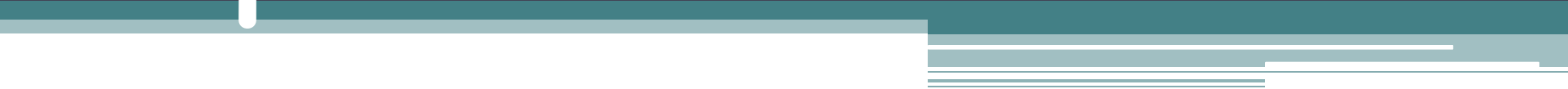


Оптовая и розничная торговля



- **Оптовая торговля** — купля и продажа товаров партиями, большими количествами. Также под этим понятием часто понимают форму торговой деятельности, когда каждый покупатель идентифицируется. Другими словами: это торговля между организациями, организациями и предпринимателями. То есть это торговля, когда товар продается не для конечного пользования, а для нужд бизнеса (для перепродажи или для использования в производстве), т.е. когда покупатель идентифицируется (ведь цели ведения бизнеса проверить продавцу невозможно).

Характерными задачами оптовой торговли являются:

- поиск поставщиков товаров для розничных предприятий и других покупателей;
- закупка крупных партий товаров у предприятий-изготовителей;
- увеличение числа ступеней промежуточных пользователей продукции;
- формирование торгового ассортимента и приспособление его к запросам промежуточных и конечных потребителей;
- проведение политики своевременного обновления и улучшения качества товаров;
- обеспечение предприятиям-изготовителям сбыта их товаров;
- маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных торговых предприятий;
- информационное обслуживание;
- принятие риска при обращении товаров.

Целями развития оптовой торговли являются:

- создание развитой структуры каналов товародвижения;
- поддержание необходимой интенсивности товаропотоков;
- формирование резервных источников финансового обеспечения процесса товародвижения.

Оптовая торговля играет роль активного проводника товаров отечественного производства и перемещения и накопления достаточно большой массы импортных товаров в пространстве и во времени на внутренний потребительский рынок. Она заставляет отечественных производителей повышать качество своих товаров для завоевания прочного места в конкурентной борьбе.

Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам:

- концентрация коммерческой деятельности;
- поддержка процесса перехода прав собственности на товар;
- инвестиционное обеспечение процесса товародвижения;
- минимизация коммерческого риска;
- маркетинговое исследование рынка.

Функции оптовой торговли по отношению к оптовым покупателям:

- оценка потребностей и спроса;
 - преобразование промышленного ассортимента в торговый;
 - преодоление пространственного разрыва и экономическая интеграция территории;
 - накопление и хранение товарных запасов;
 - фасовка, упаковка;
 - доработка, доведение товаров до требуемого качества;
 - доставка товаров;
 - кредитование;
 - информационное и консалтинговое обслуживание.
- Выполнение этих функций составляет основу коммерческой работы оптовой торговли.

Розничная торговля

- **Розничная торговля** — это совокупность видов предпринимательской деятельности, связанных с продажей товаров и услуг непосредственно конечным потребителям и предназначенных для личного или семейного использования.
- **Розничная торговля** - это товарообменный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободной продажи товаров и услуг, представляющих для них ценность.
- **Розничная торговля** — продажа товаров конечному потребителю (методом личной продажи, по почте, по телефону или через Интернет), а также в магазине, на улице или на дому у потребителя

Задачи розничной торговли

- приобретает товары у оптовика и предлагает их для продажи любому желающему (магазинная торговля) в неизменном виде или после обычной для розничной торговли обработки (переработки);
- формирует ассортимент товаров и перечень услуг для удовлетворения потребностей покупателей;
- демонстрирует образцы на открытых торговых стендах в целях получения заказов на товары (пункт по приему заказов);
- осуществляет рассылку товаров, заказанных по каталогу, образцам, пробам (посылочная торговля);
- организует торговлю с доставкой товара на дом;
- организует уличную торговлю

Функции розничной торговли

- в изучении спроса на товары и их рыночного предложения, поддержании баланса между предложением и спросом;
- в формировании торгового ассортимента, удовлетворении потребностей населения в товарах;
- в организации товародвижения, доведении товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
- в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
- в формировании товарных запасов и поддержании их на необходимом уровне;
- в рекламно-информационной работе розничных