

ОПТОВЫЙ ТОВАРООБОРОТ

1. Сущность и роль оптовой торговли в сфере товарного обращения;
2. Понятие, состав и классификация оптового товарооборота;
3. Звенность товародвижения и его экономическая характеристика;
4. Задачи, последовательность и особенности анализа показателей оптового товарооборота;
5. Анализ оптового товарооборота по общему объему и в ассортименте;

6. Методика факторного анализа оптового товарооборота и звенности товародвижения;
7. Анализ товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле;
8. Методика экономического обоснования плана оптового товарооборота;
9. Планирование товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле;
10. Резервы роста оптового товарооборота и пути рационализации товародвижения.



1. СУЩНОСТЬ И РОЛЬ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В СФЕРЕ ТОВАРНОГО ОБРАЩЕНИЯ

Оптовая торговля представляет собой одну из отраслей народнохозяйственного комплекса. Она является формой товарных связей между производством и розничной торговлей, обеспечивающей рациональную организацию товародвижения.

Оптовая торговля - это совокупность посреднических операций между хозяйствующими субъектами по поводу приобретения (купли) товаров с целью использования их в производстве и продажи розничным торговым предприятиям для последующей реализации населению.

По своей экономической сущности оптовая торговля представляет продажу товаров внутри сферы обращения, а по материальному содержанию-дополнительные производственные операции по доведению товаров от изготовителей до розничных организаций и других оптовых покупателей товаров.

**Закон Республики Беларусь «О
торговле» (28 июля 2003 г. №231– 3)
определяет оптовую торговлю как вид
торговли, осуществляемой в целях
последующего использования товаров в
предпринимательской деятельности или
иных целях, не связанных с личным,
семейным, домашним потреблением и
иным подобным использованием.**

Необходимость существования оптового торгового звена обусловлена следующими факторами:

1. *Производственные факторы*, включающие в себя специализацию организаций-производителей на выпуске товаров народного потребления узкого ассортимента, что затрудняет сбыт товаров непосредственно в розничную торговую сеть и требует их накопления для равномерного снабжения розничных торговых организаций.

2. ***Транспортные факторы***, проявляющиеся в необходимости перемещения товаров народного потребления из пунктов производства в районы потребления.

3. ***Торговые факторы***, предусматривающие формирование торгового ассортимента для конкретных розничных и других оптовых организаций, накопление и хранение необходимых товарных запасов, организацию завоза и вывоза товаров.

Сущность оптовой торговли раскрывается через ее **функции**:

- обеспечение розничных торговых организаций товарами народного потребления;
- формирование ассортимента товаров в соответствии с требованиями розничной торговой сети;
- обеспечение своевременности завоза товаров в розничные торговые организации;

- воздействие на производителей с целью производства товаров нужного ассортимента и качества;
- изучение спроса на товары народного потребления;
- обеспечение процесса хранения товаров, их фасовка и дальнейшая подготовка к реализации;
- снабжение внерыночных потребителей, поставка товаров на экспорт и закладка их в государственный резерв.

Оптовые организации классифицируются по следующим *основным признакам*:

1. По товарной специализации:

- Государственно-регулируемые (одежда, обувь, бакалея, хозтовары и др.)
- Универсальные с неограниченным ассортиментом (оптово-продовольственные рынки, специализированные по потребительским комплексам) оптовые организации.

2. По территориальному признаку:

- Общереспубликанские ;
- Региональные;

3. По принадлежности:

- Общереспубликанские;
- Оптовые организации министерств, объединений, концернов, промышленных организаций;
- Оптовые организации потребительской кооперации;
- Независимые оптовые организации и объединения;

4. По форме собственности и хозяйствования:

- Государственные;
- Смешанные;
- Коллективные;
- Совместные с участием иностранного капитала;

5. По функциональной направленности:

- Оптовые;
- Сбытовые (выходные) базы;
- Торгово-закупочные оптовые организации;
- Оптово-розничные объединения.

В условиях формирования рыночной экономики особое внимание уделяют созданию **организованных оптовых рынков**. Их деятельность оправдала себя в странах с развитой рыночной экономикой при реализации сельхозпродукции и скоропортящихся товаров.

В мировой экономической практике оптовые рынки специализируются на одной товарной группе (овощи, фрукты, рыба, птица и др.). Внутреннюю инфраструктуру оптовые рынки формируют, как правило, сами или предоставляют это право коммерческим структурам.

К *основным функциям оптовых рынков* следует отнести:

- формирование реальной рыночной цены на конкретные потребительские товары;
- сбор и концентрация информации о спросе и предложении на потребительские товары для производителей и потребителей;
- упрощение и ускорение финансовых расчетов и платежей;
- концентрация конкретных потребительских товаров на оптовом рынке;
- упрощение и ускорение процесса товародвижения к конечному потребителю.

Таким образом, оптовая торговля является необходимым звеном товарного обращения. Переход народнохозяйственного комплекса Республики Беларусь к рыночным отношениям требует новых подходов к организации экономической работы в оптовой отрасли, в том числе системы потребительской кооперации Республики Беларусь.



2. ПОНЯТИЕ, СОСТАВ И КЛАССИФИКАЦИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА

Основным показателем, характеризующим оптовую торговлю, является оптовый товароборот. Под **оптовым товароборотом** понимается продажа товаров не собственного производства и без видоизменения юридическим лицам, обособленным подразделениям юридических лиц и индивидуальным предпринимателям с целью их дальнейшей перепродажи или профессионального использования.

Классификация оптового товарооборота *по формам товародвижения:*

1. *Оптовое-складское* оборот, представляющий собой оптовую продажу товаров со складов оптовых организаций;

2. *Транзитный* оборот, определяемый как поставка товаров непосредственно покупателям, минуя склады, однако при участии оптовой организации. В практической деятельности выделяли *два вида транзитного оборота:*

- Транзит оплаченный (оптовая организация организует оплату товаров);
- Транзит неоплаченный (оптовая организация организует только процесс товародвижения).

Показатели оптового товарооборота:

- оптовая реализация товаров;
- поступление товаров на оптовые организации;
- товарные запасы в оптовом звене на начало и конец периода.

Показатели оптового товарооборота находятся в балансовой увязке, имеющей, как правило, развернутую и сокращенную формы. При этом показатель оптовой реализации учитывается по общему объему и в ассортименте.

В объем оптового товарооборота включается:

- **СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ, ОТГРУЖЕННЫХ НА ВНУТРЕННИЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ;**
- **СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ, ОТГРУЖЕННЫХ НА ЭКСПОРТ;**
- **СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ, ОТГРУЖЕННЫХ ПО ТОВАРООБМЕННЫМ (БАРТЕРНЫМ) ОПЕРАЦИЯМ;**
- **СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ, ОТГРУЖЕННЫХ В ОБМЕН НА ПРЕДОСТАВЛЕННЫЕ РАБОТЫ, УСЛУГИ.**

В объем оптового товарооборота не включается:

- стоимость товаров, отпущенных для переработки на собственном производстве, а также на внутрихозяйственные нужды организации;
- стоимость товаров, а также продукции собственного производства, отпущенных организацией в собственную розничную сеть (структурным подразделениям);
- стоимость товаров, отпущенных на давальческих условиях в другие организации для промышленной переработки или доработки;
- стоимость товаров для закладки в государственный резерв;
- стоимость тары, проданной с товаром, на которую установлены залоговые цены.

Применительно к деятельности оптового звена потребительской кооперации Республики Беларусь в оптовый оборот относятся следующие *виды операций*:

- продажа товаров районным потребительским обществам для дальнейшей реализации их покупателям;
- продажа товаров непосредственно хозрасчетным торговым организациям;
- продажа товаров хозрасчетным производственным организациям для переработки, если готовые изделия, выработанные из этих товаров, не возвращаются на склад оптовой организации для дальнейшей продажи;

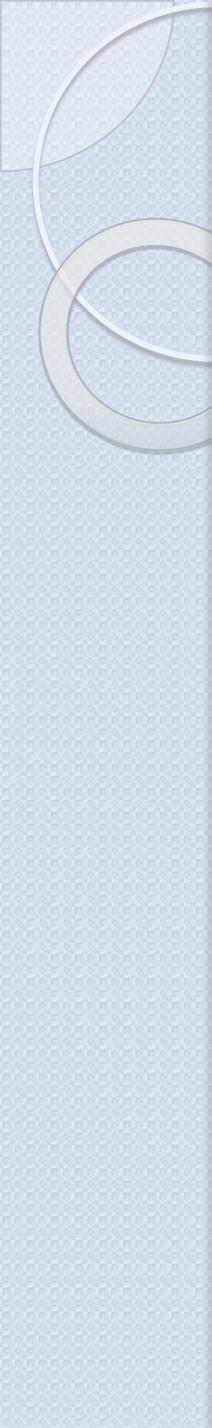
- продажа товаров одними торговыми базами облпотребсоюзов другим оптовым базам своего союза;
- продажа отдельных товаров со складов оптовых баз (с целью нормализации товарных запасов) торговым организациям, а также хозрасчетным производственным организациям потребительской кооперации других областей, а также торговли государственной формы собственности;
- оборот по мелкооптовой посылочной торговле

Оптовый товарооборот является важнейшим экономическим показателем организаций оптовой торговли. Его значимость в условиях рынка заключается в следующем:

1. Оптовый товарооборот является необходимым элементом товарных связей между производством и розничной торговлей, обеспечивающим рациональную организацию товародвижения.

2. Оптовый товарооборот как экономический показатель характеризует объем и структуру поставок товаров народного потребления розничным торговым организациям и другим оптовым покупателям. В конечном итоге оптовый товарооборот работает на более полное удовлетворение платежеспособного спроса населения в товарах и услугах.

3. Оптовый товарооборот является основным объемным и оценочным показателем организаций оптового звена. В условиях формирования рыночных структур особое значение приобретает анализ оптовой реализации товаров в увязке с конечными финансовыми результатами оптовых организаций с точки зрения ее влияния на рост доходности и рентабельности их деятельности.



**3.ЗВЕННОСТЬ
ТОВАРОДВИЖЕНИЯ И ЕГО
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
ХАРАКТЕРИСТИКА**

Организация оптовой торговли тесным образом связана с процессом товародвижения, представляющим собой доведение товаров от организаций-изготовителей через организации оптовой и розничной торговли до конечного потребителя. Рациональной системой товародвижения является такая, при которой обеспечивается кратчайший путь продвижения товаров от производства до потребителя, применяются целесообразные формы движения товаров, используются наиболее удобные и экономичные виды транспорта.

Виды каналов товародвижения:

- прямой или непосредственный. В данном случае производитель товаров вступает с потребителем в непосредственные отношения без посредника;
- косвенный, когда производитель использует услуги независимого посредника;
- комбинированный или смешанный. При этом в канале товародвижения в качестве посредника может выступать оптовая организация со смешанным капиталом.

Кроме того, *системы сбыта товаров* могут быть *двух видов*:

- простая, предполагающая наличие в сбытовой цепочке двух звеньев: производителя и потребителя;
- сложная, представленная многоуровневыми звеньями сбыта.

Экономическая характеристика процесса товародвижения может быть представлена следующими аналитическими показателями:

1. Коэффициент звенности товародвижения, который рассчитывается:

а) в *кратных единицах* путем деления валового товарооборота (сумма розничного и оптового товарооборотов) на чистый (розничный) товарооборот. Коэффициент, исчисленный указанным способом, показывает количество звеньев, через которые проходит товар на пути к конечному потребителю.

б) в *процентах* путем деления оптового оборота на розничный зоны обслуживания и умножением на 100 процентов. Данный коэффициент определяет, какой процент товаров от общей товарной массы, поступающей в розницу, проходит через оптовое звено.

Применительно к оптовой торговле потребительской кооперации целесообразно отдельно рассчитывать удельный вес оптового оборота межрайбаз областного подчинения и оборота баз районного звена в розничном товарообороте зоны обслуживания.

2. Сумма излишнего (недостающего) оптового оборота в результате увеличения (снижения) коэффициента складской звенности:

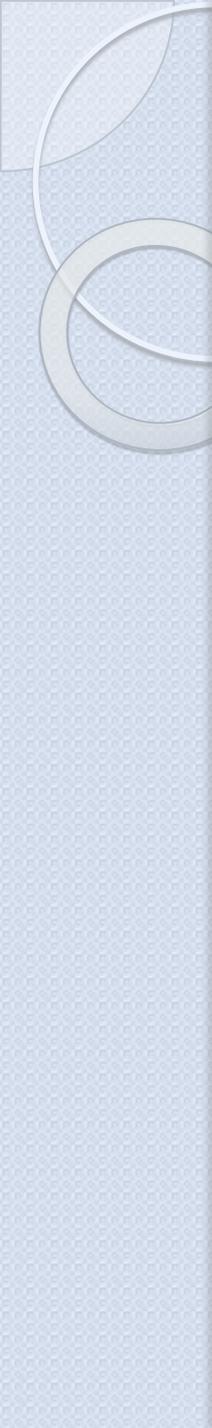
$$\pm \Delta \Sigma \text{ОТО изл/нед} = \pm \Delta k_{\text{зв}} \cdot \text{РТО1} : 100 \quad , \text{ где}$$

$\pm \Delta \Sigma \text{ ОТО изл/нед}$ — сумма излишнего (недостающего) оптового оборота; РТО1 — розничный товароборот зоны обслуживания оптовой организации за отчетный период;

$\pm \Delta k_{\text{зв}}$. — изменение коэффициента звенности.

3. Сумма и уровень дохода, остающегося в процессе товародвижения в пользу оптового звена. Величина указанного финансового результата для оптовой торговли зависит от порядка распределения торговой надбавки между оптом и розницей. Ее критерием является покрытие рациональных расходов всех участников процесса товародвижения и обеспечение для их функционирования нормальной прибыли.

Таким образом, звенность товародвижения и его экономические параметры непосредственно влияют на конечные финансовые результаты оптового звена, а, следовательно, определяют его конкурентоспособность.



4. ЗАДАЧИ,
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ И
ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА
ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОПТОВОГО
ТОВАРООБОРОТА

Основной целью анализа оптового товарооборота и его показателей является определение роли оптовой торговли в равномерном и полном выполнении объемов розничного товарооборота, обеспечении бесперебойного завоза товаров в розничную торговую сеть и рационализации процессов товародвижения.

Задачи анализа:

- Оценка выполнения плана и динамики развития оптового товарооборота по общему объему и товарной структуре. Анализ соотношения оптового и розничного товарооборота зоны обслуживания по общему объему, ассортименту реализуемых товаров и их показателям.
- Изучение состояния и динамики развития товарных запасов в оптовом звене, их соответствия нормативам. Оценка рациональности размещения товарных запасов между оптом и розницей.
- Анализ соблюдения схем движения товаров, а также звенности их продвижения в розничную торговую сеть.

- Оценка уровня организации форм доставки товаров в организации розничной торговли.
- Расчет упущенных возможностей и резервов роста оптового товарооборота.
- Разработка комплекса мероприятий с указанием конкретных исполнителей по увеличению и оптимизации оптовой реализации товаров, а также улучшению показателей оптового товарооборота.

Этапы экономического анализа оптового товарооборота:

1. Анализ оптового товарооборота по общему объему в целом по оптовой организации, а также в разрезе ее структурных подразделений.
2. Анализ ассортиментной структуры оптового товарооборота.
3. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовом звене.
4. Анализ поступления товаров в оптовое звено. Балансовая увязка показателей оптового товарооборота.

Информационной базой для проведения анализа оптового товарооборота и его показателей являются:

- Результаты экономического анализа, а также планы оптового товарооборота и розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров.
- Бухгалтерская и статистическая отчетность
- заявки оптовой базы на товары;
- данные о выборке фондов товаров;
- оперативные данные о поступлении товаров в оптовые организации;
- информация о покупательском спросе населения;
- материалы, характеризующие материально-технический потенциал оптовой организации.

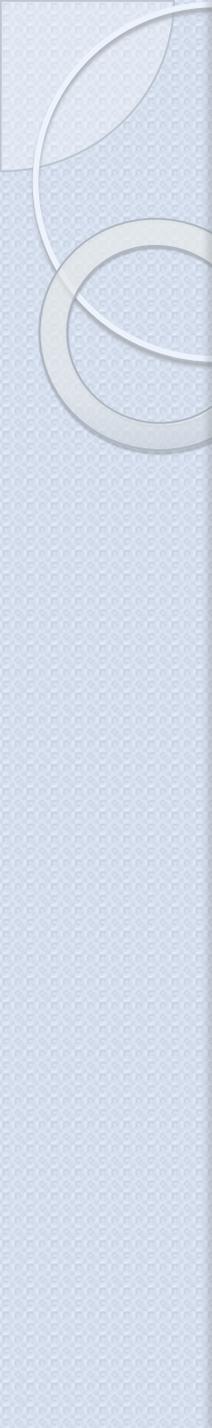
Особенности анализа оптового товарооборота:

1. Экономический анализ и учет оптового товарооборота и его показателей ведется в свободных розничных ценах, что объясняется необходимостью его сопоставимости с розничным товарооборотом зоны обслуживания.

2. Обязательный учет при проведении экономического анализа оптового товарооборота и его показателей влияния ценового фактора путем расчета показателей динамики в действующих и сопоставимых ценах.

3. Проведение экономического анализа результатов работы собственной розницы оптовых организаций, которая создается с целью выживания в условиях финансового кризиса.

4. Обязательная увязка анализа оптового товарооборота и его показателей с оценкой конечных финансовых результатов торговой деятельности оптового звена: доходами и прибылью. При проведении анализа важно показать, как объемы оптовой реализации влияют на полноту получения доходов и прибыли от реализации товаров в оптовой организации.



**5. АНАЛИЗ ОПТОВОГО
ТОВАРООБОРОТА ПО
ОБЩЕМУ ОБЪЕМУ И В
АССОРТИМЕНТЕ**

При анализе оптового товарооборота рассчитывают следующие показатели:

- Процент выполнения плана всего оптового товарооборота, в том числе по видам;
- Показатели динамики развития всего оптового товарооборота, в том числе по видам. В условиях рыночной инфляции показатели динамики оптового товарооборота рассчитываются и анализируются в действующих и сопоставимых ценах;
- Процент выполнения плана и показатели динамики розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров;

- Процент выполнения плана и показатели динамики оборота собственной розницы оптовой организации. С целью выживания в условиях финансового кризиса в рамках ряда оптовых организаций создаются и функционируют собственные магазины по продаже товаров народного потребления;

- Коэффициент звенности товародвижения и его изменение по сравнению с планом и предшествующим годом;

- Сумма излишнего (недостающего) оптового оборота в результате роста (снижения) коэффициента звенности товародвижения.

Методика анализа оптового товарооборота по общему объему может быть рассмотрена в табл. 1.

Таблица 1. Оптовый товарооборот базы райпо за отчетный год, млн.р

Показатели	Предшеству ющий год	Отчетный год			Динамика,%
		план	факт	% выполнения плана	
1	2	3	4	5	6
Общий товарооборот оптовой организации:					
в действующих ценах	2349,6	3425,0	41943	131,2	191,3
в сопоставимых ценах	2349,6	2481,9	3256,3	131,2	138,6
В том числе:					
оптовый товарооборот:					
в действующих ценах	1821,4	2500,0	32514	130,5	178,5
в сопоставимых ценах	1821,4	1811,6	2356,1	130,1	129,4
из него:					
оборот магазинов-складов:					
в действующих ценах	568,1	738,5	980,5	132,8	172,6
в сопоставимых ценах	568,1	535,1	710,5	132,8	125,1

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год			Динамика, %
		план	факт	% выполнения плана	
1	2	3	4	5	6
оборот торгового посредничества:					
в действующих ценах	132,4	146,3	181,0	123,7	136,7
в сопоставимых ценах	132,4	106,0	131,2	123,8	99,1
Розничный товароборот зоны деятельности базы:					
в действующих ценах	3720,2	5178,7	6645,4	128,3	178,6
в сопоставимых ценах	3720,2	3752,7	4815,5	128,3	129,4
Отношение оптового товарооборота к розничному, %	49,0	48,3	48,9	+0,6	-0,1
Индекс цен	—	—	1,38	—	—

Как свидетельствуют данные таблицы, в отчетном году наблюдается рост общего оборота оптовой организации, в том числе по видам, в действующих ценах. Причем, аналогичная тенденция роста, что является положительным, характерна и для розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу товаров. В сопоставимых ценах оптовый и розничный товарооборот зоны обслуживания в отчетном году также возрастает по сравнению с предшествующим годом. За исследуемый период наблюдается снижение коэффициента звенности товародвижения.

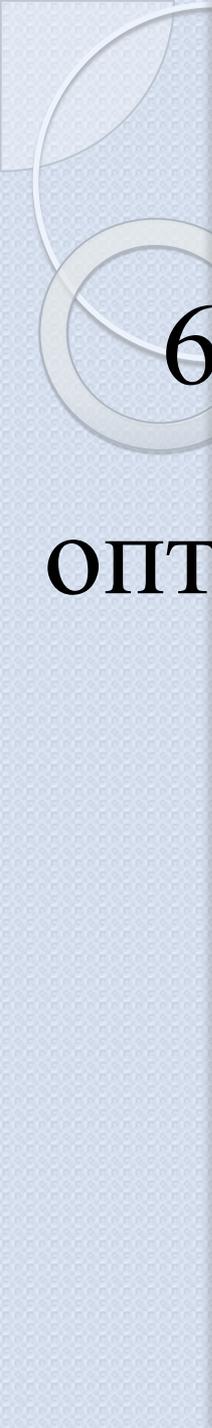
Объясняется сложившаяся ситуация частично отказом розничных торговых организаций от услуг опта в ходе закупки и доставки товаров с целью распределения в свою пользу максимального размера торговой надбавки. Сумма недостающего оптового оборота в отчетном году составила 6,65 млн. р. С динамикой роста сработала в отчетном периоде собственная розница оптовой базы, что особенно важно в условиях финансового кризиса. По сравнению с предшествующим годом произошло снижение оборота торгового посредничества в сопоставимых ценах на 0,9 процентных пункта.

Анализ общего объема оптового товарооборота рекомендуется дополнять исследованием ассортиментной структуры этого показателя. На данном этапе ставятся и решаются следующие задачи:

- оценка влияния равномерности выполнения плана и динамики развития оптового товарооборота в разрезе товарных групп на продажу отдельных групп товаров рознице.
- проверка соблюдения установленных схем завоза товаров.
- поиск неиспользованных резервов в товародвижении оптовых и розничных торговых организаций.

В ходе анализа ассортиментной структуры оптового товарооборота определяется степень участия оптовой организации в обеспечении соответствующими товарами розничной торговли. Анализ выполнения плана поставки товаров организациями оптового звена в торговую сеть зоны их обслуживания должен проводиться ежеквартально за отчетный год по каждому получателю товаров. Для углубленного экономического анализа взаимосвязи оптового товарооборота и розничного оборота торговой сети зоны обслуживания целесообразно сопоставлять поступление товаров с базы с общим поступлением товаров в розничную сеть зоны обслуживания. При этом рассчитывается такой важный показатель деятельности оптовой организации как доля ее участия в общем поступлении товаров в розничную торговую сеть. Расчет и анализ указанного показателя производится на основе утвержденных схем завоза товаров с оптовых организаций в розничную сеть зоны обслуживания.

При анализе ассортиментной структуры оптового товарооборота особое внимание уделяется оценке уровня организации работы оптовых организаций с поставщиками. В ходе исследования рекомендуется выявить факты недопоставки конкретных товарных групп по каждому поставщику, вскрыть причины недопоставок, особое внимание уделить анализу поставок товаров от промышленных организаций по прямым договорам.



6. Методика факторного анализа ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА И ЗВЕННОСТИ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Особое внимание при проведении анализа оптового оборота уделяется количественной оценке факторов, влияющих на этот показатель. Наибольший интерес представляет исследование факторов внутренней среды оптовой организации, которые условно можно объединить в следующие группы:

1. Факторы, связанные с товарным обеспечением оптового товарооборота.

Влияние этой группы факторов рассчитывается с использованием формулы балансовой увязки:

$$З_{н} + П_{о} = ОТО + З_{к},$$

$$ОТО = З_{н} + П_{о} - З_{к}, \quad \text{где}$$

ОТО — оптовая реализация товаров, р.;

П_о — поступление товаров в оптовое звено, р.;

З_н, З_к — товарные запасы на начало и конец периода в оптовом звене, р.

2. Факторы, связанные с эффективностью использования трудового потенциала оптовой организации: производительность труда работников оптовой организации, их среднесписочная численность, в том числе складских работников, средняя заработная плата и другие. Как правило, влияние этой группы факторов рассчитывается методом цепных подстановок.

Порядок расчета на величину оптового оборота среднесписочной численности работников оптовой организации и их производительности труда:

$$\pm\Delta \sum \text{ОТО}_{\text{пт}} = (\text{ПТ}_1 - \text{ПТ}_0) \cdot \text{Ч}_1,$$

$$\pm\Delta \sum \text{ОТО}_{\text{ч}} = (\text{Ч}_1 - \text{Ч}_0) \cdot \text{ПТ}_0, \quad \text{где}$$

$\pm\Delta \sum \text{ОТО}_{\text{пт}}$, $\pm\Delta \sum \text{ОТО}_{\text{ч}}$ — изменение суммы оптового товарооборота в действующих или сопоставимых ценах за счет производительности труда и среднесписочной численности работников оптовой организации, р.;

ПТ_1 , ПТ_0 — производительность труда работников оптовой организации в действующих или сопоставимых ценах за отчетный, базисный периоды, р.;

Ч_1 , Ч_0 — среднесписочная численность работников оптовой организации за отчетный, базисный периоды, чел.

3. Факторы, связанные с состоянием и эффективностью использования материально-технического потенциала оптовой организации. К этим факторам можно отнести: количество оптовых организаций, их размер по величине складской площади, общий размер складской площади, величину оптового оборота на единицу складской площади и другие.

Формализованно расчет влияния на величину оптового оборота размера складской площади и объема оптовой реализации на ее единицу выглядит следующим образом:

$$\begin{aligned}\pm\Delta \sum \text{OTO}_H &= (H_1 - H_0) \cdot S_1, \\ \pm\Delta \sum \text{OTO}_S &= (S_1 - S_0) \cdot H_0, \quad \text{где}\end{aligned}$$

$\pm\Delta \sum \text{OTO}_H$, $\pm\Delta \sum \text{OTO}_S$ — изменение суммы оптового оборота в действующих или сопоставимых ценах за счет нагрузки и размера складской площади, р.;

H_1 , H_0 — объем оптового оборота на единицу складской площади в действующих или сопоставимых ценах за отчетный и базисный периоды, р.;

S_1 , S_0 — общий размер складской площади оптовой организации за отчетный и базисный периоды, м².

Особое внимание при проведении анализа оптового товарооборота и его показателей должно уделяться факторному анализу звенности товародвижения. Звенность товародвижения находится под влиянием двух основных факторов:

- изменения структуры розничного товарооборота зоны обслуживания;
- изменения установленных схем завоза товаров по отдельным товарным группам.

Расчет влияния этих факторов осуществляется методом процентных чисел и может быть рассмотрен с помощью табл. 2

Таблица 2. Расчет влияния структуры розничного товарооборота зоны обслуживания базы на звенность товародвижения

Группы товаров	Структура розничного товарооборота зоны обслуживания, %		Отношение оптового товарооборота к розничному, %		Процентные числа при структуре розничного товарооборота за:	
	Предшествующий год	Отчетный год	Предшествующий год	Отчетный год	Предшествующий год	Отчетный год
1	2	3	4	5	6	7
Продовольственные товары	78,8	75,9	39,2	39,4	3088,9	2955,4
Непродовольственные товары	21,2	24,1	85,4	78,8	1810,5	2058,1
Итого	100,0	100,0	49,0	48,9	4899,4	5013,5

1. Определяем процентные числа при структуре розничного товарооборота зоны обслуживания за предшествующий год:

- продовольственные товары: $78,8 \cdot 39,2 = 3088,9$
- непродовольственные товары: $21,2 \cdot 85,4 = 1810,5$

2. Определяем процентные числа при структуре розничного товарооборота зоны обслуживания за отчетный год:

- продовольственные товары: $75,9 \cdot 39,2 = 2955,4$
- непродовольственные товары: $24,1 \cdot 85,4 = 2058,1$

3. Определяем итоговые процентные числа путем суммирования процентных чисел по укрупненным товарным группам:

- продовольственные товары: $3088,9 + 1810,5 = 4899,4$
- непродовольственные товары: $2955,4 + 2058,1 = 5013,5$

4. Определяем влияние структуры розничного товарооборота зоны обслуживания на звенность товародвижения:

$$5013,5 : 100 - 4899,4 : 100 = + 1,141\%$$

5. Определяем общее отклонение коэффициента звенности товародвижения в отчетном году по сравнению с предыдущим:

$$48,9 - 49,0 = - 0,1\%$$

6. Определяем влияние нарушения схем завоза товаров на изменение коэффициента звенности:

$$-0,1 - (+ 1,141) = - 1,241\%$$

Таким образом, в отчетном году по сравнению с предшествующим коэффициент звенности снизился на 0,1 процентных пункта. Увеличение в розничном товарообороте зоны обслуживания удельного веса непродовольственных товаров вызвало бы увеличение этого коэффициента на 1,141 процентных пункта. Однако, нарушения схем завоза товаров привело к снижению звенности товародвижения на 1,241 процентных пункта.

Итоги факторного анализа оптового товарооборота и его показателей должны быть положены в основу расчета их резервов роста и поиска путей оптимизации.



7. АНАЛИЗ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ И ПОСТУПЛЕНИЯ ТОВАРОВ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости в оптовой торговле аналогична методике анализа этих показателей в розничном звене. Особенностью анализа товарных запасов в оптовом звене является использование при расчетах объема оптового оборота, отражающего только реальное движение товаров через склад. С целью обеспечения сопоставимости экономического анализа исследование товарных запасов в оптовом звене производится в свободных розничных ценах.

Анализ товарных запасов в оптовой организации осуществляется в следующей последовательности:

- Приведение фактических товарных запасов в оптовом звене в сопоставимый вид с нормативом путем вычитания из них суммы товарных запасов сезонного хранения (если они имеются в наличии).
- Сравнение приведенных товарных запасов с нормативом и определение отклонений от норматива в сумме и в днях. Отклонения от норматива в днях рассчитываются путем деления отклонений в сумме на однодневный плановый оптовый оборот.
- Проведение сравнительного анализа товарных запасов в оптовом и розничном звеньях, а также оценка их состояния в целом по торговой организации.

- Количественная оценка влияния факторов, определяющих состояние и динамику развития товарных запасов в оптовом звене.
- Расчет и анализ оборачиваемости товарных запасов в оптовой организации, количественная оценка влияния факторов, ее определяющих.
- Выявление путей ускорения оборачиваемости, нормализации и оптимизации товарных запасов в оптовой торговле

Анализ товарных запасов в оптовом звене проводится как в разрезе кварталов, так и на внутриквартальные даты. При анализе товарных запасов на внутриквартальные даты их величина сопоставляется с нормативом текущего квартала.

Анализ товарных запасов проводится в целом по оптовой организации, а также зоне его обслуживания. Целесообразно в динамике изучать соотношение доли товарных запасов в оптовом звене и в розничной сети зоны его обслуживания. Увеличение доли товарных запасов в оптовом звене следует оценивать положительно при условии выполнения плана и роста розничного товарооборота зоны обслуживания, так как концентрация большей части товарных запасов в опте позволяет более оперативно маневрировать товарными ресурсами.

Анализ товарных запасов рекомендуется дополнять анализом товарооборачиваемости. В оптовой торговле этот показатель целесообразно рассчитывать по оптовой организации и в целом по зоне ее обслуживания. При этом фактическая товарооборачиваемость в днях в целом по зоне обслуживания оптовой организации исчисляется путем деления средних товарных запасов в опте и рознице за год (квартал, месяц) на однодневный фактический кредитуемый товароборот розничной торговли.

К факторам, влияющим на товарооборачиваемость в оптовом звене, относятся: организация и частота завоза товаров, объем их оптовой реализации, ассортиментная структура оптового товарооборота.

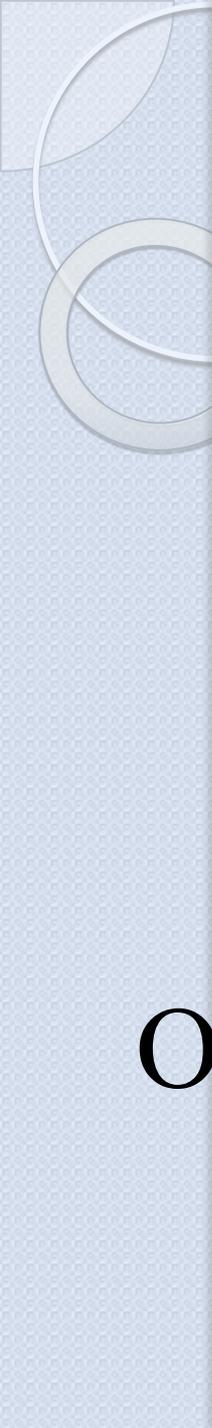
Методика анализа товарных запасов и товарооборачиваемости в разрезе товарных групп аналогична методике анализа этих показателей по общему объему.

Анализ запасов в разрезе товарных групп необходимо проводить во взаимной увязке с состоянием товарных запасов в розничной торговой сети зоны обслуживания, что позволяет принимать оперативные решения по управлению запасами товаров.

Анализ поступления товаров в оптовое звено производится по источникам поступления товаров и конкретным производителям. Его методика предполагает расчет следующих аналитических показателей:

- процент выполнения плана и динамика суммы поставок;
- равномерность и ритмичность выполнения поставок товаров;
- соблюдение ассортимента и качества поступления товаров.

На заключительном этапе производится балансовая увязка показателей оптового товарооборота и ее анализ с учетом того, что основной задачей оптовых организаций является бесперебойная поставка товаров в розничную торговую сеть.



**8. МЕТОДИКА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
ОБОСНОВАНИЯ ПЛАНА
ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА**

В условиях рыночной экономики планирование оптового товарооборота должно быть направлено на максимальное обеспечение бесперебойного снабжения торговых организаций, обслуживаемых оптовым звеном, товарами народного потребления.

Главной задачей планирования оптового товарооборота является определение потребности в товарах номенклатуры оптовой организации и источников их поступления для обеспечения розничного товарооборота торговых организаций, снабжение которых она осуществляет.

Информационная база для планирования оптового товарооборота должна включать следующие источники:

- результаты анализа выполнения плана и динамики развития оптового товарооборота и звенности товародвижения за предыдущий период;
- информация о заключенных с поставщиками и покупателями договорах на поставку товаров;
- планы розничного товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре зоны обслуживания;

- расчеты необходимого поступления товаров в ассортиментном разрезе в организации розничной торговой сети и общественного питания зоны обслуживания на планируемый год;

- планы производства товаров народного потребления, в том числе за счет собственных источников;

- результаты проведения оптовых ярмарок;

- комплекс намечаемых мероприятий по упорядочению звенности товародвижения и схем завоза товаров на планируемый период.

Хозрасчетные оптовые организации должны самостоятельно разрабатывать и утверждать следующие плановые показатели: общий товарооборот организаций оптовой торговли, оптовый товарооборот, потоварные нормативы товарных запасов; товарное обеспечение плана оптового товарооборота и поступление товаров по общему объему и в ассортименте.

В условиях рыночной конкуренции является целесообразным применение многовариантных подходов к планированию оптового товарооборота, что позволяет, в свою очередь, выбрать наиболее оптимальный и обоснованный вариант плана.

Первым вариантом, наиболее традиционным и распространенным в практической деятельности оптовых организаций, в том числе системы потребительской кооперации, является метод от частного к общему. Его сущность заключается в первоначальном планировании оптового товарооборота в разрезе отдельных товарных групп, а затем на основании обобщения рассчитанных планов определяется общая плановая сумма оптового товарооборота. Использование такого варианта планирования дает возможность оптовым торговым организациям ориентироваться на рационализацию звенности товародвижения.

Реализация данного варианта планирования оптового товарооборота осуществляется по следующей схеме:

1. Определение общей потребности в данной товарной группе (Побщ.), которая складывается из потребностей организаций розничной торговли (Прозн.), общественного питания (Побщ.) и промышленности (Ппром.):

$$П\text{ общ.} = П\text{ розн.} + П\text{ общ.} + П\text{ пром.}$$

2. Определение объема поставок данной товарной группы, минуя складское звено (Омин. скл.).

3. Расчет объема оптового оборота по данной товарной группе (ОТО):

$$\text{ОТО} = \text{Побщ.} - \text{О мин. скл.}$$

4. Определение в соответствии с установленными схемами завоза товаров объема оборота торгового посредничества, а также других видов оптового оборота.

5. Определение всего объема оптового товарооборота по товарным группам путем суммирования различных видов оптового товарооборота.

При *втором варианте* планирования на базе проведенного анализа путем экспертной оценки устанавливается доля участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания. Затем на основе использования плана общего объема розничного товарооборота зоны обслуживания и спрогнозированной доли оптовой организации делается расчет плана общего объема оптового товарооборота на предстоящий период (год и более).

Пример: Определить на планируемый год объем оптового товарооборота с учетом прогнозной доли участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания. Фактический РТО зоны обслуживания составил в отчетном году 6645,4 млн р., оптовый товарооборот оптовой организации- 3251,4 млн р. Путем экспертной оценки предусмотрено повысить долю участия оптовой организации в обеспечении розничного товарооборота зоны обслуживания на 3,5 процентных пункта. РТО зоны обслуживания запланирован в размере 6930 млн р.

Решение:

1) определяем долю участия оптовой организации в обеспечении РТО зоны обслуживания в отчетном году:

$$3251,4:6645,4*100=48,9\%;$$

2) Находим прогнозную долю участия оптовой организации в обеспечении РТО:

$$48,9+3,5=52,4\%;$$

3) определяем плановый объем оптового товарооборота:

$$6930,0*52,4/100=3631,3 \text{ млн р.}$$

Третий вариант планирования оптового товарооборота предполагает определение его плановой величины, исходя из потребности оптовой организации в сумме прибыли, остающейся в ее распоряжении, а также размера средств на оплату труда. Данный вариант планирования требует учета действующей системы налогообложения в Республике Беларусь. Кроме того, могут быть использованы существующие подходы к определению экономических границ деятельности торговой организации, в том числе оптовой.

Формализованно объемы безубыточной и минимально рентабельной деятельности оптовой организации за отчетный и на планируемый периоды определяются следующим образом:

$$T_{\text{ТБотч}} = \frac{\sum R_{\text{пост}}}{\text{УД} - \text{УР}_{\text{перем}}} \cdot 100,$$

$$T_{\text{мин.рент.}} = \frac{\sum R_{\text{пост}} + \Pi_{\text{мин}}}{\text{УД} - \text{УР}_{\text{перем}}} \cdot 100,$$

$$T_{\text{ТБплан}} = T_{\text{ТБотч}} \cdot \text{ТР}_{\text{сц}} \cdot \text{ip},$$

$$T_{\text{мин.рент.план}} = T_{\text{мин.рент.}} \cdot TP_{\text{сц}} \cdot ip,$$

где $T_{\text{ТБотч}}$ — объемы безубыточной и минимально рентабельной торговой деятельности оптовой организации за отчетный год;

$T_{\text{ТБплан}}$, $T_{\text{мин.рент.план}}$ — объемы безубыточной и минимально рентабельной торговой деятельности оптовой организации на планируемый год;

$\Sigma P_{\text{пост.}}$ — сумма условно-постоянных расходов в отчетном году;

$УД$ — уровень доходов без косвенных платежей в отчетном году, %; $P_{\text{мин}}$ — сумма минимальной прибыли оптовой организации в отчетном году;

$TP_{\text{сц}}$ — темпы роста оптового товарооборота в сопоставимых ценах в планируемом году;

ip — прогнозируемый индекс роста цен на потребительские товары в планируемом году.

По *четвертому варианту* плановая сумма оптового товарооборота определяется с использованием корреляционного анализа и расчетов на ЭВМ путем отбора факторов, наиболее сильно влияющих на величину оптового оборота. На основании проведенного отбора строится многофакторная модель, по которой определяется план товарооборота:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots + a_nx_n, \quad \text{где}$$

$x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ — влияющие факторы: структура розничного товарооборота зоны обслуживания, коэффициент складской звенности, временной фактор и т. д.;

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ — параметры уравнения.

Пятый вариант. По отдельным товарным группам, по которым проявляется четкая тенденция зависимости развития оптового товарооборота от розничного зоны деятельности оптовой организации, плановую реализацию товаров можно определить с помощью коэффициентов эластичности оптового товарооборота от розничного по соответствующим группам товаров.

Коэффициент эластичности свидетельствует об относительном увеличении или снижении оптовой реализации товаров на каждый процент изменения розничного товарооборота зоны обслуживания. Формализованно он определяется следующим образом:

$$K_{\text{э}} = \frac{\Delta \text{ОТО}}{\Delta \text{РТО}},$$

где $K_{\text{э}}$ — коэффициент эластичности;

$\Delta \text{ОТО}$ — среднегодовой темп прироста оптового оборота, %;

$\Delta \text{РТО}$ — среднегодовой темп прироста розничного товарооборота зоны обслуживания, %.

Общий объем оптового товарооборота при данном варианте планирования определяется путем суммирования запланированных продаж товаров по ассортиментной структуре.

На заключительном этапе каждый вариант плана подвергается логической оценке, а затем принимается окончательный вариант проекта плана оптового товарооборота.



9. ПЛАНИРОВАНИЕ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ И ПОСТУПЛЕНИЯ ТОВАРОВ В ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

Главной целью планирования товарных запасов в оптовой торговле является обеспечение достаточного размера товаров в оптовом звене для бесперебойного снабжения розничной торговой сети. В соответствии с функциональным назначением оптовой торговли увеличивать долю товарных запасов в оптовом звене. Кроме того, обоснованное размещение товарных запасов между оптовым и розничным звеньями требует комплексного подхода, к их планированию, который должен также предусматривать рационализацию товародвижения. Важнейшим этапом планирования товарных запасов в оптовом звене является их нормирование. Оптовые организации должны разрабатывать нормативы товарных запасов в разрезе товарных групп, а затем в целом по организации.

К основным методам нормирования товарных запасов в оптовом звене следует отнести:

- опытно-статистический;
- нормирование товарных запасов с учетом их среднегодового изменения (применяется в случае поступательного развития экономики торговых организаций оптового звена);
- нормирование товарных запасов с использованием их эластичности;
- нормирование товарных запасов с использованием индексного метода;
- экономико-математические методы;
- метод технико-экономических расчетов.

В экономической практике метод технико-экономических расчетов является наиболее достоверным, хотя и не исключает ряда трудностей при определении норматива.

Норматив товарных запасов по конкретной товарной группе, прогнозируемый методом технико-экономических расчетов, определяется по следующим элементам с использованием формулы:

$$H = M + \frac{\Pi}{2},$$

где N — норматив товарных запасов по конкретной товарной группе, дн.;

M — минимальный запас, дн., включающий в себя:

- запас в днях, по которому включаются все складские операции (B);
- резервный запас первого вида на случай неравномерности завоза товаров (PZ_1);
- резервный запас второго вида на случай повышенного спроса, (PZ_2) т.е.:

$$M = B + PZ_1 + PZ_2.$$

Величина резервных запасов определяется в размере 20-25% от частоты завоза товаров в оптовые организации; Π — средний запас текущего пополнения. По товарам простого ассортимента он равен половине срока частоты завоза ($\Pi/2$), по товарам сложного ассортимента запас текущего пополнения рассчитывается с учетом коэффициента комплектности поставок (k) по формуле:

$$H=M+(\Pi:2)*k$$

Норматив товарных запасов в сумме в оптовом звене определяется путем умножения рассчитанных нормативов товарных запасов в днях на однодневный плановый оптовый товарооборот.

Заключительным этапом планирования оптового товарооборота является расчет его товарного обеспечения и определения источников поступления товаров в оптовую организацию. Расчет товарного обеспечения оптового товарооборота может производиться в натуральных и стоимостных показателях.

Товарное обеспечение плана оптового товарооборота определяется исходя из формулы балансовой увязки.

Планы товарного обеспечения оптового товарооборота устанавливаются на год и уточняются ежеквартально с учетом изменений в объемах поступления товарных ресурсов.

Таким образом, балансовая взаимозависимость показателей оптового товарооборота позволяет запланировать не только величину оптовой реализации, но и объем и структуру закупки, а также поступление товаров в оптовые организации в разрезе их приобретения.



10. РЕЗЕРВЫ РОСТА ОПТОВОГО
ТОВАРООБОРОТА И ПУТИ
РАЦИОНАЛИЗАЦИИ
ТОВАРОДВИЖЕНИЯ

Логическим итогом проведения экономического анализа оптового товарооборота является расчет резервов роста и разработка путей оптимизации этого показателя.

Резервы роста оптового товарооборота:

1. Применение различных форм управления оптовой торговлей в каждом регионе с учетом местных условий.

2. Упорядочение схем завоза товаров, разграничение ответственности между структурными подразделениями оптовой торговой организации за проведение этих мероприятий. Так, для районного потребительского общества, имеющего оптовое звено, можно предложить следующую схему распределения функций между его структурными подразделениями:

а) коммерческая служба райпо должна осуществлять организацию хозяйственных связей с поставщиками и розничными торговыми организациями, изучать покупательский спрос на товары, определять потребность в товарах, составлять заявки на потребительские заказы;

б) информационно-диспетчерская служба обязана обеспечивать оперативность сбора, обработки и передачи коммерческой информации;

в) планово-экономическая служба должна осуществлять обоснованное планирование объемов оптового товарооборота и поступления товаров в оптовое звено;

г) финансовая служба райпо обязана обеспечивать объемы торговой деятельности, в том числе оптового звена, финансовыми ресурсами;

д) розничные торговые организации райпо должны качественно и своевременно обеспечивать оформление заявок и другой документации, связанной со снабжением розницы товарами народного потребления.

3. Активизация коммерческой деятельности оптовых организаций путем оказания дилерских услуг товаропроизводителям, осуществление закупок товаров крупными партиями, принятие мер по восстановлению хозяйственных связей с поставщиками товаров, которые в республике не производятся.

4. Улучшение работы оптовых торговых организаций по изучению рынка, использованию маркетинговой концепции, возможностей вычислительной техники по информационному обеспечению управления торговыми процессами.

5. Укрепление финансового положения оптовых организаций, более эффективное использование ими производственной инфраструктуры путем диверсификации хозяйственной деятельности: внедрение новых нетрадиционных видов производств, расширение посреднических услуг и т.д.

6. Внедрение прогрессивных форм управления оптовой торговлей на уровне межрайонных и республиканских оптовых организаций потребительской кооперации Республики Беларусь:

а) создание на базе убыточных межрайбаз совместных организаций, учредителями которых могут стать райпо в зоне деятельности базы;

б) интеграция складских хозяйств и крупных производителей, создание на этой основе оптовых рынков, выполняющих функции специализированных коммерческих центров.

7.Наращивание удельного веса поставок товаров с межрайбаз в розничную торговую сеть обслуживаемых районов. В первую очередь это касается поставки непродовольственных товаров. Практическая реализация данного направления позволит не отвлекать средства районных потребительских обществ по изысканию и завозу товаров в розничную торговую сеть.

8.Активизация работы оптового звена по внешнеэкономической деятельности, увеличение удельного веса оптовых поставок через кооперативные оптовые организации.

Таким образом, указанные направления позволят упрочить конкурентные позиции оптовых организаций на рынке товаров и услуг и повысить эффективность их функционирования.