



# Товарооборот торгового предприятия

# 1. Понятие товарооборота

Товарооборот- процесс обмена товаров на деньги.

Как экономическая категория товарооборот характеризуется наличием одновременно двух признаков:

- товара как объекта продажи;
- продажи как формы движения товара от производителя к потребителю.

## Товарооборот можно рассматривать:

- как результат деятельности предприятия торговли, его экономический эффект;
- как показатель товарного снабжения населения, один из показателей жизни населения.

Различают розничный и оптовый  
товарооборот

## 2. Розничный товароборот

Розничный товароборот- это продажа товаров непосредственно потребителям для личного потребления. На этой стадии завершается *процесс движения товаров из сферы товарного обращения, и товары переходят в стадию потребления.*

По своему экономическому содержанию РТ представляет собой продажу товаров индивидуальным и частично коллективным потребителям в обмен на их денежные доходы.

Товары продают организациям и предприятиям по безналичным расчетам, перечислениям через Госбанк, в порядке мелкооптовой продажи, которая составляет примерно 5% товарооборота.

Кроме того, в товарооборот входит продажа товаров населению со складов заготовительных пунктов, непосредственно из совхозов, различных производственных организаций, ателье, мастерских одежды, белья, головных уборов, обуви, а также выручка мастерских за изготовление указанных изделий из материалов заказчика, за ремонт одежды, обуви, мебели и т.д.

Объем розничного товарооборота во многом характеризует состояние национальной экономики, отражая положение дел в промышленности и с/х, инфляционные процессы, изменение благосостояния населения, конъюнктуру и емкость внутреннего рынка.

Показатель РТ имеет количественную и качественную характеристики.

*Количественная характеристика-*  
объем реализации в денежном  
исчислении.

*Качественная характеристика-*  
структура(или ассортиментный состав)  
товарооборота.



## Состав РТ классифицируют по видам продаж:

- выручка от продаж продовольственных и непродовольственных товаров в магазинах, палатках, автоматах, киосках, развозной и разносной торговле;
- товарооборот предприятий ОП, состоящий из оборота по продаже продукции собственного производства и покупных товаров, включая наценку;
- выручка от реализации медикаментов в аптеках;
- выручка от реализации книг, газет, журналов, в том числе и по подписке и т.д.

# 3. Оптовый товарооборот

Оптовый товарооборот- это продажа товаров предприятиям, использующим эти товары либо для последующей реализации, либо для производственного потребления в качестве сырья и материалов, либо для материального обеспечения хозяйственных нужд.

В результате оптового  
товарооборота товары *не переходят*  
*в сферу личного потребления, а*  
*остаются в сфере обращения или*  
*поступают в производственное*  
*потребление.*

# Оптовый товароборот классифицируется, как правило:

- по назначению;
- форме организации  
товародвижения.

*В зависимости от назначения оптовый товарооборот разделяется:*

1. на оптовый оборот по реализации;
2. внутрисистемный оптовый товарооборот.

Оптовый товарооборот по реализации- это продажа товаров предприятиям розничной торговли, общественного питания, поставки вне рыночным потребителям, на экспорт. Характеризует процесс непосредственной оптовой продажи товаров.

Внутрисистемный оптовый  
товарооборот- это отпуск товаров  
одними оптовыми предприятиями  
по поручению других  
непосредственно рыночным и  
внутрирыночным потребителям.  
Характеризует движение товаров  
между звеньями оптовой торговли.

Сумма двух видов оптового товарооборота составляет валовой оптовый товарооборот.

В зависимости от организации товародвижения каждый из двух видов оптового товарооборота делиться:

- на складской;
- транзитный.



*Складской оптовый  
товарооборот*- это продажа товаров  
со складов оптовых торговых  
предприятий.

*Транзитный оптовый  
товарооборот*- это поставка  
товаров производителями  
непосредственно розничной  
торговле, минуя складские звенья.

## 4. Особенности товарооборота предприятий питания

Отличительная особенность хозяйственной деятельности предприятий питания- объединение в рамках одного предприятия процессов *производства, реализации и организации потребления продукции.*

The background of the slide features a pattern of stylized autumn leaves in various shades of orange and brown, set against a darker orange gradient background. The leaves are scattered across the frame, with some showing detailed vein patterns.

В зависимости от конечного или промежуточного потребления разделяют *розничный и оптовый товароборот.*

## Розничный товарооборот включает в себя:

- продажу продукции собственного производства и покупных товаров через обеденные залы, буфеты, а также продажу через розничную и мелкорозничную сеть, принадлежащую самим предприятиям;
- реализацию продукции через передвижную сеть;
- отпуск питания работникам предприятия по льготным ценам.

Оптовый товароборот состоит из продажи полуфабрикатов, мучных и кондитерских изделий другим предприятиям питания и розничной торговли.

# 5. Анализ динамики товарооборота

В процессе анализа динамики товарооборота используют систему индексов:

- индекс физического объема товарооборота ( $I_f$ );
- индекс товарооборота в фактически действовавших (текущих) ценах ( $I_t$ );
- индекс цен ( $I_c$ ).

*Индекс физического объема товарооборота*  
характеризует влияние изменения количества структуры реализованных товаров на динамику показателя.

$$I_{\phi} = \frac{\sum p_{1i} q_{0i}}{\sum p_{1i} q_{1i}} \quad (1)$$

где  $p_0$ - цена 1-го товара в отчетном периоде;

$p_1$ - цена 1-го товара в базисном периоде;

$q_0$ - количество 1-го товара, реализованного в отчетном периоде;

$q_1$ - количество 1-го товара, реализованного в базисном периоде;

1- вид товара;

n- число видов товаров.

*Индекс товарооборота в фактически действовавших ценах(текущих) отражает изменение совокупной стоимости проданных товаров за анализируемый период. На состояние показателя влияют 2 фактора – количество реализованных товаров и динамика цен.*

$$I_m = \frac{\sum p_{0i} q_{0i}}{\sum p_{1i} q_{1i}} \quad (2)$$



*Индекс цен* показывает изменение совокупной стоимости определенного количества товаров в течение рассматриваемого периода.

$$I_{ц} = \frac{\sum P_{0i} q_{0i}}{\sum P_{1i} q_{0i}} \quad (3)$$

Между рассматриваемыми индексами  
существует математическая зависимость.

$$I_{\phi} = I_T / I_{\psi} \quad (4)$$

## 6. Анализ товарооборота и производственной программы

- Анализ Т/О предприятия питания позволяет оценить достигнутые результаты, изучить развитие Т/О по видам и формам, оценить правильность, реалистичность стратегии предприятия в развитии Т/О, сравнить масштабы деятельности данного предприятия с конкурентами. Оценка достигнутых результатов — основа планирования объема реализации.

- Цель анализа Т/О – получение информации, необходимой для принятия решений, *что и в каких количествах следует продавать на рынке в будущем, чтобы обеспечить получение необходимой прибыли.*

# Задачи анализа Т/О:

- Анализ Т/О в предплановом периоде, проверка степени его выполнения по сравнению с планом или предыдущим периодом, выявление всех изменений, произошедших в объеме, составе и структуре Т/О за этот период.
- Изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на динамику и изменение т\о.
- Выявление внутренних резервов, путей и возможностей оптимизации т/о и совершенствование его ассортиментной структуры.

# *Методика экономического анализа*

- 1) изучение выполнения плана Т/О по собственной продукции, в том числе обеденной и прочей, по розничной реализации, оптовой продаже, выполнение плана по валовому товарообороту;
- 2) изучение динамики валового, оптового, розничного оборота, а также оборота по собственной продукции, в том числе обеденной и прочей;

- 3) анализ производственной программы предприятия питания;
- 4) исследование влияния важнейших факторов на выполнение плана и динамику Т/О (товарного обеспечения, запасов, товарооборотчиваемости, производительности труда и др.);
- 5) выявление резервов роста Т/О и разработка конкретных мероприятий по увеличению Т/О.

Анализ Т/О проводится в фактических (действующих) и сопоставимых ценах.

Для определения Т/О в сопоставимых ценах необходимо его объем с момента действия новых продажных цен разделить на индекс цен.



Анализ не будет полным без расчета средних темпов роста. Исчисление производят по формуле средней геометрической:

$$T_{\text{ср}} = \sqrt[n-1]{Y_n : Y_1},$$

где  $T_{\text{ср}}$  – средний темп роста;

$Y_n$  – товарооборот, достигнутый в  $n$ -м году;

$Y_1$  – товарооборот базисного года;

$n$  – число лет в периоде.

# *базисные и цепные темпы роста* (прироста)

- *Темп роста* показывает, во сколько раз данный уровень больше или меньше уровня базисного периода.
- *Темп прироста* показывает, на сколько % данный уровень больше или меньше уровня базисного периода.

- Если за базу сравнения принять первый год (первый уровень динамического ряда) и сравнить с ним все последующие, то получим **базисные показатели**.
- Если сопоставить каждый последующий показатель динамического ряда с предыдущим, то получим **цепные показатели**.

# Факторы, влияющие на товарооборот

- *Первая группа факторов* – обеспеченность товарными ресурсами, их правильное использование.
- *Вторая группа* - обеспеченность трудовыми ресурсами, эффективность их использования.
- *Третья группа* – состояние, эффективность использования основных фондов и материально-технической базы предприятия.

*Важнейший фактор развития  
Т/О – обеспеченность  
товарными ресурсами.*

$$ТЗ_{\text{н}} + \Pi = Т/О + В + ТЗ_{\text{к}}$$

*Второй фактор, влияющий на  
Т/О – трудовые ресурсы.*

*Метод цепных подстановок:*

$$T/O = Ч * T * Д * V_{ч}$$

*Ч* – численность работников, чел;

*T* - средняя продолжительность рабочего дня,

*Д* - среднее количество дней, отработанных  
одним работником,

*V<sub>ч</sub>* - среднечасовая выработка на одного  
работника.

# *Резервы роста Т/О*

- 1.Изучение спроса покупателей.
- 2.Расширение и обновление ассортимента товаров.
- 3.Проведение рекламных мероприятий.
- 4.Проведение маркетинговых мероприятий.
- 5.Полная и ритмичная обеспеченность товарами.

6. Совершенствование режима работы, внедрение прогрессивных форм обслуживания.

7. Обеспеченность квалифицированными трудовыми ресурсами, повышение квалификации работников.

8. Обеспеченность торговым оборудованием и эффективное его использование.

9. Повышение культуры обслуживания.