

РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ: СОСТОЯНИЕ, ДИНАМИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей, население получает через торговлю. Количественная и качественная характеристика товарной массы, которая переходит из сферы производства в сферу потребления в соответствии с законами товарного обращения, находит свое выражение в показателях товарооборота.

Под розничным товарооборотом понимается продажа товаров населению для удовлетворения личных потребностей в обмен на его денежные доходы. Экономические отношения, связанные с обменом денежных доходов на товары, выражают экономическую сущность розничного товарооборота. Розничный товарооборот характеризует завершение процесса обращения, когда товары переходят в собственность потребителей, потребляются или образуют потребительский фонд.

Розничный товарооборот характеризуется различными показателями (стоимостными и натуральными, показателями его изменения, показателями объема продаж на душу населения) и имеет несколько классификационных признаков.

Розничный товарооборот – это важнейший показатель деятельности торговой организации. Также он характеризует уровень экономического развития страны, степень развития рынка и его конъюнктуру.

Розничный товарооборот, включая общественное питание, через все каналы реализации в 2002 г. составил 11 666,9 млрд р., что в сопоставимых ценах на 12,9 % больше, чем в 2001 г. Прогнозом на 2002 г. его рост предусматривался на 5-6 %. Товарооборот предприятий общественного питания составил 634,7 млрд р., или соответственно 113,3 и 105,9 % к уровню 2001 г. За первый квартал 2003 г. розничный товарооборот, включая общественное питание, через все каналы реализации составил 2 802 млрд р., что в сопоставимых ценах на 11,1 % больше, чем за аналогичный период 2001 г. Розничный товарооборот торговли составил 2 802 млрд р., предприятий общественного питания – 166 млрд р., или соответственно 111,9 и 99,3 % к уровню первого квартала 2002 г.

Таким образом, следует отметить, что в Республике Беларусь наблюдается тенденция роста розничного товарооборота, включая общественное питание. Однако медленными темпами увеличивается удельный вес непродовольственных товаров в структуре оборота розничной торговли. Такая ситуация свидетельствует о том, что экономика Республики Беларусь развивается в перспективном направлении.

Анализ розничного товарооборота по составу и структуре, определение степени влияния факторов на розничный товарооборот, а также прогнозирование розничного товарооборота проводилось на основании экономических показателей торгового предприятия ГУМ.

ОАО «ГУМ» является одним из главных универмагов в Республике Беларусь, которое имеет историю развития, свои принципы и традиции ведения торговой деятельности на рынке. Следует отметить высококвалифицированный состав работников и специалистов универмага. С уверенностью можно сказать, что ГУМ – это признанный лидер белорусской торговли.

Анализ розничного товарооборота по структуре и составу имеет особое место в общем анализе деятельности торгового предприятия. Данный анализ помогает выявить реальную ситуацию, сложившуюся на рынке, позволяет произвести необходимые изменения, которые позволят увеличить объем продажи и прибыль.

ОАО «ГУМ» ведет достаточно грамотную и обоснованную торговую деятельность, хотя глубокий анализ влияния факторов на розничный товарооборот в универмаге не проводится. Положительным моментом является то, что на рост объема розничного товарооборота (как показали результаты анализа) влияют в основном интенсивные факторы (увеличение розничного товарооборота на один квадратный метр и производительности труда торгово-оперативного персонала). Это свидетельствует, прежде всего, о высококвалифицированном составе работников, заинтересованности их в улучшении торговой деятельности универмага.

Для прогнозирования розничного товарооборота на первый квартал 2003 г. по универмагу «ГУМ» было использовано два метода (экономико-статистический, основанный на сглаживании данных о приросте товарооборота за ряд лет, и метод аналитического выравнивания – трендовый метод).

В ряде торговых предприятий не ведут прогнозных расчетов, что связано, прежде всего, с недостаточным осознанием значимости проведения данных расчетов.

Прогнозирование розничного товарооборота позволит повысить эффективность деятельности торгового предприятия в целом.

В связи с этим, можно предложить следующие пути увеличения розничного товарооборота:

- изыскание дополнительных товарных ресурсов за счет закупки товаров у коммерческих фирм, индивидуальных предпринимателей и иностранных фирм;
- повышение коэффициента использования торговых площадей и на этой основе увеличение объема розничного товарооборота на один квадратный метр;
- внедрение прогрессивных форм и методов продажи товаров;
- ускорение оборачиваемости товаров за счет проведения рекламных мероприятий, ярмарок, лотерейных розыгрышей;
- повышение квалификации и профессионализма работников;
- применение системы скидок, сезонных распродаж и т.д.