

# **Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле**

# Ключевые понятия

**Оптовая торговля** - совокупность организаций, которые приобретают и (или) хранят товары крупными партиями и перепродают их розничной торговле, другим торговым организациям или организациям-потребителям.

**Дилер** – юридическое или физическое лицо, осуществляющее торговое посредничество за свой счет и от своего имени

**Складская оптовая продажа** – реализация товаров со склада оптовой компании, после предварительной подсортировки товарных запасов

**Транзитная оптовая поставка** - реализация оптовой партии товара розничному продавцу без завоза на склады оптовой компании

**Запрос** – коммерческий документ, представляющий собой просьбу дать подробную информацию о наличии определенных товаров

**Заказ** – коммерческий документ, предлагающий продавцу заключить сделку по продаже товаров, перечисленных в спецификации и содержащий основные условия поставки

# Сущность оптовой торговли:

**Оптовая торговля** – совокупность организаций, которые приобретают и (или) хранят товары крупными партиями и перепродают их розничной торговле, другим торговым организациям или организациям-потребителям.

**Прибыльность реализуемого товарного ассортимента  
оптовой торговли определяется следующими факторами:**

- стоимостью закупаемых у товаропроизводителей товаров;
- широтой и глубиной закупаемого товарного ассортимента;
- масштабами закупочной и реализационной деятельности;
- ценностью свойств товара для розничного продавца;
- конъюнктурой товарного рынка в выбранном региональном масштабе;
- «силой» товаропроизводителей и предприятий розничной торговли;
- этапом жизненного цикла товара на рынке;
- другими факторами, зависящими от взаимоотношений оптового звена с остальными звеньями этой цепи.

# Функции оптовой торговли

**Главная функция** - получение прибыли



**Подчинённые** - торгово-технологические (организация оптовой купли-продажи, складирование и хранение запасов, преобразование ассортимента товаров, их поставка, а также информационная, кредитование, управление и консалтинг).

***функции оптовой торговли по отношению к оптовым покупателям состоят в следующем:***

**- оценка потребностей и спроса**

**- преобразование промышленного ассортимента в торговый**

**- накопление и хранение товарных запасов**

**- поставка товаров в соответствии с их заказами**

**- кредитование**

**- информационное и консалтинговое обслуживание своих покупателей**

# **Функции оптовой торговли по отношению к поставщикам товаров состоят в следующем:**

**- воздействие на производителей (ориентация на выпуск необходимых товаров)**

**- поддержка процесса перехода прав собственности на товар**

**- инвестиционное обеспечение процесса товародвижения**

**- минимизация коммерческого риска**

**- маркетинговое обслуживание**

# Задачи оптовой торговли:

Сбор и создание банка данных конъюнктурного исследования с

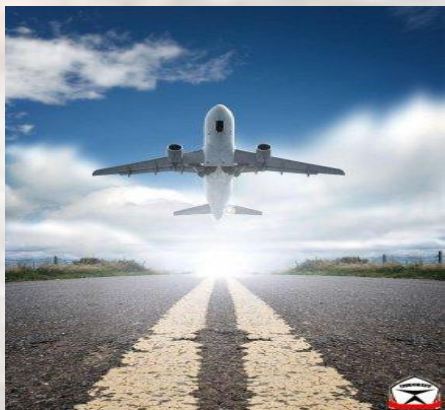
- текущими и перспективными прогнозами состояния спроса и предложения на продукцию производственно-технического назначения и товары народного потребления;
- Размещение производства товаров в четком соответствии с действительными запросами потребителей по ассортименту, количеству и качеству;
- Своевременное, ритмичное и качественное обеспечение потребителей в соответствии с полученными заказами, договорами и контрактами;
- Формирование товарных запасов и организация складского хранения в целях оперативного маневрирования для покрытия текущей и непредвиденной потребности заказчиков;
- Внедрение прогрессивных форм и методов оптовой торговли с использованием высокомеханизированных погрузочно-разгрузочных средств, мобильного транспорта, высокоэффективных видов многооборотной тары;
- Широкое использование экономических методов регулирования и стимулирования всей системы взаимоотношений процесса оптовой торговли между поставщиками и покупателями, с целью обеспечения коммерческого успеха для каждого



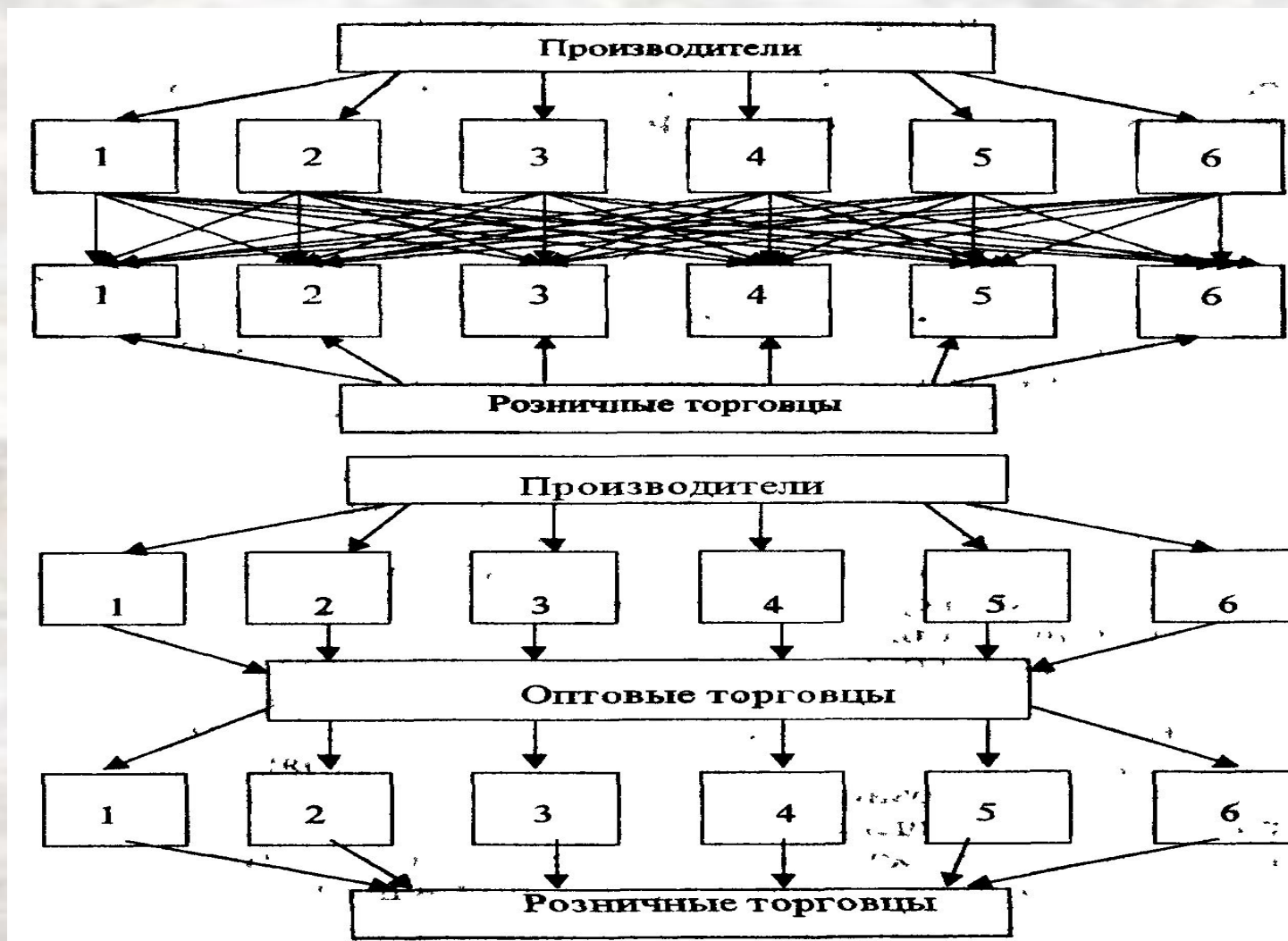
# Организация и технология оптовой продажи товаров

Оптовые предприятия организуют завоз товаров в различные районы страны, благодаря чему совершенствуется территориальное разделение труда.

Осуществление функции доставки (*транспортной*) производится при доставке товаров со складов предприятий в розничную сеть или другим потребителям своего региона.



# Схема реализации продукции



# Формы продажи в оптовой торговле

**Складская форма (складской оборот) оптовая продажа товаров со своих складов**

**Транзитная форма (транзитный оборот) товары не завозят на склад оптовой базы, купившей товар, а направляют от поставщика (как правило, изготовителя товара) в розничные предприятия и их магазины.**

**Транзит - с участием в расчёта  
- без участия в расчётах**

**Трудоёмкость транзитного оборота значительно ниже складского. Поэтому транзитный оборот выгоден для базы.**

## Транзит с участием в расчётах

Продавец-оптовик выступает в роли организатора транзита и взимает за это часть надбавки в свою пользу.

## Транзит без участия в расчётах

Получатели товаров могут сами рассчитаться за товар или же оптовая база - покупатель товара рассчитывается за него с последующим проведением расчетов с получателем.



**Оперативное выполнение договоров с покупателями осуществляется при складской форме продажи следующими методами:**



- путем отгрузки или завоза товаров, предусмотренных договором, в согласованные сроки



- путем личной отборки товарных образцов в зале или на складе



- путем выполнения заявок на завоз товаров, поступивших по почте, по телефону, телеграфу, телефаксу и др.;



- через автосклады  
- продажа товаров на оптовых рынках;  
- продажа товаров в мелкооптовых магазинах и др.

# **Методы поиска потенциальных покупателей:**

- **Метод слепого поиска.**
- **Метод бесконечной цепочки.**
- **Публичные экспозиции и демонстрации**
- **Получение поддержки со стороны источников влияния.**
- **Адресная почта**
- **Телефонный и телевизионный маркетинг**
- **Агентская сеть**

# Оптовые предприятия классифицируются по: типам и видам

**Типы** оптовых предприятий (в основу положены масштабы их деятельности):

- **Общенациональные** структуры (федеральные) и **межрегиональные** (первый уровень)

**Основная организационно-правовая форма – ОАО с участием государства в уставных капиталах**

- **Региональные** структуры (второй уровень)

**Основная организационно-правовая форма - АО и хозяйственные товарищества.**

# **Предприятия оптовой торговли можно подразделить на следующие виды:**

**самостоятельные хозяйствующие субъекты -**  
специализирующиеся на оптовой торговле  
предприятий, осуществляющих полный комплекс  
закупочно-сбытовых операций с переходом к ним права  
собственности на товар

**посреднические оптовые структуры, не**  
использующие в своей деятельности перехода к ним  
права собственности на товар

**организаторы оптового оборота, абсолютно не**  
работающие с товаром (ярмарки, товарные биржи,  
аукционы, оптовые рынки)



# ***Анализ эффективности оптовой торговли.***

Каждое предприятие представляет собой сложную экономическую систему, состоящую из множества элементов, между которыми существуют многообразные связи.

Поэтому практически невозможно измерить и выразить эффективность работы предприятия в целом единым показателем, каким бы обобщающим он ни был.

Несмотря на многочисленные попытки ряда исследователей, приемлемая и общепризнанная формула исчисления такого показателя до сих пор не найдена.

**Система показателей комплексной оценки эффективности деятельности оптовой торговой организации**



**Рис. 1.** Система показателей оценки эффективности деятельности оптовой торговой организации

# Организационные показатели деятельности оптового торгового предприятия

Таблица 1

Организационные показатели деятельности оптовой торговой организации

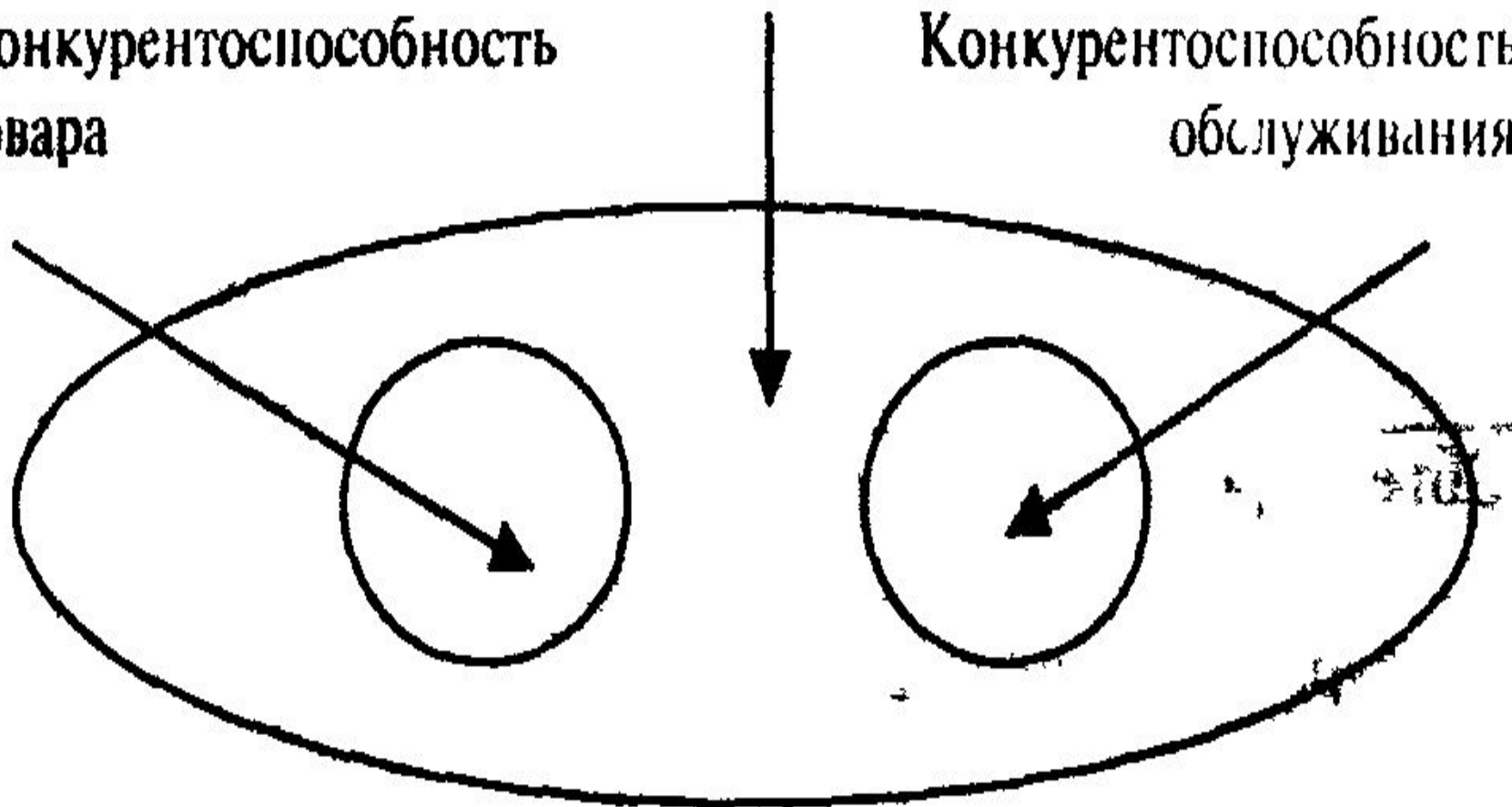
Показатели организации закупок	Показатели организации продаж	Показатели организации складских работ
<p>Объем закупки (оптимальный размер заказа); общий объем закупаемой продукции; размеры отдельных (единичных) закупок; периодичность размещения заказов; срок исполнения заказа; коэффициент общего выполнения договорных обязательств поставщиков; коэффициент выполнения договорных обязательств поставщиков по количеству товаров; коэффициент линейного отклонения ассортиментных позиций; коэффициент ритмичности закупок; количество поставщиков; коэффициент связи поставщик-потребитель</p>	<p>Объем поставок; среднесуточная поставка; время поставки; частота поставки; безотказность поставки; интервал поставки; число покупателей; коэффициент реализации; коэффициент выполнения договорных обязательств по количеству товаров; коэффициент выполнения договорных обязательств по ассортименту товаров; коэффициент ритмичности поставок; равномерность поставок; среднее время задержки поставки; коэффициент подсортировки; степень готовности к немедленной поставке</p>	<p>Время складирования; количество поступлений на склад; грузооборот склада; удельный грузооборот склада; складской товарооборот, грузопереработка; коэффициент переработки; коэффициент неравномерности загрузки склада по времени; тонно-сутки хранения груза; коэффициент оборачиваемости грузов на складе; время обработки транспортных средств; вместимость склада; коэффициент использования полезного объема склада; коэффициент использования полезной площади склада; грузонапряженность склада; число случаев несохранности грузов; уровень механизации складских работ; коэффициент перегрузки; коэффициент использования грузового объема склада</p>

**Конкурентоспособность оптовой торговли  
представляет собой соотношение категорий конкурентоспособность  
товара и конкурентоспособность оказываемых услуг**

**Конкурентоспособность оптовой торговой организации**

**Конкурентоспособность  
товара**

**Конкурентоспособность  
обслуживания**



Конкурентоспособность товара зависит не только от его качественных характеристик, но и от экономических показателей.

Различие в затратах на приобретение и использование анализируемого товара и базового определяет ценовую конкурентоспособность товаров относительно друг друга.

Затраты на приобретение и использование товара (цена потребления) складываются из цены товара, затрат на доставку, установку, ремонт, обслуживание и пр.

## Показатели конкурентоспособности обслуживания

Показатель	Способ расчета
Коэффициент конкурентоспособности ассортимента предоставляемых услуг ( $K_A$ )	$K_A = \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i}{\sum_{i=1}^m \alpha_i}$ <p><math>n</math> – ассортимент (число) услуг данного предприятия; <math>m</math> – ассортимент (число) услуг предприятия-конкурента; <math>\alpha_i</math> – значимость (вес) <math>i</math>-й услуги</p>
Коэффициент конкурентоспособности стоимости предоставляемых услуг ( $K_C$ )	$K_C = \sum_{i=1}^n (P_i / P_{i, \text{конк}})^{-1}$ <p><math>P_i</math> – стоимость <math>i</math>-й услуги данного предприятия; <math>P_{i, \text{конк}}</math> – стоимость <math>i</math>-й услуги конкурента; <math>n</math> – число услуг, участвующих в оценке</p>
Коэффициент конкурентоспособности качества предоставляемых услуг ( $K_K$ )	$K_K = \frac{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \alpha_j g_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \alpha_j l_{ij}}$ <p><math>g_{ij}</math> – значение <math>i</math>-го параметра качества услуг данного предприятия, <math>l_{ij}</math> – значение <math>i</math>-го параметра качества услуг конкурента; <math>\alpha_j</math> – весомость <math>j</math>-го параметра качества, <math>n</math> – число параметров, участвующих в оценке; <math>m</math> – число услуг, участвующих в оценке</p>
Комплексный коэффициент конкурентоспособности обслуживания ( $K_O$ )	$K_O = K_A \cdot K_C \cdot K_K$

# Задача

- Себестоимость выпуска товара равна 25000 руб. за единицу, планируемая производителем рентабельность – 17 % к затратам. Определить оптовую цену изготовителя на товар.

Оптовая цена  $C_{\text{опт}}$  формируется на основе полной себестоимости единицы продукции и прибыли, приходящейся на 1 руб. полной себестоимости:

где  $S_{\text{прод}}$  – полная себестоимость единицы продукции, руб.;

$R$  – уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости, то есть отношение плановой прибыли к полной себестоимости годового объема производства.

# Задачи

- \* Предприятие-изготовитель установило оптовую цену в размере 13700 руб. за единицу продукции. Ставка акциза равна 20 %, ставка налога на добавленную стоимость – 20 %. определить оптовую отпускную цену товара.
- \* Оптовая отпускная цена составила 19600 руб., издержки обращения посредника равны 1305 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 16,5 %. определить оптовую цену закупки.



# ЗАДАНИЕ

## Организация деятельности предприятия оптовой торговли

- Основные требования к помещениям склада: \_\_\_\_\_  
• \_\_\_\_\_  
• \_\_\_\_\_
- Основные требования к помещениям для хранения наркотических и психотропных веществ:  
• \_\_\_\_\_  
• \_\_\_\_\_
- Основные требования к помещениям для хранения огнеопасных и взрывоопасных веществ \_\_\_\_\_  
• \_\_\_\_\_  
• \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_