

УДК 658

## ТОРГОВАЯ НАЦЕНКА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

*Халилова В.К., студентка 4 курса ФАЗРиПП  
Научный руководитель – Климушкина Н.Е., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** *наценка на товар, затраты, издержки, стоимость, себестоимость, предпринимательство.*

*Статья включает в себя информацию по торговой наценке в розничной торговле. Описана составляющая торговой наценки и факторы, влияющие на нее.*

Наценка на товар является важным аспектом в торговле, который коснется любого предпринимателя, решившего начать бизнес в этой сфере. Так что же понимают под наценкой? Это надбавленная стоимость к себестоимости товара, которая создает итоговую цену на момент продажи.

Любой предприниматель нацелен на выпуск востребованных, конкурентоспособных товаров. Для этого ему необходимо подобрать соответствующие цены на продажи своих товаров и произвести расчет закупочных цен конкурентов. Вопрос наценки требует внимательного, тщательного подхода, с учетом всех аспектов и факторов, влияющих на образование цены товара.

По своей величине наценка должна полностью окупать затраты и включать в себя ожидаемую прибыль в результате продажи. В конечную цену продажи входят затраты на закупки и торговая наценка. Так же НДС, если товар подлежит его обложению.

Так какие же факторы нужно учесть и как действовать при формировании наценки на товар?

При расчете наценки на товар учитываются все издержки, понесенные в результате осуществления продажи. Если закупается уже готовая к реализации продукция, то большая часть из затрат это расходы на транспорт. При собственном производстве основные затраты - материалы, сырье, затраты на электроэнергию, затраты на заработную плату рабочим и налоги, так же транспортные расходы, заготовительные расходы и прочие накладные. Все вышеуказанные затраты суммируются с торговой надбавкой и ожидаемой прибылью.

Устанавливаем пороговую стоимость на товар. Пороговой, называется та стоимость, при которой продавец после сбыта товара не ока-

жется в минусе. Которая не должна быть убыточной, но вместе с тем должна покрывать все затраты.

Делаем акцент на отрасли продажи, которая оказывает определенное влияние. В разных торговых сегментах и для разных групп товаров надбавка может сильно варьироваться.

Эластичный спрос. Данный показатель указывает, насколько зависит спрос на товар при изменении цены. Товар с эластичным спросом хорошо продается при установлении скидок на него. И, наоборот, на товар с неэластичным спросом скидки не влияют.

Предоставление дополнительных услуг, оказывающих влияние на спрос. Когда продавец предоставляет дополнительные услуги, которые не отражаются на его затратах. Такие, как кредит, рассрочка, установка оборудования бесплатно. Данный подход привлечет больше покупателей, что поспособствует повышению торговой наценки.

Цена товара должна быть приемлемой для покупателя. Другими словами, это цена, по которой покупатель готов приобрести товар.

Конкуренция. Ценообразование и конкуренция имеют прямую зависимость. Требуется тщательно изучить цены конкурентов на аналогичный товар, и оценить конкурентоспособность производителя.

Таким образом, торговая наценка даёт реальные сведения о размерах доходов или убытков компании. При правильном подходе к выбору и расчету торговой наценки предприниматель может значительно повысить уровень продаж и заработать от реализации товара хорошую прибыль. Важно найти золотую середину, ведь большая наценка приведет к снижению спроса на товары, маленькая - приведет к убыткам. Только взвесив все факторы, влияющие на создание торговой наценки, можно значительно повысить рентабельность и построить успешный бизнес.

#### *Библиографический список:*

1. Гончаров, А. А. Международное торговое право / А.А. Гончаров. - М.: Тетра-Системс, 2015. – 250с.
2. Каль, Дэйв 10 секретов управления временем для торговых агентов / Дэйв Каль. - М.: Диля, 2017. – 256с.

## THE TRADING MARGIN IN RETAIL

*Khalilova V. K.*

**Key words:** *the mark on the product, cost, cost, cost, cost, business.*

*The article includes information on the trade margin in retail. The component of trade margin and the factors influencing it is described.*