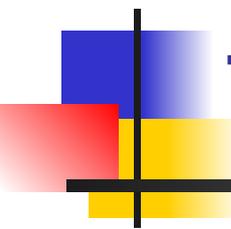
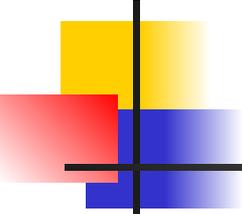


Организационная структура торговой отрасли





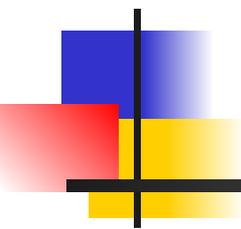
ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

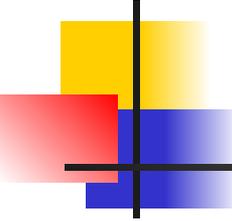
УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 августа 2013 г. N 582-ст.

Дата введения 1 января 2014 г.

Торговая деятельность (торговля):



Вид предпринимательской
деятельности, связанный с
приобретением и продажей
товаров



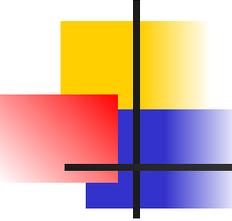
Внешняя торговля

- ***Внешняя торговля*** –

это торговля одной страны с другими странами. Она состоит из ввоза (импорта) и вывоза (экспорта) товаров. Внешняя торговля разных стран в совокупности представляет собой международную торговлю.

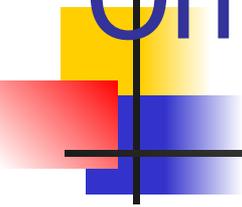
Различают три формы внешней торговли:

- импортную;
- экспортную
- транзитную



Внутренняя торговля

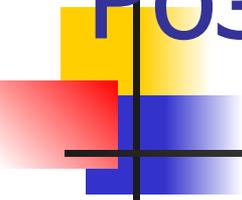
Внутренняя торговля – это совокупность субъектов торговой деятельности, занимающихся куплей-продажей товаров народного потребления и оказанием иных торговых услуг на территории России, функционирование, которых регулируется общими и специальными мерами организационно-экономического и правового характера в целях достижения рыночного согласования товарного предложения и потребительского спроса.



Оптовая торговля

Функции оптовой торговли

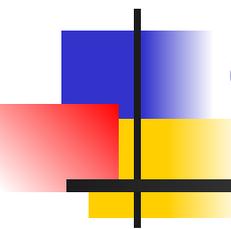
- **Оптовая торговля** - это продажа товаров с целью их последующей перепродажи или для профессионального использования.
- интегрирующую (формирование хозяйственных связей, формирование каналов сбыта);
- оценочную (определение уровня общественно необходимых затрат через ценообразование);
- организующую и регулирующую.



Розничная торговля

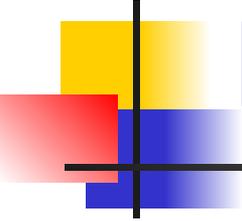
Функции розничной торговли

- Розничная торговля – это продажа товаров потребителям для личного, семейного, домашнего использования
- Обеспечение определенного ассортимента
- Дробление поступающих партий товаров
- Хранение запасов
- Обеспечение сервиса



Форма торговли:

Совокупность организационных приемов и способов торговли.



Мелкооптовая торговля:

- Разновидность оптовой торговли, связанная с реализацией товаров покупателю, минимальная партия которых равна или меньше одной транспортной (групповой) упаковки изготовителя и поставщика.

Мелкорозничная

торговля:

- Разновидность розничной торговли, связанная с реализацией товаров ограниченного ассортимента в нестационарных торговых объектах и по месту нахождения покупателей через передвижные средства развозной и разносной торговли.



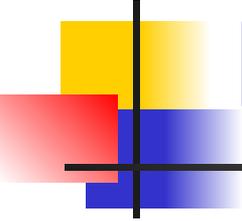
Развозная торговля

Розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством.



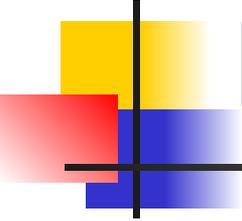
Разносная торговля

Розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в учреждениях, организациях, предприятиях, транспорте или на улице.



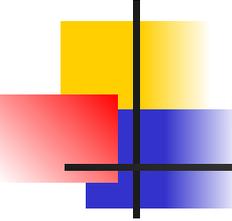
Посылочная торговля

Розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети путем непосредственного контакта продавца с покупателем на дому, в учреждениях, организациях, предприятиях, транспорте или на улице.



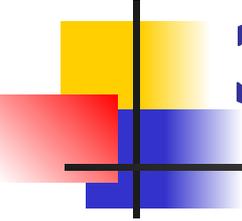
Комиссионная торговля

Розничная торговля, предполагающая продажу комиссионерами товаров, переданных им для реализации третьими лицами-комитентами, по договорам комиссии.



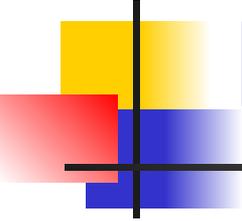
Дистанционная торговля:

- Форма торговли, осуществляемая на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, на интернет-сайтах или представленным на фотоснимках, с использованием средств связи (телерадиорекламы, телемагазина, почтовой связи, электронной торговой площадки и других средств связи) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром (образцом товара) до заключения договора купли-продажи и осуществления оплаты за товар.



Электронная торговля:

- Форма торговли, осуществляемая с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети Интернет и электронных процедур.



Интернет-торговля:

- Форма электронной торговли, при которой ознакомление покупателя с товаром и условиями продажи, а также сообщение продавцу о намерении купить товар происходит посредством информационно-коммуникационной сети Интернет.

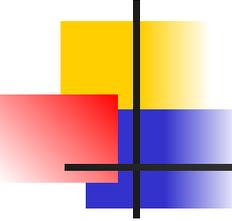


Субъекты торгового дела

Субъект торговли: Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, занимающиеся торговлей и зарегистрированные в установленном порядке.

Торговое предприятие: Имущественный комплекс, используемый организацией для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли.

Примечание. Имущественный комплекс включает земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, товары, права требования, долги, фирменное наименование, товарные знаки, знаки обслуживания и др.



Торговые структуры

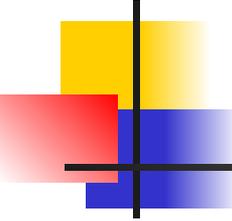
торговая сеть: Совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением.

стационарная торговая сеть: Торговая сеть, расположенная в специально оборудованных и предназначенных для ведения торговли зданиях и строениях.

Примечание. Стационарную торговую сеть образуют строительные системы, имеющие замкнутый объем, прочно связанные фундаментом с земельным участком и подсоединенные к инженерным коммуникациям.

нестационарная торговая сеть: Торговая сеть, функционирующая на принципах разносной и развозной торговли.

Примечание. Нестационарную торговую сеть представляют палатки, автолавки, автоцистерны и т.п.

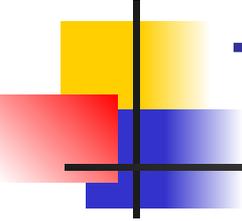


Субъекты оптовой торговли

Торговые организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие оптовую торговлю, могут иметь товарные склады (общетоварные, специализированные), организовывать хранение и переработку товаров, формировать их запасы в объеме и ассортименте, необходимых для бесперебойной торговли, оказывать информационные, транспортные и иные услуги, связанные с торговлей.

Число организаций оптовой торговли РФ (на конец года)

| Показатели | Годы | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2005 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Организаций оптовой торговли, включая оптовую торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами потребительскими товарами, всего, тыс. ед. | 398,6 | 417,4 | 560,5 | 605,3 |

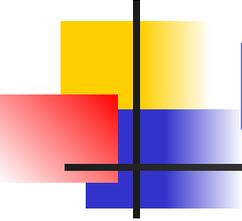


Субъекты розничной торговли

Розничная торговля осуществляется, если иное не предусмотрено формой торговли, через торговые объекты (магазин, павильон, киоск, палатку, лоток, торговый автомат, автолавку, автомагазин и иные торговые объекты) на основании заключаемых договоров розничной купли-продажи.

Число организаций розничной торговли РФ (на конец года)

| | 2005 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|--------|--------|--------|--------|
| Организации, осуществляющие торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт, тыс. | 133,3 | 179,0 | 216,1 | 236,0 |
| Розничные рынки, тыс. | 5,8 | 3,7 | 3,5 | 3,4 |
| Число торговых мест на рынках, тыс. | 1214,1 | 1021,6 | 971,0 | 961,1 |
| Индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в розничной торговле²⁾, тыс. человек | 1437,4 | 1742,6 | 1757,1 | 1743,9 |



Вид и тип предприятий розничной торговли

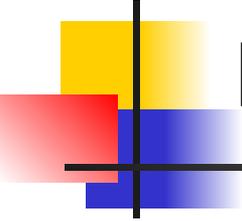
вид предприятия розничной торговли: Предприятие розничной торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров.

Примечание. Различают универсальные, специализированные магазины, магазины с комбинированным, а также смешанным ассортиментом товаров.

тип предприятия розничной торговли: Предприятие розничной торговли, определенного вида, классифицированное по торговой площади и формам торгового обслуживания покупателей.

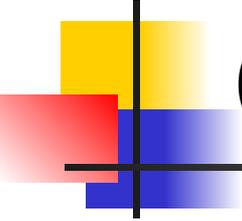
Примечание. Типом предприятия розничной торговли являются: универмаг, универсам, магазин "Ткани", магазин "Продукты" и т.д.

Вид торгового предприятия:



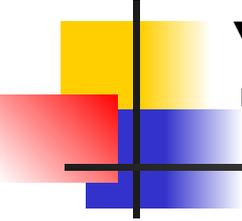
Предприятие торговли, классифицированное по ассортименту реализуемых товаров.

- *Примечание — К видам торговых предприятий относят предприятия с универсальным ассортиментом, предприятие со специализированным ассортиментом, предприятия с комбинированным ассортиментом, предприятия со смешанным ассортиментом.*



Тип торгового предприятия (предприятия торговли):

- Предприятие торговли определенного вида, классифицированное по площади торгового объекта, методам продажи и/или формам торгового обслуживания покупателей.

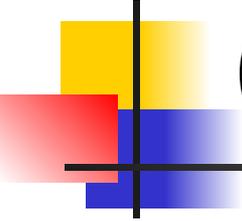


Универсальный магазин:

- Магазин, в котором осуществляется продажа универсального ассортимента продовольственных и /или непродовольственных товаров.

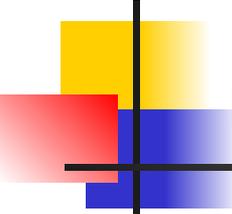
Специализированный магазин:

- Магазин, в котором осуществляется продажа товаров одной группы или ее части [продовольственных групп («рыба», «мясо», «колбасы», «минеральные воды», «хлеб», «овощи-фрукты» и т.д.), непродовольственных групп («одежда», «обувь», «ткани», «мебель», «книги», «зоотовары», «семена», «цветы» и т.д.)].



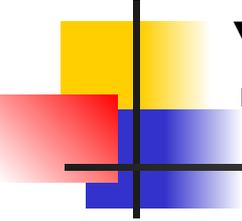
Супермаркет (универсам):

- Магазин, с площадью торгового объекта от 400 м², до 5000 м², в котором осуществляется продажа продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса преимущественно по методу самообслуживания.
- *Примечание — площадь торговых объектов, расположенных во встроенных и встроено-пристроенных помещениях не должна превышать 1000 м².*



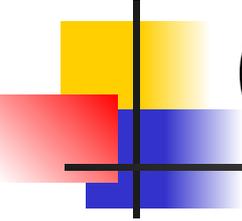
Дискаунтер:

- Магазин типа супермаркет (универсам) эконом - класса, с площадью торгового объекта от 250 м², в котором осуществляется продажа ограниченного ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса по ценам ниже среднерыночных преимущественно по методу самообслуживания.
- *Примечание — площадь торговых объектов, расположенных во встроенных и встроено-пристроенных помещениях не должна превышать 1000 м².*



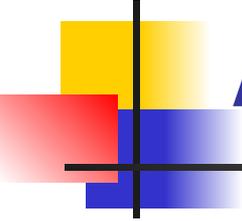
Универмаг:

- Магазин с площадью торгового объекта от 3500 м² в городском населенном пункте и от 650 м² в сельском населенном пункте, в котором осуществляется продажа непродовольственных товаров универсального ассортимента.
- *Примечание — Площадь торговых объектов, расположенных во встроенных и встроенно-пристроенных помещениях не должна превышать 1000 м².*



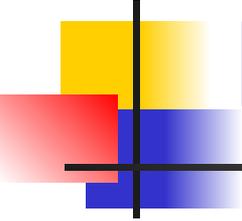
Торговый комплекс (торговый центр):

- Совокупность торговых предприятий, осуществляющих розничную продажу товаров внутри одного стационарного торгового объекта, имеющего общий вход (входы) для посетителей, площадь которого разграничена на помещения, имеющие отдельный вход и оборудованы торговые места.
- *Примечание — Централизация функций хозяйственного управления торговым комплексом осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации. Торговый комплекс размещается в объектах капитального строительства.*



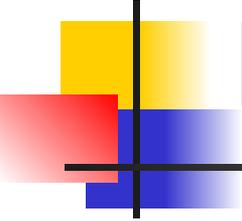
Аутлет-центр

Торговый центр с общей площадью свыше 5000 м, в котором осуществляют продажу непродовольственных товаров из коллекций (групп товаров, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой), не проданных в течение сезона или нескольких сезонов в торговых предприятиях первоначального размещения коллекций, по цене, ниже установленной при продаже товаров в сезон распродажи.



Молл

Многофункциональный торгово-развлекательный центр общей площадью от 100000 м



Интернет-магазин:

- Часть торгового предприятия/торговой организации или торговая организация, предназначенная для предоставления покупателю посредством сети Интернет сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте товаров, ценах, продавце, способах и условиях оплаты и доставки, для приема от покупателей посредством сети Интернет сообщений о намерении приобрести товары, а также для обеспечения возможности доставки товаров продавцом либо его подрядчиком по указанному покупателем адресу либо до пункта самовывоза

Современные торговые форматы

Критерии отнесения торговых предприятий к малым

Оптовая торговля

- Среднесписочная численность сотрудников – 50 человек

Розничная торговля

- Среднесписочная численность сотрудников – 30 человек

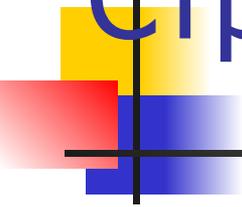
Степень концентрации в торговле

Оптовая торговля

Только около 5% всех организаций оптовой торговли могут быть отнесены к категории средних и крупных. При этом на долю средних и крупных предприятий приходится более 40% оптового оборота. А средний оборот одного крупного предприятия примерно в 9 раз превышает оборот среднестатистического оптового предприятия, что свидетельствует, с одной стороны, о высокой степени дифференциации, а, с другой, - о высокой степени концентрации капитала в сфере оптовой торговли.

Розничная торговля

Доля крупных и средних организаций в розничной торговле составляет чуть более 6%. Между тем на долю крупных и средних розничных предприятий приходится более 40% оборота. Этот показатель аналогичен показателю оптовой торговли. Оборот одного крупного розничного предприятия в 4 раза превышает оборот среднестатистического предприятия. По данному показателю розничная торговля значительно уступает оптовой.



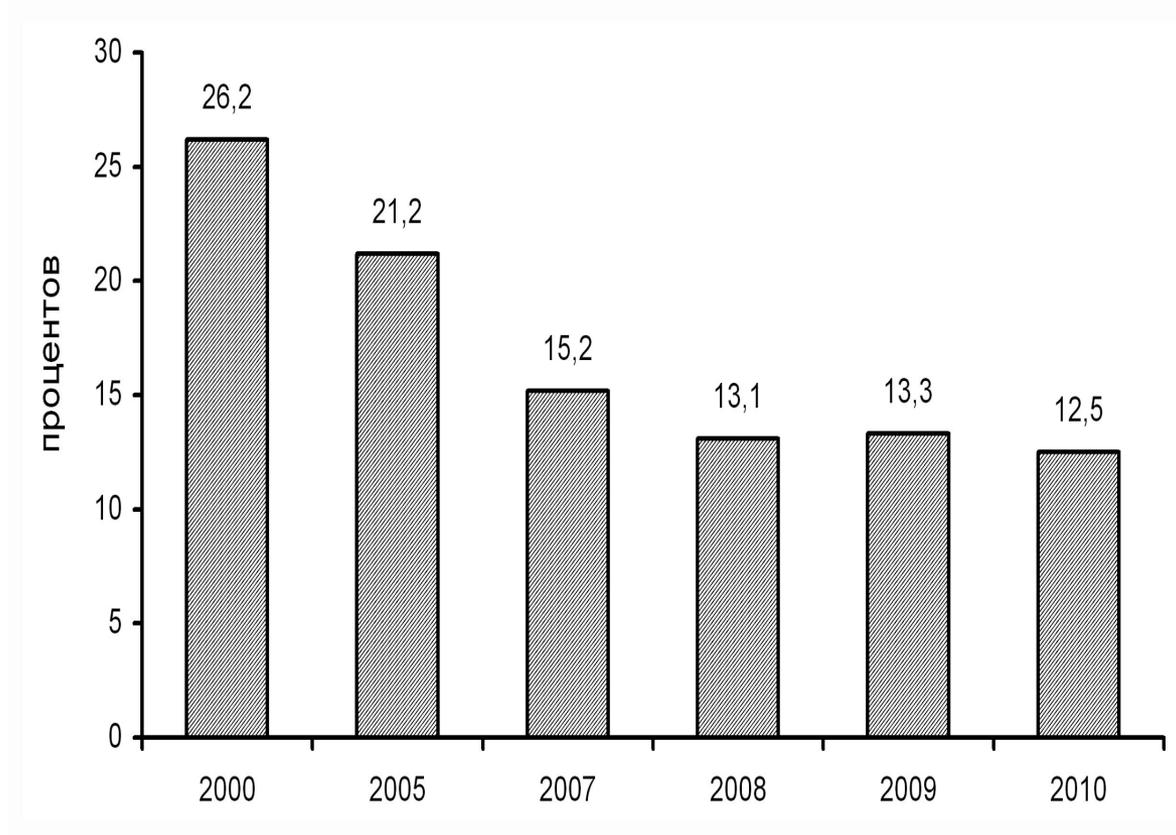
Структура каналов продаж

Для российского рынка розничной торговли характерна низкая доля продаж, приходящаяся на современные каналы торговли

Например, для продуктовой розничной торговли доля продаж через современные форматы в 2008 году составила 35%. Для сравнения в Дании этот показатель составлял 83%, во Франции – 78%.

УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ПРОДАЖИ ТОВАРОВ НА РЫНКАХ В ОБОРОТЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

(в фактически действовавших ценах)



Структура оборота розничной торговли непродовольственными товарами в Российской Федерации

Структура оборота розничной торговли непродовольственными товарами РФ, %, 2003 – 2008 гг.

