в днях оборота;

n - ожидаемая продажа в текущем году (в сумме или единицах).

После расчёта прогнозируемых значений объёма и структуры товарооборота по реализации приступают к определению величины складского и транзитного оборота с участием в расчётах.

Размер и структура складского товарооборота зависит от:

* обеспеченности оптовой базы складскими площадями и ёмкостями;
* планов ввода их в действие и выбытия;
* сезонности производства и потребления отдельных видов товаров;
* сложности ассортимента и необходимости их подсортировки;
* размещения и специализации промышленных, оптовых и розничных предприятий;
* нормы транзитных отгрузок;
* сложившегося удельного веса складского товарооборота.

Как правило, по товарам сложного ассортимента планируется складской товарооборот, а по простому и крупногабаритному ассортименту – транзитный.

По межгосударственному и внутрисистемному обороту чаще всего предусматриваются транзитные отгрузки.

2. Прогнозирование оптового товарооборота не является законченным без расчёта нормы товарных запасов.

3. Завершающим этапом прогнозирования оптового товарооборота является расчёт его товарного обеспечения и определение источников поставок товаров на базу.

Общий объём закупок:

ОЗ = От с уч + Нз – Зс, (12)

где От с уч - оптовый товарооборот с участием базы в расчётах;

Нз - норматив товарных запасов на конец планового периода на складе и в пути;

Зс - запасы на складе и в пути на начало планового периода до поступления товаров на склады: П=Тскл+Нз-Зн, Т – складской товарооборот, Нз и Зн – (без запасов товара в пути).

**Список использованной литературы**

1. Альбеков А.У., Согомонян С.А.. Экономика комерческого предприятия. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2006.
2. Белоусова Е.А., Валевич Р.П., Давыдова Г.А., и др. Экономика предприятий торговли -Мн.: БГЭУ, 2007.
3. Байнев В.Ф. Экономика предприятия и организация производства: Учеб. пособие. -Мн.: БГУ, 2007.
4. Гиляровская Л. Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Изд. «Проспект», 2006.
5. Горфинкель В.Я., Швандар В.А.[Экономика предприятия, ред. - ЮНИТИ, 2004.](http://www.eup.ru/Documents/2004-11-08/33456.asp)
6. Карлик А.Е., Добрин Г.Н., Белов А.М. [Экономика организации (предприятия). Практикум., - Инфра-М, 2006.](http://www.eup.ru/Documents/2003-08-11/204BE.asp)
7. Раицкий К.А. Экономика предприятия, Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2008.
8. [Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия). - Экономистъ, 2006.](http://www.eup.ru/Documents/2003-08-11/203C2.asp)