

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

ФИРSOBA Л.Л.



СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ РТ

- **Розничная торговля** – вид предпринимательской деятельности в сфере торговли, связанный с реализацией товаров непосредственно потребителю для личного, бытового, семейного, домашнего использования.
- **Функции розничной торговли** заключаются в следующем:
 - • удовлетворение потребностей населения в товарах;
 - • доведение товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
 - • поддержание баланса между предложением и спросом;
 - • воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
 - • совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей.
- Следовательно, процесс розничной торговли складывается из целенаправленной продажи товаров, обслуживания покупателей, торговых и послепродажных услуг.

ВИДЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- **Существуют 3 вида розничной торговли:** стационарная торговая сеть, передвижная торговая сеть, посылочная торговля.
- I. **Стационарная торговая сеть** является наиболее распространённой, включает в себя как крупные современные, технически оборудованные магазины, так и ларьки, палатки, торговые автоматы.
- II. **Передвижная торговая сеть** способствует приближению к покупателям и оперативному его обслуживанию (разносная с применением лотков и других несложных устройств; прямая продажа на дому).
- III. **Посылочная торговля** занимается обеспечением населения, предприятий, организаций книжной продукцией, канцтоварами, аудио- и видеозаписями, радио- и телеаппаратурой и т.д.

ВИДЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

- В структуре розничной торговли учитывается ассортиментный признак. Товары обычно объединяются в соответствующие группы по признаку производственного происхождения или потребительского назначения. В розничной торговли в связи с этим **функционируют различные виды магазинов:**
- 1) **Специализированные магазины** занимаются реализацией товаров одной конкретной группы (мебель, радиотовары, электротовары, одежда, молоко, хлебобулочные изделия и др.).
- 2) **Узкоспециализированные магазины** продают товары составляющие часть товарной группы (мужская одежда, рабочая одежда, шёлковые ткани и др.).
- 3) **Комбинированные магазины** осуществляют реализацию товаров нескольких групп, отражающих общность спроса или удовлетворяющих соответствующий круг потребителей (мото-вело-культтовары, книги и плакаты, хлебобулочные и кондитерские изделия, вино, фрукты, меха и др.).
- 4) Универсальные магазины продают товары многих товарных групп в специализированных секциях.
- 5) **Смешанные магазины** реализуют товары различных групп как продовольственных, так и непродовольственных, не образуя специализированные секции.

ФОРМАТЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

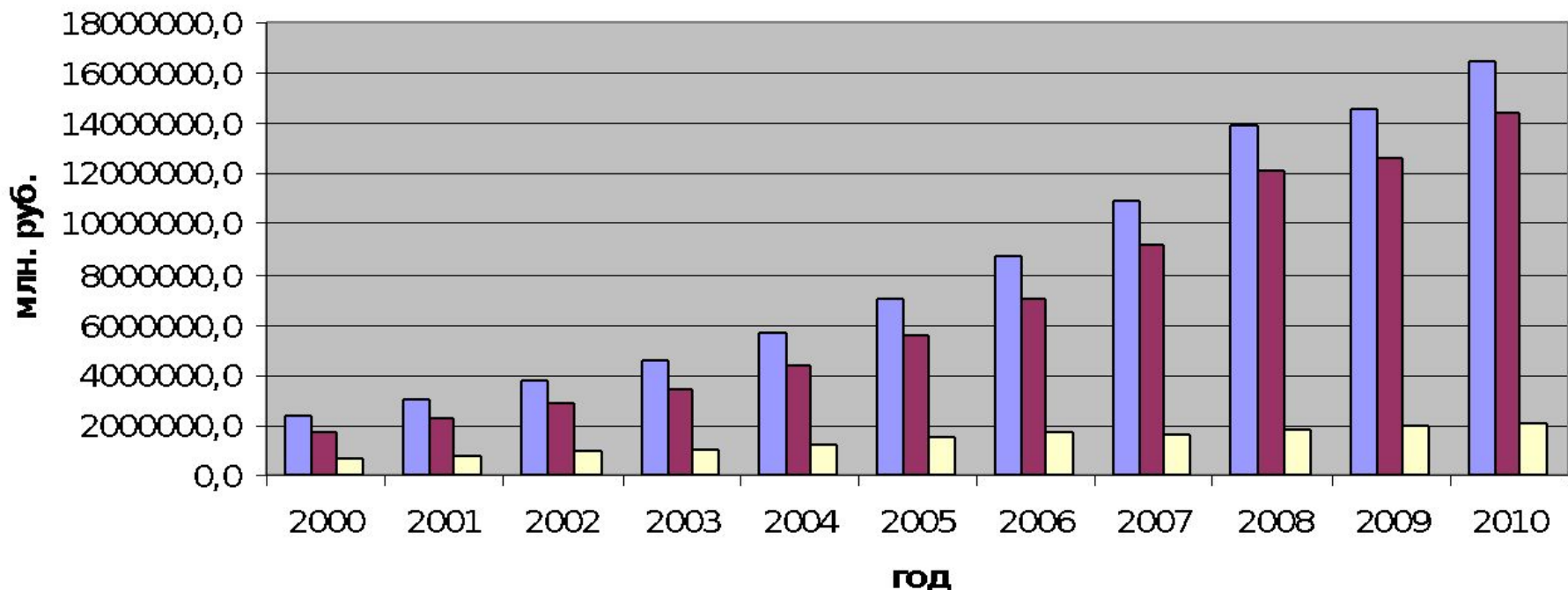
- Существует понятие **формата розничного** магазина. Это набор характеристик, присущих какому-либо виду магазина. Такими характеристиками являются:
 - • площадь торгового зала;
 - • количество товарных позиций;
 - • уровень обслуживания покупателей;
 - • технология размещения товара.
- Есть следующие **форматы розничной торговли**:
 - • супермаркет
 - • гипермаркет
 - • универсам
 - • универмаг
 - • интернет-магазин
 - • cash&carry
 - • дискаунтер
 - • «магазин у дома»
 - • «магазин на диване»

ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ДИНАМИКУ РТ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Год	Всего, млн. руб.	Оборот прод. товаров, млн. руб.	Оборот непрод. товаров, млн. руб.	Оборот розничной торговли торгующих организаций, млн. руб.	Продажа на рынках и ярмарках, млн. руб.
2000	2352274,3	1093195,2	1259079,1	1735155,3	617119,0
2001	3070014,0	1416832,3	1653181,7	2294218,0	775796,0
2002	3765363,6	1753919,6	2011444,0	2842887,9	922475,7
2003	4529632,9	2091747,8	2437885,1	3454648,5	1074984,4
2004	5642497,7	2580299,2	3062198,5	4381550,9	1260946,8
2005	7041509,1	3217647,3	3823861,8	5545798,0	1495711,1
2006	8711919,9	3947402,3	4764517,6	7000310,4	1711609,5
2007	10868976,4	4891343,5	5977632,9	9218579,4	1650397,0
2008	13920731,7	6484715,3	7436016,4	12090154,7	1830577,0
2009	14584747,2	7103772,4	7498755,8	12629093,0	1973435,2
2010	16468608,0	7996700,0	8471900,0	14413715,0	2054893,0

ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ДИНАМИКУ РТ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Оборот розничной торговли



■ Всего, млн. руб.

■ Оборот розничной торговли торговых организаций, млн. руб.

■ Продажа на рынках и ярмарках, млн. руб.

ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ДИНАМИКУ РТ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

- Структура товарных ресурсов розничной торговли (в фактически действовавших ценах; в процентах к итогу)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Товарные ресурсы розничной торговли - всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе за счёт:											
собственного производства	60	59	59	57	57	55	54	53	56	59	56
поступлений по импорту	40	41	41	43	43	45	46	47	44	41	44

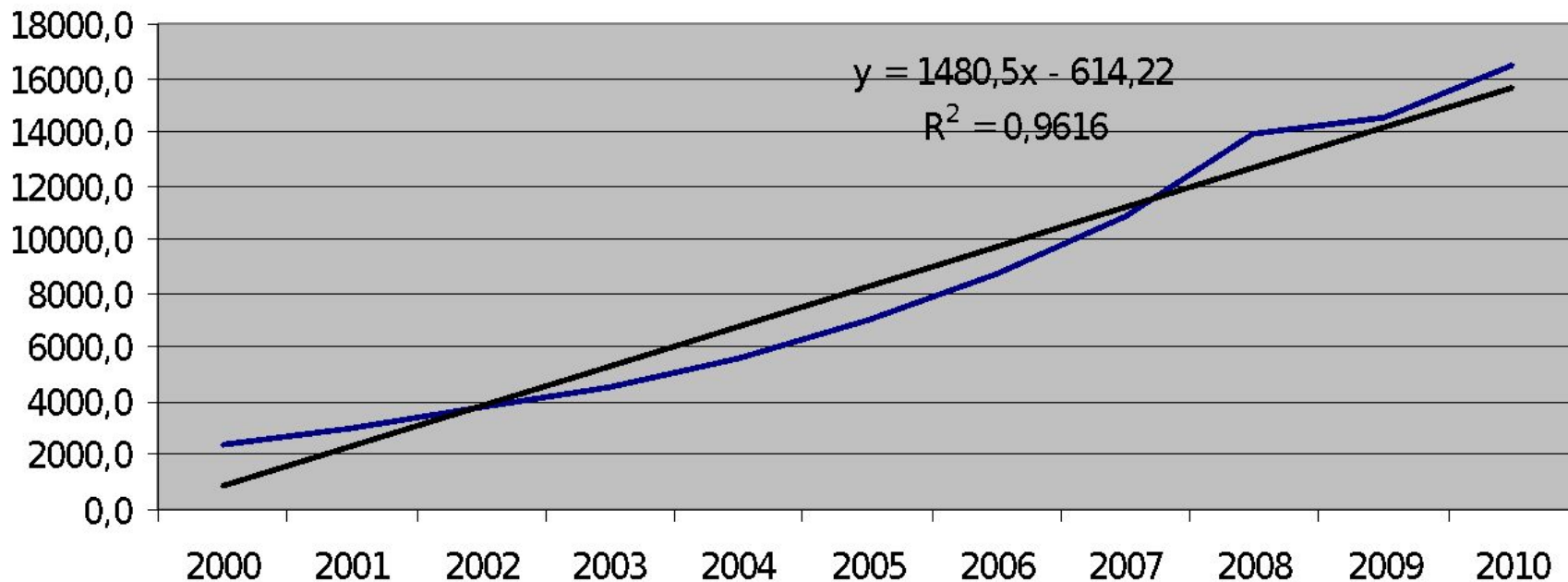
ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ДИНАМИКУ РТ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Товарные запасы в организациях розничной торговли

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Млрд. руб.	98,2	117,9	134,2	162,8	208,4	280,5	349,5	478,1	428,9	492,9
в днях торговли	29	31	32	33	32	28	28	27	28	29

ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ДИНАМИКУ РТ И ТЕНДЕНЦИИ ИХ РАЗВИТИЯ

Оборот розничной торговли в РФ



- Оборот розничной торговли в РФ, млн. руб.
- Линейный (Оборот розничной торговли в РФ, млн. руб.)