

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.

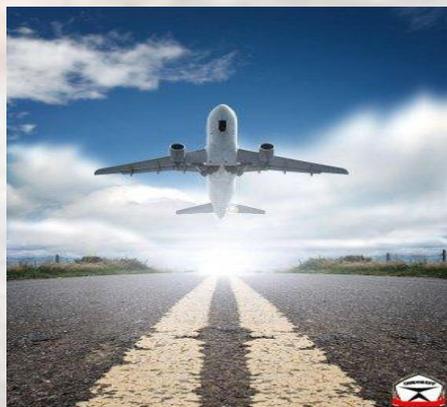
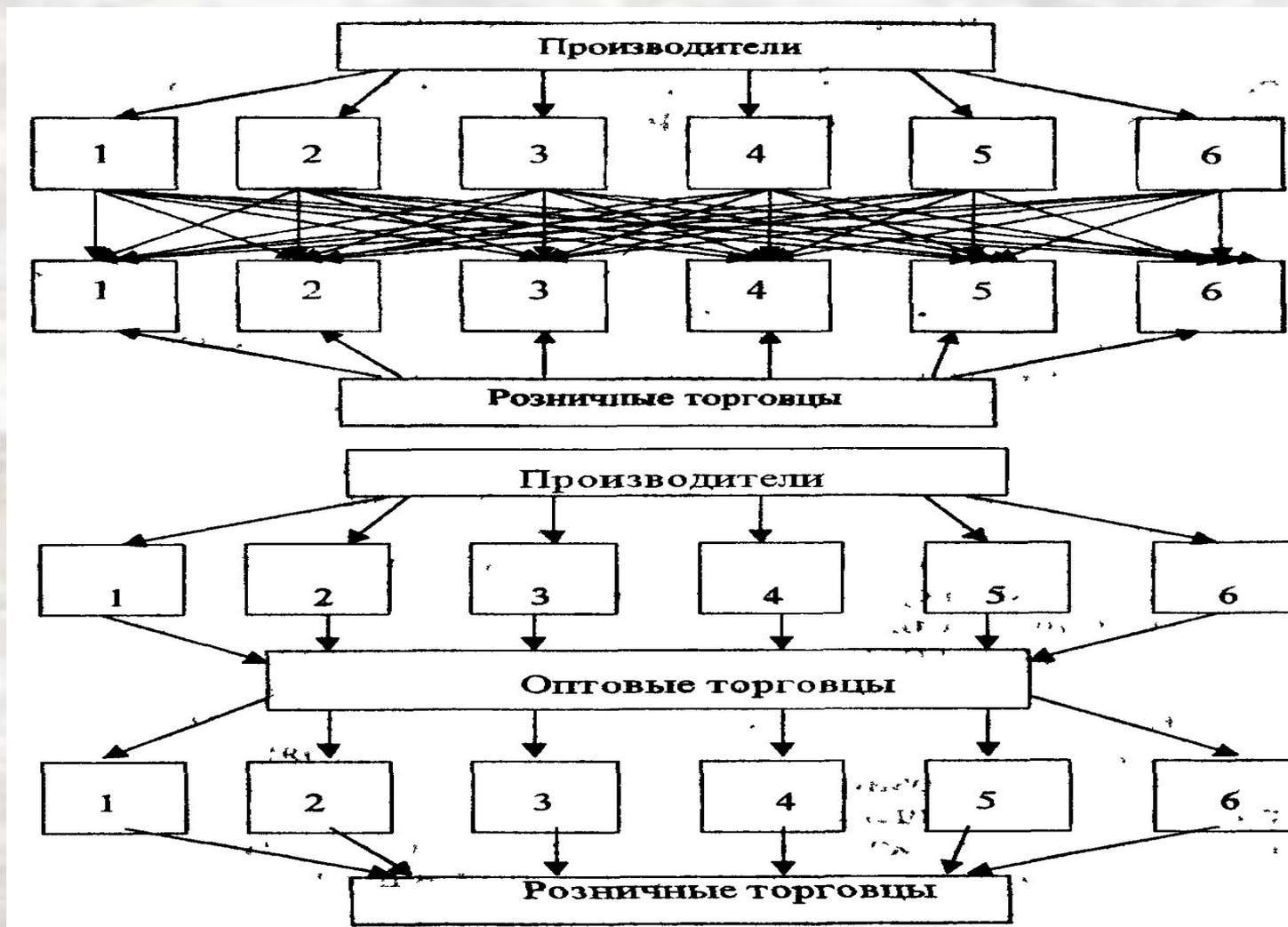


Схема реализации продукции



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

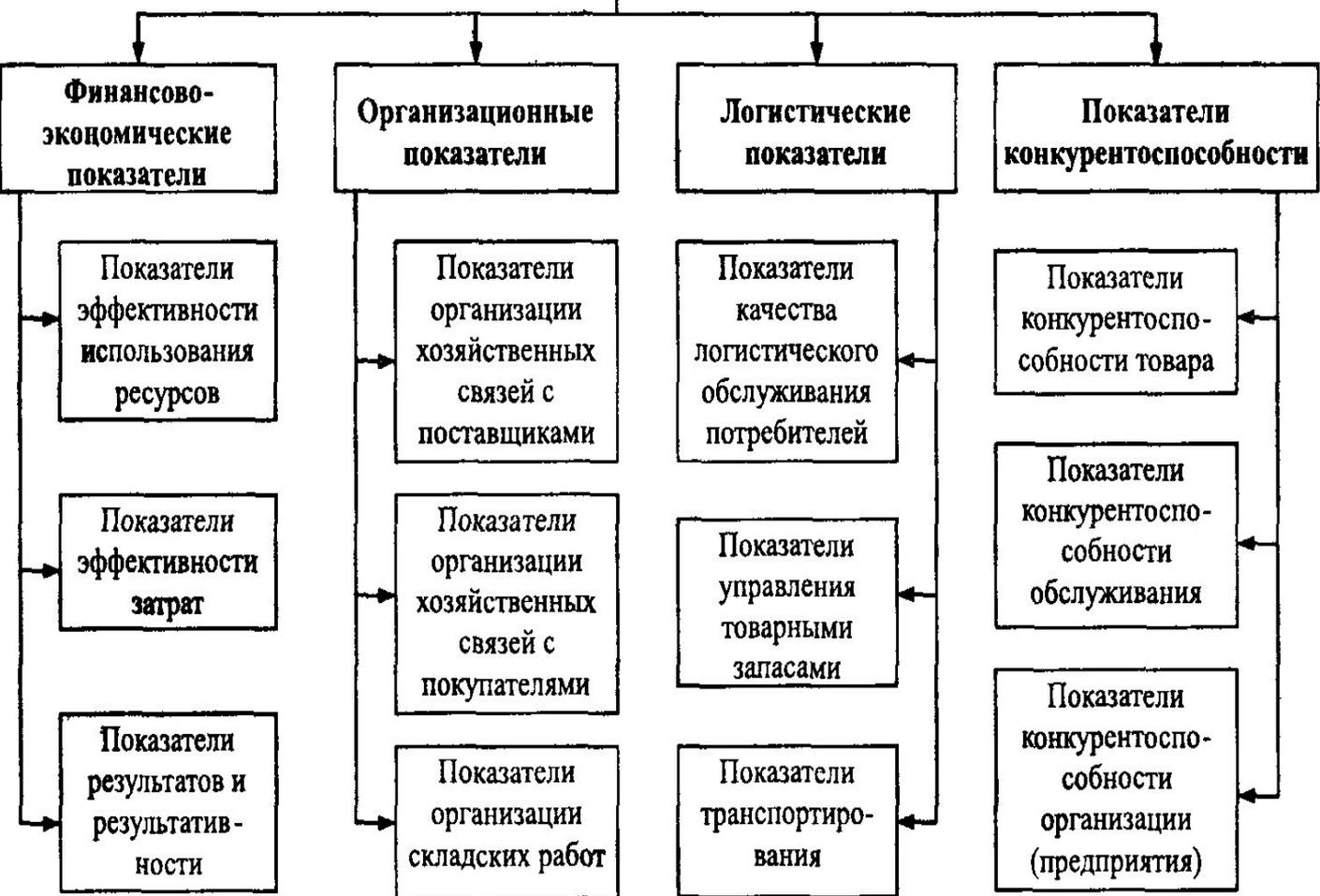


Рис. 1. Система показателей оценки эффективности деятельности оптовой торговой организации

Организационные показатели деятельности оптового торгового предприятия

Таблица 1

Организационные показатели деятельности оптовой торговой организации

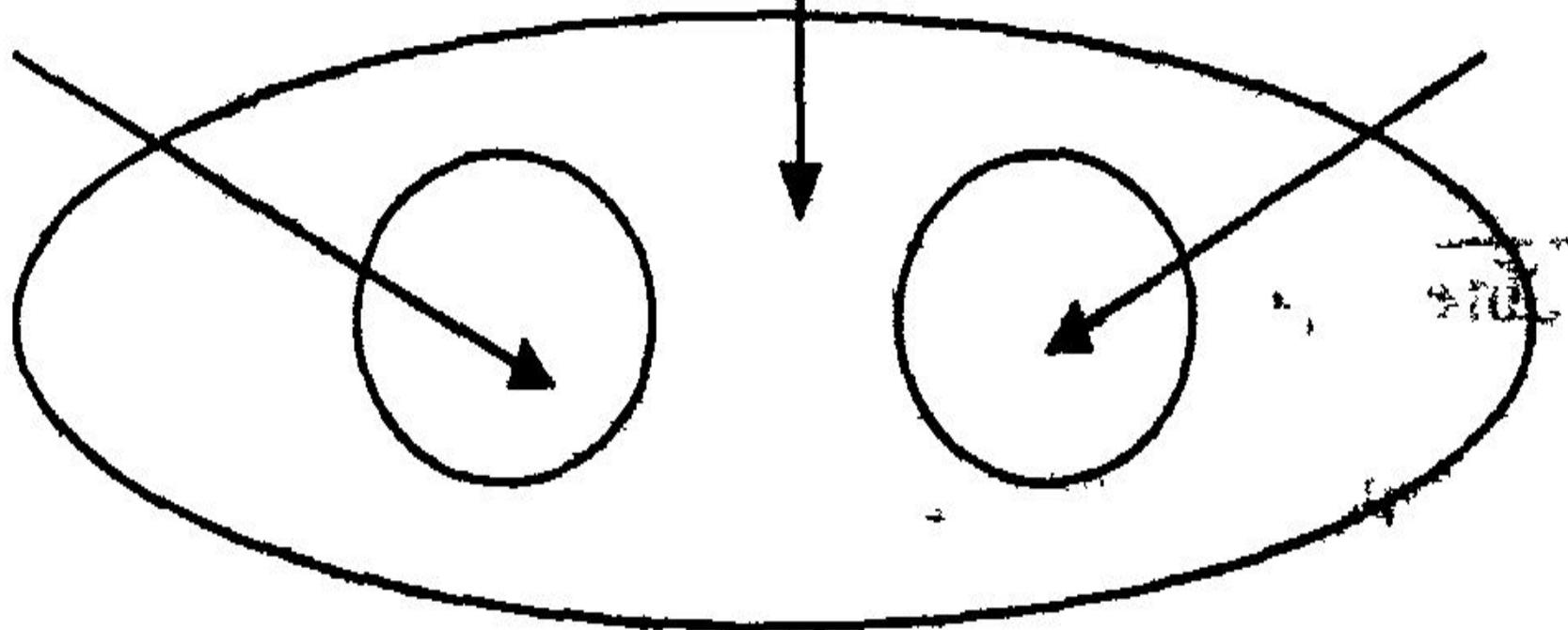
Показатели организации закупок	Показатели организации продаж	Показатели организации складских работ
<p>Объем закупки (оптимальный размер заказа); общий объем закупаемой продукции; размеры отдельных (единичных) закупок; периодичность размещения заказов; срок исполнения заказа; коэффициент общего выполнения 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>

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

Конкуренентоспособность оптовой торговой организации

**Конкуренентоспособность
товара**

**Конкуренентоспособность
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>n – ассортимент (число) услуг данного предприятия; m – ассортимент (число) услуг предприятия-конкурента; α_i – значимость (вес) i-й услуги</p>
Коэффициент конкурентоспособности стоимости предоставляемых услуг (K_C)	$K_C = \sum_{i=1}^n (P_i / P_{i, \text{конк}})^{-1}$ <p>P_i – стоимость i-й услуги данного предприятия; $P_{i, \text{конк}}$ – стоимость i-й услуги конкурента; n – 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>g_{ij} – значение i-го параметра качества услуг данного предприятия, l_{ij} – значение i-го параметра качества услуг конкурента; α_j – весомость j-го параметра качества, n – число параметров, участвующих в оценке; m – 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 _____
• _____
• _____
- _____