

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и  
организаций»

код, направление и профиль подготовки

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое  
обоснование резервов роста

тема

Руководитель \_\_\_\_\_ доцент, канд. экон. наук \_\_\_\_\_ О.Н. Есина  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник \_\_\_\_\_ ЭП 12-1 \_\_\_\_\_ А. А. Сухаренко  
подпись, группа инициалы, фамилия

Красноярск 2016

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт  
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ Ю.Л. Александров

подпись          инициалы, фамилия

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
в форме бакалаврской работы



## РЕФЕРАТ

Дипломная работа по теме «Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов роста» содержит 94 страницы текстового документа, 3 приложения, 32 использованных источника.

Объект дипломной работы – ООО «Белое Дерево».

Целью дипломной работы является анализ и экономическое обоснование резервов роста предприятия розничной торговли.

Задачи дипломной работы:

- Рассмотреть теоретические основы оборота розничной торговли;
- Изучить методики анализа оборота розничной торговли;
- Изучить методики планирования оборота розничной торговли и резервы его роста в современных условиях;
- Рассмотреть общую характеристику предприятия ООО «Белое Дерево»;
- Провести анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево»;
- Провести факторный анализ оборота розничной торговли;
- Провести анализ товарного обеспечения ООО «Белое Дерево»;
- Экономически обосновать общий объем оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево» различными методами;
- Спланировать оборот розничной торговли ООО «Белое Дерево» по составу и структуре;
- Разработать мероприятия, направленные на оптимизацию состава и структуры оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево».

В результате проведенного исследования были получены основные результаты: проведено экономическое обоснование общего объема оборота розничной торговли различными методами, спланирован оборот розничной торговли по составу и структуре, а так же разработаны два мероприятия по увеличению оборота розничной торговли.

Введение.....	6
1. Теоретические и методические основы изучения оборота розничной торговли предприятия	
1.1. Оборот розничной торговли предприятия: понятие, состав, виды и их классификация.....	9
1.2. Методика анализа оборота розничной торговли предприятия в современных условиях.....	14
1.3. Методика планирования оборота розничной торговли и резервы его роста в современных условиях.....	17
2. Анализ оборота розничной торговли предприятия ООО «Белое Древо»	
2.1. Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия.....	32
2.2. Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли предприятия.....	39
2.3. Факторный анализ оборота розничной торговли.....	48
2.4. Анализ товарного обеспечения.....	53
3. Планирование и экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли предприятия «Белое Древо»	
3.1. Экономическое обоснование общего объема оборота розничной торговли предприятия различными методами.....	58
3.2. Планирование оборота розничной торговли предприятия по составу и структуре.....	63
3.3. Разработка мероприятий, направленных на оптимизацию состава и структуры оборота розничной торговли.....	70
Заключение.....	78
Список использованных источников.....	80
Приложение А.....	85
Приложение Б.....	93

## **Введение**

Оборот розничной торговли представляет собой продажу товаров единичными предметами или их небольшим количеством конечному потребителю. Этот процесс выступает завершающим звеном движения товаров от производителя к потребителю в сфере обращения.

Главной целью торгового предприятия является получение максимальной прибыли. Важнейшим условием, без которого не может быть достигнута эта цель, выступает оборот розничной торговли. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму доходов с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли, относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

На оборот розничной торговли влияют как внутренние, так и внешние факторы. Сложность и разнообразие показателей требуют разработки экономико-статистических, экономико-математических методов планирования, метода получения целевой прибыли и метода экспертных оценок. На основе этих методов появляется возможность создания стратегии эффективного развития розничного предприятия.

В современных условиях исследование проблем и перспектив роста розничного товарооборота предприятий торговли актуально в отношении понимания его роли в социальной и экономической жизни общества.

Актуальность данной темы состоит в том, чтобы на основе научно обоснованного анализа товарооборота разработать стратегию деятельности предприятия торгованализа товарооборота разработать стратегию деятельности предприятия торгли, которая обеспечила бы максимальную эффективность его деятельности.

Целью бакалаврской работы является экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли на основе его анализа и

планирования. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Рассмотреть теоретические основы оборота розничной торговли;
- Изучить методики анализа оборота розничной торговли;
- Изучить методики планирования оборота розничной торговли и резервы его роста в современных условиях;
- Рассмотреть общую характеристику предприятия ООО «Белое Дерево»;
- Провести анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево»;
- Провести факторный анализ оборота розничной торговли;
- Провести анализ товарного обеспечения ООО «Белое Дерево»;
- Экономически обосновать общий объем оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево» различными методами;
- Спланировать оборот розничной торговли ООО «Белое Дерево» по составу и структуре;
- Разработать мероприятия, направленные на оптимизацию состава и структуры оборота розничной торговли ООО «Белое Дерево».

Предметом исследования являются финансовые результаты деятельности. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ООО «Белое Дерево».

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: Г.Г. Иванова, А.Н. Соломатина, Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельяновой, Т.И. Берг и др.; законодательство Российской Федерации и его структур; публикации в периодической печати; учебники и учебные пособия; интернет-источники.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа и планирования.

Методы анализа:

- группировки;

- сравнения;
- абсолютного изменения;
- метод относительных величин;
- разниц;
- цепных подстановок;
- индексный;
- балансовый.

Методы планирования:

1. Экономико-статистический на основе среднегодовых темпов роста.
2. Экономико-статистический на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней.
3. Метод экономико-математического моделирования.
4. Получения целевой прибыли.
5. Метод экспертных оценок.

Основным источником информации о торгово-хозяйственной деятельности предприятия является бухгалтерская отчетность и отчет о финансовых результатах. Эти показатели используются для построения таблицы основных показателей деятельности торгового предприятия.

Структура работы состоит из введения, трех глав, списка использованной литературы и приложения.

Общий объем работы 85 стр. Список использованной литературы включает в себя 32 источника.

# **1. Теоретические и методические основы изучения оборота розничной торговли предприятия**

## **1.1. Оборот розничной торговли предприятия: понятие, состав, виды и их классификация**

В настоящее время главной целью торговых предприятий должно быть получение максимальной прибыли, при этом товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли, относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

В Приказе от 26 октября 2015 г. №498 «Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения» отмечено, что оборот розничной торговли представляет собой выручку от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт (электронных денег) [4].

Согласно последней редакции отмеченного выше Приказа №498 «Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения» оборот розничной торговли также включаются:

- стоимость товаров, проданных по договорам комиссии (поручения или агентским договорам) по моменту продажи в размере полной стоимости товаров, включая вознаграждение;

- полная стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателям);

- стоимость товаров длительного пользования, проданных по образцам (по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);

- стоимость товаров, проданных в порядке электронной торговли (электронная торговля - это продажа товаров по заказам от покупателей, поступивших в интерактивном режиме (ON-LINE), где цена и (или) условия продажи приняты или оговорены по Интернету, электронной почте и т.п.) по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от формы расчета и времени фактической оплаты товара покупателем;

- стоимость товаров, проданных по почте; товары высылаются покупателю, который выбирает их по рекламным объявлениям, каталогам, образцам или другим видам рекламы;

- стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;

- полная стоимость лекарственных средств, отпущенных отдельным категориям граждан бесплатно или по льготным рецептам;

- полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (угля, газа в баллонах, древесного топлива и т.п.);

- стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета, без учета стоимости доставки);

- стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;

- стоимость проданной порожней тары.

Не включаются в оборот розничной торговли:

- стоимость товаров, выданных своим работникам в счет оплаты труда;

- стоимость объектов недвижимости;

- стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

- стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи;

- стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам (в том числе и организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям [4].

Объекты и субъекты оборота розничной торговли представлены на рисунке 1.1.

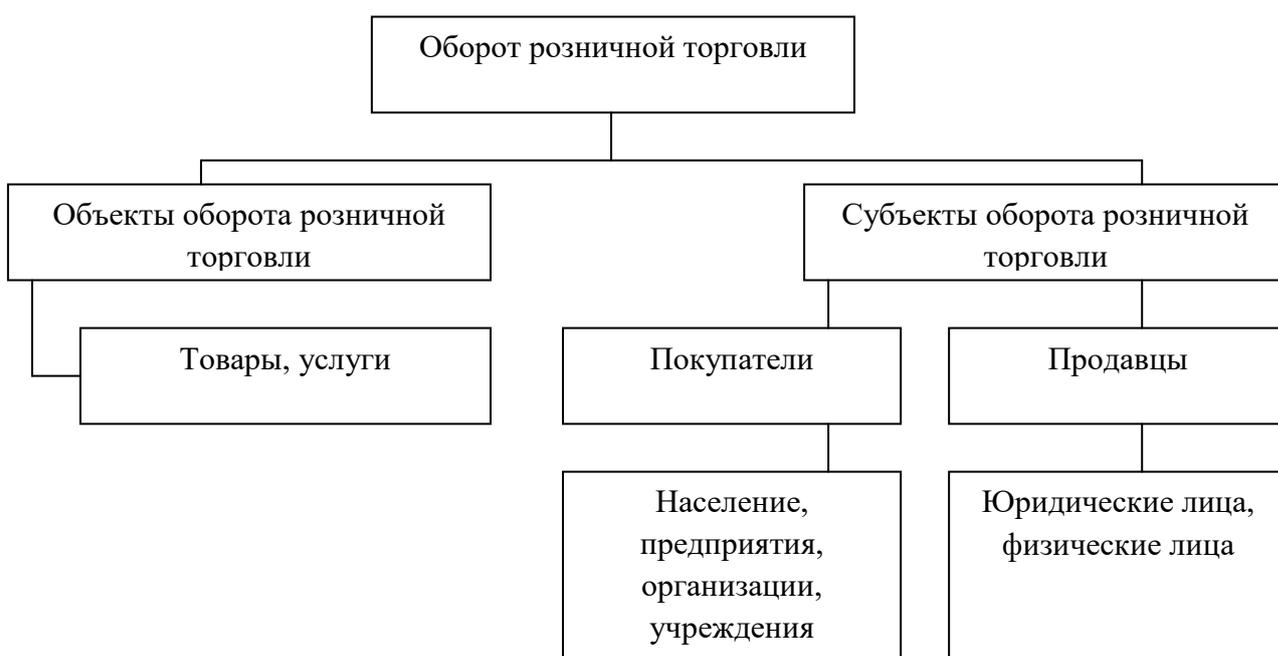


Рисунок 1.1 - Объекты и субъекты оборота розничной торговли [15]

Каналы реализации розничного товарооборота:

- юридические лица, для которых торговая деятельность является основной (магазины, предприятия общественного питания, торговые палатки и др.)
- юридические лица, для которых торговая деятельность не является основной (магазины при промышленных предприятиях, фирменные магазины и др.)
- физические лица, осуществляющие продажу товаров на вещевых, продовольственных, смешанных рынках. [31,с. 99]

Значение оборота розничной торговли следует рассматривать в нескольких аспектах: экономическом, социальном, технологическом:

- Экономическое
  - Служит одной из основных характеристик масштабов товарного обеспечения;
  - Способствует окончательному возмещению израсходованных в процессе производства затрат;
  - Обеспечивает нормальное функционирование денежного обращения в стране затрат труда и средств труда;
  - Характеризует объем деятельности розничного торгового предприятия;
  - Является основой планирования других экономических показателей;
  - Способствует возмещению всех затрат общества на производство и обращение товаров;
  - Обеспечивает реализацию денежных доходов, полученных в соответствии с количеством и качеством затраченного труда;
  - Существенно влияет на денежное обращение в стране и устойчивость валюты;
  - Отражает пропорции между спросом и предложением товаров, розничной продажей и денежным обращением;
  - Отражает конечный результат деятельности розничных торговых предприятий;
- Социальное
  - Является одной из характеристик уровня жизни населения;
- Технологическое
  - Оказывает влияние на развитие прогрессивных технологий продаж, расчетов, продвижения;
- Прочее
  - Может способствовать развитию культурно-творческого наследия (ярмарки, ремесла) и т.д.

Рассмотрим классификацию оборота розничной торговли (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация видов оборота розничной торговли. [8]

Признак классификации	Вид оборота розничной торговли
1. В зависимости от формы собственности.	1.1 Оборот государственной (муниципальной) розничной торговли 1.2 Оборот негосударственной (в т.ч. частной) розничной торговли
2. В зависимости от форм расчета.	2.1 Налично-денежный оборот 2.2 Безналичный оборот 2.3 Оборот по продаже товаров в кредит
3. По составу.	3.1 Оборот торгующих организаций, предприятий 3.2 Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках
4. По структуре оборота розничной торговли.	4.1 Оборот продовольственных товаров 4.2 Оборот непродовольственных товаров
5. В зависимости от влияния цен.	5.1 Оборот в действующих ценах 5.2 Оборот в сопоставимых ценах
6. В зависимости от измерителей.	6.1 Оборот в стоимостных показателях 6.2 Оборот в натуральных показателях
7. По периоду составления отчетности.	7.1 Плановый оборот розничной торговли 7.2 Фактический оборот розничной торговли 7.3 Ожидаемый оборот розничной торговли 7.4 Прогнозируемый (планируемый) оборот розничной торговли

Развитие оборота розничной торговли должно быть тесно увязано с такими экономическими показателями, как спрос, поступление товаров, товарные запасы, прибыль, численность работников, расходы на оплату труда. При этом оптимальным считается такое соотношение в развитии этих показателей, которое представлено в моделях стратегического регулирования оборота розничной торговли.

Таким образом, сущность оборота розничной торговли выражают экономические отношения, связанные с обменом наличных денежных средств населения на приобретенные товары в порядке купли-продажи.

Далее в дипломной работе рассмотрим методику анализа оборота розничной торговли предприятия.

## **1.2. Методика анализа оборота розничной торговли предприятия в современных условиях**

Целью анализа розничного товарооборота является определение степени удовлетворения спроса населения на товары, достижение соответствия структуры спроса обороту, выявление недостатков и неиспользованных резервов роста оборота к прибыли.

Его целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному.

Основной целью проведения анализа оборота розничной торговли является изучение возможностей его увеличения и максимизации прибыли на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Основные задачи анализа оборота розничной торговли сводятся к следующему:

- ✓ изучение выполнения планов оборота розничной торговли во времени; изучение его равномерности и ритмичности;
- ✓ изучение оборота розничной торговли по составу, структуре, формам оборота и др.;
- ✓ изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику оборота розничной торговли;
- ✓ выявление путей и возможностей роста объема оборота розничной торговли, повышения качества обслуживания покупателей;
- ✓ разработка оптимальных управленческих решений по развитию оборота розничной торговли торгового предприятия.

Предметом проведения анализа является оборот розничной торговли, а объектом исследования – конкретное торговое предприятие.

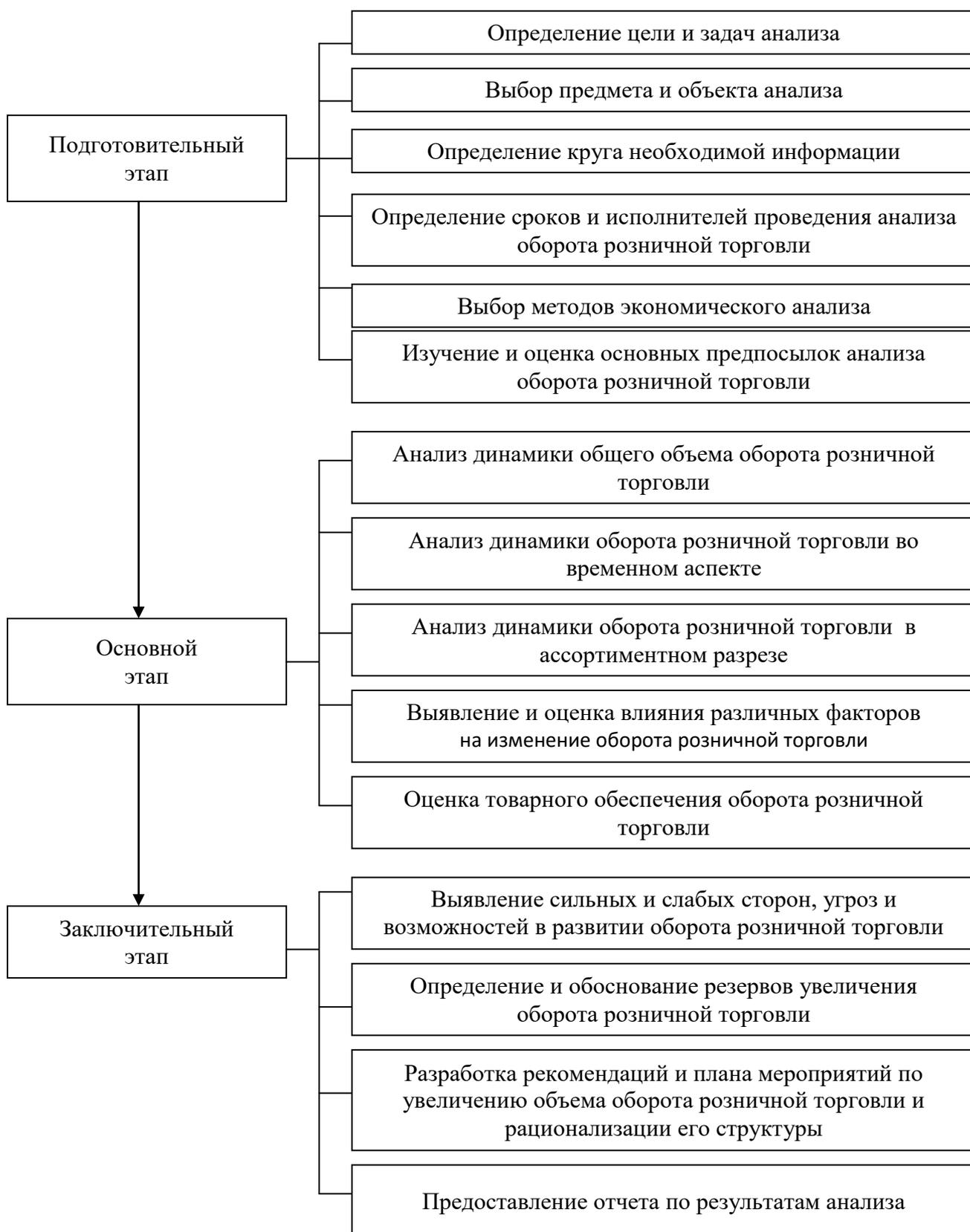


Рисунок 1.2 - Характеристика этапов анализа розничного товарооборота предприятия

При анализе оборота розничной торговли используется, прежде всего, вторичная информация, включающая в себя:

1) внутренние источники информации:

– бухгалтерская и статистическая отчетность розничного предприятия (баланс, форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках», форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», оперативная бухгалтерская и статистическая отчетность и т. п.);

– материалы аудиторских проверок, ревизий и т. п.;

– служебные, докладные записки; материалы производственных совещаний и т. п.

2) внешние источники информации:

– статистические сборники и записки (информация по региону деятельности розничного предприятия об уровне цен, ставок, тарифов; об изменении основных СТЭП-факторов, определяющих условия деятельности розничного предприятия и т. п.);

– материалы периодической печати; путеводителей по закупкам, ярмаркам, конференций, совещаний, отраслевые реестры (информация о конкурентном окружении розничного предприятия, о состоянии и тенденциях развития конъюнктуры товарных рынков; о прогрессивных способах и методах товародвижения и продажи товаров и т. д.).

Первоначальным этапом анализа розничного товарооборота является подготовительный, в ходе которого определяются цели и задачи проведения исследования, осуществляется выбор предмета и объекта анализа, методов его проведения, исполнители анализа и круг необходимой информации, изучаются его основные предпосылки.

После окончания подготовительного этапа исследователи приступают к выполнению основного этапа анализа оборота розничной торговли, осуществляемого по ряду направлений:

- Анализ динамики общего объема товарооборота
- Анализ динамики розничного товарооборота во временном аспекте

- Анализ динамики розничного товарооборота в ассортиментном разрезе
- Выявление и оценка влияния различных факторов на изменение розничного товарооборота
- Оценка товарного обеспечения розничного товарооборота

Показатели оценки оборота розничной торговли рассмотрены в приложении А.

На заключительном этапе анализа оборота розничной торговли осуществляется SWOT-анализ, в ходе которого определяются сильные и слабые стороны деятельности предприятия, угрозы и возможности в его работе, и на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизации его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения оборота розничной торговли разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту его объема и рационализации состава и структуры [23, с.30].

Рассмотрев методику анализа оборота розничной торговли, перейдем к его планированию.

### **1.3. Методика планирования оборота розничной торговли и резервы его роста в современных условиях**

Планирование оборота розничной торговли является одним из важнейших моментов деятельности торгового предприятия.

Основными экономическими предпосылками планирования оборота розничной торговли являются:

1. Решения правительства и местных органов власти по вопросам социального и экономического развития страны (государственное регулирование, размеры таможенных пошлин, ставок налогов, уровень инфляции и т.п.);

2. Изучение социально-экономических показателей развития отдельных регионов страны (развитие производства и сельского хозяйства, численность и состав населения, размер денежных доходов населения и т.д.);

3. Анализ баланса денежных доходов и расходов населения за отчетный и планируемый периоды;

4. Анализ основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет;

5. Перспективы деятельности предприятия торговли в планируемом периоде (прирост или выбытие торговых площадей, увеличение или сокращение численности работников и т.п.). [20]

Планирование оборота розничной торговли предприятий осуществляется в несколько этапов (табл. 1.2).

Таблица 1.2 - Этапы планирования оборота розничной торговли [10]

Наименование этапов планирования	Содержание этапов планирования
1. Подготовительный	Постановка целей и задач
	Изучение экономических предпосылок и формирование информационной базы планирования
	Выбор методов планирования оборота розничной торговли
2. Основной	Планирование оборота розничной торговли по общему объему
	Планирование оборота розничной торговли по периодам года
	Планирование оборота розничной торговли по структуре
	Нормирование товарных запасов, расчет товарного обеспечения
3. Заключительный	Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оборота розничной торговли

На подготовительном этапе планирования оборота розничной торговли производится постановка целей, задач, сбор информационного обеспечения анализа оборота розничной торговли, а также корректировка показателей, так

как основным требованием при анализе является сопоставимость данных. После подготовки данных приступают непосредственно к планированию оборота розничной торговли: оценивают выполнение плана и динамику оборота розничной торговли за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах.

Целью планирования оборота розничной торговли является экономическое обоснование оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса, потребностями рынка и возможностями предприятия.

Задачи планирования:

1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему;
2. Планирование оборота розничной торговли по периодам года;
3. Планирование оборота розничной торговли по структуре;
4. Нормирование товарных запасов, расчет товарного обеспечения;
5. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оборота розничной торговли.

Планирование оборота розничной торговли предполагает использование следующих методов:

- 1) Экономическо-статические
  - Метод расчета общего объема товарооборота по среднегодовым темпам роста
  - Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней
- 2) Балансовый
- 3) Нормативный
- 4) Экономически-математические
- 5) Экспертных оценок
- 6) Метод получения целевой прибыли от продаж
- 7) Расчет товарооборота на основе построения графика безубыточности

8) Метод планирования в зависимости от местонахождения предприятия и зоны обслуживания

9) Техничко-экономических расчетов

10) Метод планирования с учетом потребности в прибыли

11) Планирование исходя из предполагаемых ресурсов

12) Планирование на основе спроса населения

Экономико-статистические методы связаны с определением на основе имеющейся статистической информации среднего значения показателя или среднего его изменения за ряд лет, который принимается за базу при планировании. Общий объем оборота розничной рассчитывается следующими экономико-статистическими методами:

Метод расчета общего объема оборота розничного торговли по среднегодовым темпам роста:

Расчета оборота осуществляется по формуле среднегеометрической:

$$T_p := \sqrt[n-1]{\frac{P_o}{P_b}} \cdot 100 \quad (1.4)$$

где  $T_p$  – среднегодовой темп роста оборота, %;

$P_o$  – оборот за отчетный период в сопоставимых ценах, тыс.руб.;

$P_b$  – оборот за базовый период в сопоставимых ценах, тыс. руб.;

$n$  – число лет в периоде.

Тогда общий объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле:

$$P_{пр} := \frac{P_{п} \cdot T_p \cdot J_{инф}}{100} \quad (1.5)$$

где,  $P_{пр}$  – планируемый объем оборота розничной торговли, тыс. руб.;

$P_{п}$  – оборот розничной торговли отчетного периода, тыс.руб.;

$T_p$  – среднегодовой темп роста, %;

$J_{инф}$  – индекс инфляции на планируемый период.

Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

Суть данного метода заключается в определении тенденций динамического ряда путем плавного изменения оборота во времени.

Каждому показателю динамического ряда оборота розничной торговли последовательно присваивается условное обозначение  $K$  и осуществляется выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда. Например:

$$\bar{K}_1 := \frac{K + K_2 + K_3}{3} \qquad \bar{K}_2 := \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3} \qquad (1.6)$$

$$\bar{K}_3 := \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3} \qquad \Delta K := \frac{K_n - K_1}{n - 1} - \frac{K_3 - K_1}{3 - 1}$$

Далее находится планируемый показатель. Если последнее значение динамического ряда оборота розничной торговли фактическое, то  $K_6 = K_5 \pm \Delta K$ . Если ожидаемое, то:

$$K_6 = K_4 \pm 2\Delta K \qquad (1.7)$$

Балансовый метод планирования направлен на обеспечение количественных соответствий между ресурсами и потребностями, хозяйственными мероприятиями и ожидаемыми результатами.

Балансовый метод исходит из того, что каждый метод с одной стороны результат деятельности, с другой – ресурс для потребителя, что позволяет планомерно установить и увязать натурально-вещественные и стоимостные пропорции в экономике. Он означает, что план производства обосновывается состоянием баланса.

Балансовый метод расчета основан на использовании при расчете оборота балансовой взаимосвязи различных показателей. Данный метод расчета может быть использован на двух уровнях:

- на уровне торгового предприятия;
- на уровне региона (города, края, республики).

На уровне торгового предприятия расчет оборота розничной торговли осуществляется по формуле балансовой увязки оборота с факторами, влияющими на него. [32, с. 157]

$$Z_{\text{н}} + \Pi = P + Z_{\text{к}} + B_{\text{т}}, \quad (1.8)$$

где  $Z_{\text{н}}$ ,  $Z_{\text{к}}$  – запасы на начало и конец периода, тыс. руб.;

$\Pi$  – поступление товаров, тыс.руб.;

$P$  – оборот розничной торговли, тыс.руб.;

$B_{\text{т}}$  – выбытие товаров, тыс. руб.

Исходя из балансовой формулы, можно выразить и рассчитать объем оборота розничной торговли:

$$P = Z_{\text{н}} + \Pi - Z_{\text{к}} - B_{\text{т}} \quad (1.9)$$

На уровне города, края, республики расчет оборота розничной торговли осуществляется на основе баланса денежных доходов и расходов населения (первый раздел расходной части баланса).

Нормативный метод планирования оборота розничной торговли основан на использовании при расчетах норм и нормативов (физиологических норм потребления продовольственных товаров, рациональных норм потребления непродовольственных товаров, обеспеченность товарами на 1000 жителей или 100 семей и т.д.)

Расчеты данным методом производятся для обоснования объема оборота по отдельным товарным группам, для расчета потребительской корзины населения.

Экономико-математические методы планирования оборота розничной торговли заключаются в выявлении математической закономерности развития показателя и построения на основе модели развития показателя в будущем. Экономико-математическое моделирование осуществляется в несколько этапов:

I этап – построение графика зависимости оборота розничной торговли от факторов его определяющих, расчет коэффициента корреляции;

II этап – выбор математического уравнения, отражающего эту зависимость;

III этап – нахождение параметров данного уравнения;

IV этап - осуществление плана оборота на основе выбранного уравнения;

V этап – расчет ошибки плана. [10]

Одним из простейших приемов сглаживания динамического ряда с учетом “устаревания” является расчет специальных показателей, получивших название экспоненциальных средних, которые широко применяются в краткосрочном прогнозировании. Основная идея метода состоит в использовании в качестве прогноза линейной комбинации прошлых и текущих наблюдений. Экспоненциальная средняя рассчитывается по формуле:

$$Q_t = \alpha y_t + (1 - \alpha) Q_{t-1} \quad (1.10)$$

где  $Q_t$  - экспоненциальная средняя (сглаженное значение уровня ряда) на момент  $t$ ;

$\alpha$  - коэффициент, характеризующий вес текущего наблюдения при расчете экспоненциальной средней (параметр сглаживания), причем  $0 < \alpha \leq 1$ .

Из уравнения следует, что средний уровень ряда на момент  $t$  равен линейной комбинации двух величин: фактического уровня для этого же момента и среднего уровня, рассчитанного для предыдущего периода.

Выше отмечено, что  $\alpha$  может находиться в пределах 0; 1. Однако практически диапазон значений  $\alpha$  находится в пределах от 0,1 до 0,3. В большинстве случаев хорошие результаты дает  $\alpha = 0,1$ . При выборе значения  $\alpha$ , необходимо учитывать, что для повышения скорости реакции на изменение процесса развития необходимо повысить значение  $\alpha$  (тем самым увеличивается вес текущих наблюдений), однако при этом уменьшается “фильтрационные” возможности экспоненциальной средней. [10]

Достоинствами данного метода является возможность плана оборота в зависимости от многих факторов его определяющих (уровня доходов населения, его численности и т.п.) и высокая точность плана.

Недостатки данного метода является отсутствие невозможности сбора необходимой информационной базы для плана (за 7-10 лет); несопоставимость в большинстве случаев информационных данных.

Данный метод может использоваться на всех уровнях деятельности.

Метод экспертных оценок. Суть данного метода заключается в том, что для планирования оборота розничной торговли привлекают группу экспертов в 5-10 человек, состоящих из представителей производителей товара; работников торговых предприятий; экономистов, бухгалтеров, маркетологов и т.п. Эксперты должны отличаться высокой квалификацией; широким кругозором; быть независимыми в суждениях, иметь большой стаж и опыт работы в данной области. [10]

Работа экспертов заключается в ряд этапов. На первом этапе формируется задачи планирования, и осуществляется опрос экспертов для выявления мнения каждого одним из трех способов:

- с помощью разработанной анкеты, рассылаемой экспертом;
- анкетирование (опрос) экспертов, собранных в одном месте;
- с помощью компьютерных терминалов.

На втором этапе осуществляется обработка мнений экспертов, в ходе которой выявляется преобладающее мнение; выявляются крайние суждения; формируются принципиальные расхождения во мнениях между экспертами и проводится исследование причин расхождения во мнениях.

На третьем этапе результаты обработки мнений доводятся до всех экспертов и каждый эксперт анализирует результаты обработки мнений экспертов и осуществляет переоценку своего первоначального мнения.

На четвертом этапе выявляется преобладающее мнение, которое можно считать достоверным.

Достоинства данного метода заключается в учете влияния многих факторов посредством учета мнения экспертов, достаточно высокая точность расчетов.

Далее рассмотрим специфические методы планирования:

## 1. Метод получения целевой прибыли

В основе лежит расчет предполагаемой (целевой) прибыли от продаж, которую предприятие будет стремиться достигнуть в будущем периоде.

Последовательность применения:

- 1) Определяется необходимая величина прибыли предприятия, направляемая на экономическое и социальное развития предприятия и удовлетворение интересов собственников.
- 2) Осуществляется увязка рассчитанной потребности прибыли с возможностями ее получения в будущем объеме деятельности. Планируется необходимый размер валовой прибыли и допустимый уровень издержек обращения.

$$\text{Пп} = \frac{\text{ОРТ} \cdot \text{УрВП}}{100} - \frac{\text{ОРТ} \cdot \text{УрИО}}{100} \quad (1.11)$$

Где Пп – планируемая прибыль;

ОРТ – оборот розничной торговли;

УрВП – уровень валовой прибыли;

УрИО – уровень издержек обращения.

$$\text{Пп} = \text{ВП} - \text{ИО} \quad (1.12)$$

3) После необходимых корректировок осуществляется расчет объема оборота розничной торговли на будущий год

$$\text{ОРТ}_{\text{пл}} = \frac{\text{Ппр.пл}}{\text{УрВП}_{\text{пл}} - \text{УрИО}_{\text{пл}}} * 100 \quad (1.13)$$

$$\text{ОРТ}_{\text{пл}} = \frac{\text{Ппр.пл}}{\text{УрВП}_{\text{пл}} - \text{УрИО}_{\text{пер.пл}}} * 100 + \text{ИО}_{\text{пост. пл}} \quad (1.14)$$

$$\text{ОРТ}_{\text{пл}} = \frac{\text{ИО}_{\text{пост.пл}}}{\text{УрВП}_{\text{пл}} - \text{УрИО}_{\text{пер.пл}} - \text{УрР}_{\text{пл}}} * 100 \quad (1.15)$$

Данный метод может применяться при стабильных условиях хозяйствования, а так же вновь открываемых предприятиях, где в качестве расчетных величин используются среднеотраслевые значения.

Достоинства данного метода:

- Простота расчетов;
- Низкая трудоемкости.

Недостатки:

- Сложность расчета целевой прибыли;
- Относительная точность планируемых значений уровня валовой прибыли и уровня издержек обращения.

## 2. Метод, основанный на учете покупательского спроса

Используется при наличии информации о покупательных фондах населения.

В основе расчетов лежит определение коэффициента эластичности, показывающего зависимость между покупательными фондами (ПФ) и оборотом розничной торговли (ОРТ).

$$K_{ЭЛ} = \frac{J_{роста}^{ОРТ} - 1}{J_{роста}^{ПФ} - 1} \quad (1.16)$$

Коэффициент эластичности показывает как изменится выручка при изменении покупательных фондов на 1%. Если покупательные фонды увеличатся на 1 %, оборот розничной торговли увеличится на 0,1%.

## 3. Расчет товарооборота на основе построения графика безубыточности и расчета точки безубыточности.

Точка безубыточности – объем продаж, при котором предприятие будет в состоянии покрыть все свои расходы, не получая при этом прибыли.

Определением точки безубыточности графическим способом (рис. 1.3) является пересечение оборота розничной торговли и условно-переменных издержек обращения.

$$Тб = ИО_{пост} + ИО_{пер} \quad (1.17)$$

$$Тб = \frac{ИО_{пост}}{1 - \frac{ИО_{пер}}{ОРТ}} \quad (1.18)$$

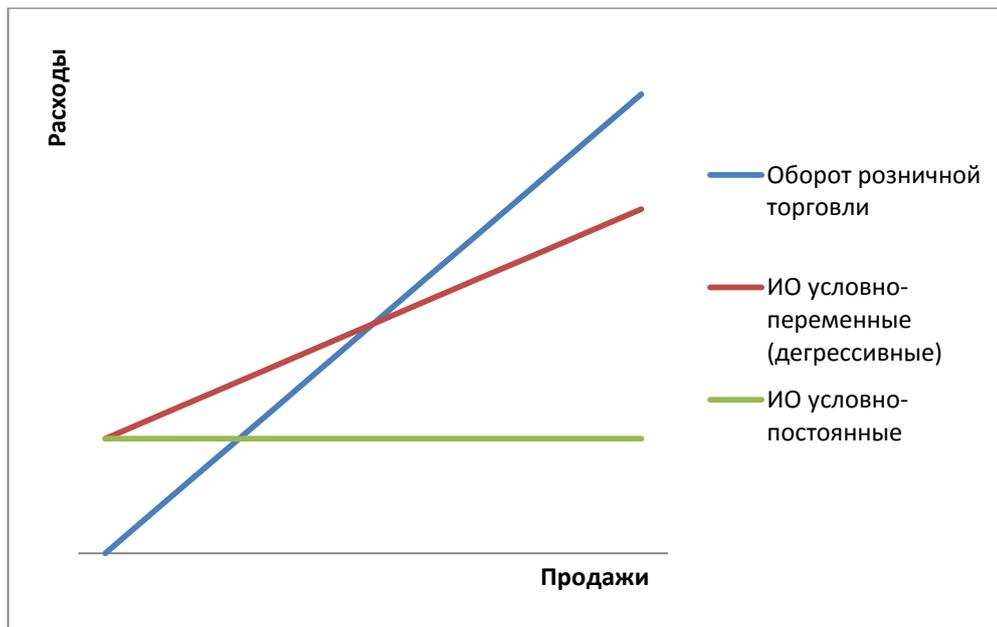


Рисунок 1.3 – График безубыточности

Метод планирования розничного товарооборота с учетом потребности в прибыли. Суть данной методики состоит в достижении объема товарооборота, обеспечивающего размер прибыли, необходимой для обеспечения самофинансирования. Эта методика осуществляется в три этапа.

На первом этапе определяется величина прибыли, остающейся на распоряжении предприятия для следующих целей:

- Финансирования прироста основных фондов;
- Финансирования собственных оборотных средств;
- Создания финансовых резервов;
- Погашения кредитов;
- Приобретения ценных бумаг;
- Уплаты налогов и других отчислений из чистой прибыли;
- Поощрения и социального развития коллектива;
- Других целей.

На втором этапе рассчитанная сумма прибыли сопоставляется с возможностями ее получения при планируемом объеме деятельности, для чего определяется необходимый размер валовой прибыли и допустимый уровень издержек обращения (на основе анализа за предыдущий период).

На третьем этапе рассчитываются все другие показатели хозяйственно-финансовой деятельности (объем и структура товарного обеспечения, финансовый план, потребность в кредитах, необходимая численность работников и др.).

Обоснованность плана розничного товарооборота проверяется с помощью определения критической точки продаж или порога рентабельности. Она отражает размер товарооборота, при котором полученный доход покрывает постоянные издержки, и рассчитывается по следующим формулам:

$$P_k = \frac{P \cdot IO_{\text{пост}}}{IO_{\text{пер}} + IO_{\text{пост}}} \quad \text{или} \quad (1.19)$$

$$P_k = \frac{IO_{\text{пост}} \cdot 100}{ВП - IO_{\text{пер}}} \quad (1.20)$$

Где  $P_k$  – розничный товароборот в критической точке;

$P$  – расчетный плановый розничный товароборот.

Метод планирования розничного товарооборота исходя из предполагаемых ресурсов. Данный метод основан на оптимизации планового объема розничного товарооборота и определении его максимальной величины по отдельным видам ограниченных ресурсов. Для реализации этой методики используются экономико-математические организационные модели, решение которых осуществляется с использованием ЭВМ.

Метод технико-экономических расчетов. При планировании розничного товарооборота можно использовать нормативы товарооборота на 1 м<sup>2</sup> торговой площади или (при их отсутствии) показатели, достигнутые хорошо работающими предприятиями, имеющими сопоставимые условия деятельности. При этом следует учитывать особенности работы торговых предприятий и корректировать нормативы на следующие коэффициенты:

- Средней стоимости покупки;
- Интенсивности покупательных фондов;
- Завершенности покупок.

Метод планирования розничного товарооборота в зависимости от местонахождения торгового предприятия и зоны обслуживания, от размеров предприятий, их оборота, размеров населенных пунктов, в которых они расположены. Величина зоны обслуживания находится в прямой зависимости от расстояния до конкурирующего торгового предприятия и обратной – от величины предприятий-конкурентов. При планировании розничного товарооборота учитываются следующие изменения в зоне обслуживания: открытие или закрытие магазинов, ввод в действие нового жилищного фонда, рост среднегодового числа посетителей. На основе этих показателей рассчитывается рост или снижение розничного товарооборота.

Обоснование общего объема розничного товарооборота начинают с определения ожидаемого розничного товарооборота за текущий год и приведения в сопоставимый вид с товарооборотом предстоящего периода. Расчеты производятся в определении объема продажи товаров населению и объема мелкого опта.

При обосновании плана розничного товарооборота важно обеспечить более высокие темпы роста продажи товаров населению по сравнению с темпами роста его денежных доходов, что позволит повысить процент охвата розничным товарооборотом денежных доходов населения или покупательных фондов населения.

Второй и третий этапы планирования оборота розничной торговли предполагают расчет оборота по периодам года и по структуре (рис. 1.4).

На основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме оборота розничной торговли первоначально рассчитывают средние удельные веса квартальных оборотов за последние два – три года работы предприятия по средней арифметической:

$$\overline{УДВ}_{1кв} := \frac{УДВ_{1года1кв} + УДВ_{2года1кв} + УДВ_{3года1кв}}{3} \quad (1.21)$$

$$\overline{УДВ}_{2кв} := \frac{УДВ_{1года2кв} + УДВ_{2года3кв} + УДВ_{3года4кв}}{3} \quad \text{и т.д.}$$

Тогда, квартальные обороты розничной торговли в будущем году будут равны:

$$Р_{б.г.}^{1кв} := \frac{Р_{б.г.}^{год} \cdot УДВ_{1кв}}{100} \quad Р_{б.г.}^{2кв} := \frac{Р_{б.г.}^{год} \cdot УДВ_{2кв}}{100} \quad (1.22)$$



Рисунок 1.4 - Основные методы планирования розничного товарооборота (по структуре и периодам времени) [23, с. 38]

При планировании квартальных оборотов розничной торговли с помощью индексов сезонности оборота розничной торговли расчеты осуществляются путем умножения среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности соответствующего квартала (уточненные) и делением результата на 100%.

$$\overline{Р}_{кв.буд.г.} := \frac{Р_{б.г.}^{год}}{4} \quad (1.23)$$

где  $\overline{P_{\text{кв.буд.г.}}}$  - среднеквартальный оборот предприятия будущего года, тыс.руб.;

$P_{\text{б.г.}}^{\text{год}}$  - оборот розничной торговли будущего года, тыс.руб.;

$U_{\text{дв.кв}}$  – удельный вес оборота розничной торговли за квартал, %;

4 – количество кварталов в году;

$$P_{\text{б.г.}}^{\text{1кв}} := \frac{\overline{P_{\text{кв.буд.г.}}} \cdot I_{\text{сез}}^{\text{1кв}}}{100} \quad (1.24)$$

При использовании метода расчета на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оборота сначала рассчитывают средние удельные веса оборотов конкретных товарных групп за последние два - три года работы предприятия по средней арифметической:

$$\overline{U_{\text{дв.тов.гр}}} := (U_{\text{дв1года}, i}) - \text{ТовГр} + (U_{\text{дв2года}, i}) - \text{ТовГр} + (U_{\text{дв3года}, i}) - \text{ТовГр} / 3 \quad (1.25)$$

Тогда, оборот розничной торговли  $i$ -ой товарной группы в будущем году будет равен:

$$P_{\text{б.г.}}^{\text{1товгр}} := \frac{P_{\text{б.г.}}^{\text{год}} \cdot \overline{U_{\text{дв.товгр}}}}{100} \quad (1.26)$$

На заключительном этапе планирования оборота розничной торговли на основе проведенного анализа определяются сильные и слабые стороны деятельности предприятия, угрозы и возможности в его работе, выявляются и обосновываются резервы роста объема розничного товарооборота, оптимизация его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения розничного товарооборота разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту его объема и рационализации состава и структуры. [10, с. 25]

Рассмотрев теоретические и методические аспекты планирования оборота розничной торговли на коммерческом предприятии, перейдем к анализу оборота розничной торговли ООО «Белое Древо».

## **2. Анализ оборота розничной торговли предприятия ООО «Белое Древо»**

### **2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия**

Общество с ограниченной ответственностью «Белое Древо» создано на основании Гражданского кодекса РФ, Федерального Закона «Об обществах с ограниченной ответственностью». Учредитель Морозова Олеся Анатольевна.

Общество имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, общество имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на местонахождение общества. Общество является юридическим лицом по законодательству РФ.

Общество вправе:

- осуществлять розничную торговлю товарами народного потребления;
- осуществлять организацию общественного питания;
- оказывать платные услуги населению по реализации излишков сельскохозяйственной продукции;
- заниматься производством товаров народного потребления и продукции производственно – технического назначения, в том числе производством строительных материалов;
- осуществлять торгово-посредническую деятельность;
- оказывать автотранспортные услуги предприятиям и гражданам;
- заниматься содержанием и эксплуатацией автозаправочных станций;
- осуществлять любые виды внешнеэкономической деятельности, не запрещённые законом.

Функциями ООО «Белое Древо» являются:

- 1) Удовлетворение спроса населения в товарах

2) Организация соответствующего уровня обслуживания покупателей.

3) Закупка товара у производителей и на оптовых складах в городе Красноярск

4) Доставка товаров, хранение и формирование торгового ассортимента в соответствии с требованием покупателей.

Предприятие имеет две основных цели:

- \* удовлетворение потребностей российских предприятий, организаций и граждан в услугах, оказываемых обществом;

- \* получение прибыли в интересах учредителей общества.

Достижение таких целей решается путём повышения рационального использования основных, оборотных и трудовых ресурсов, повышением производительности труда, изучением конъюнктуры рынка работ и услуг, закупаемых и производимых товаров, как в России, так и за рубежом.

Общество имеет самостоятельный баланс, расчетный счет и другие счета в банках. Общество имеет круглую печать и угловой штамп со своим названием и другими реквизитами.

Общая площадь предприятия 120 м.<sup>2</sup>, в том числе торговая – 74 м.<sup>2</sup>.

Таблица 2.1 – Характеристика ООО «Белое Дерево»

Наименование предприятия	ООО «Белое Дерево»
Юридический адрес	Россия, Красноярский край, г.Красноярск, ул. Красной Армии 121.
Дата регистрации	15.11.2009
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Основные поставщики	Оптовые предприятия г. Москвы, Новосибирска, Красноярска
Основные конкуренты	Сеть магазинов «Водолей», Сеть магазинов «Ламинат-т-т», Гипермаркет «Леруа Мерлен»,
Основные покупатели	Население г.Красноярска
Торговая площадь	74 м <sup>2</sup>
Форма обслуживания	По образцам с индивидуальным консультированием
Режим работы	с 10.00 до 19.00 час. Без выходных
Режим налогообложения	ЕНВД

Организационную структуру предприятия можно представить в виде схемы (рис. 2.1):

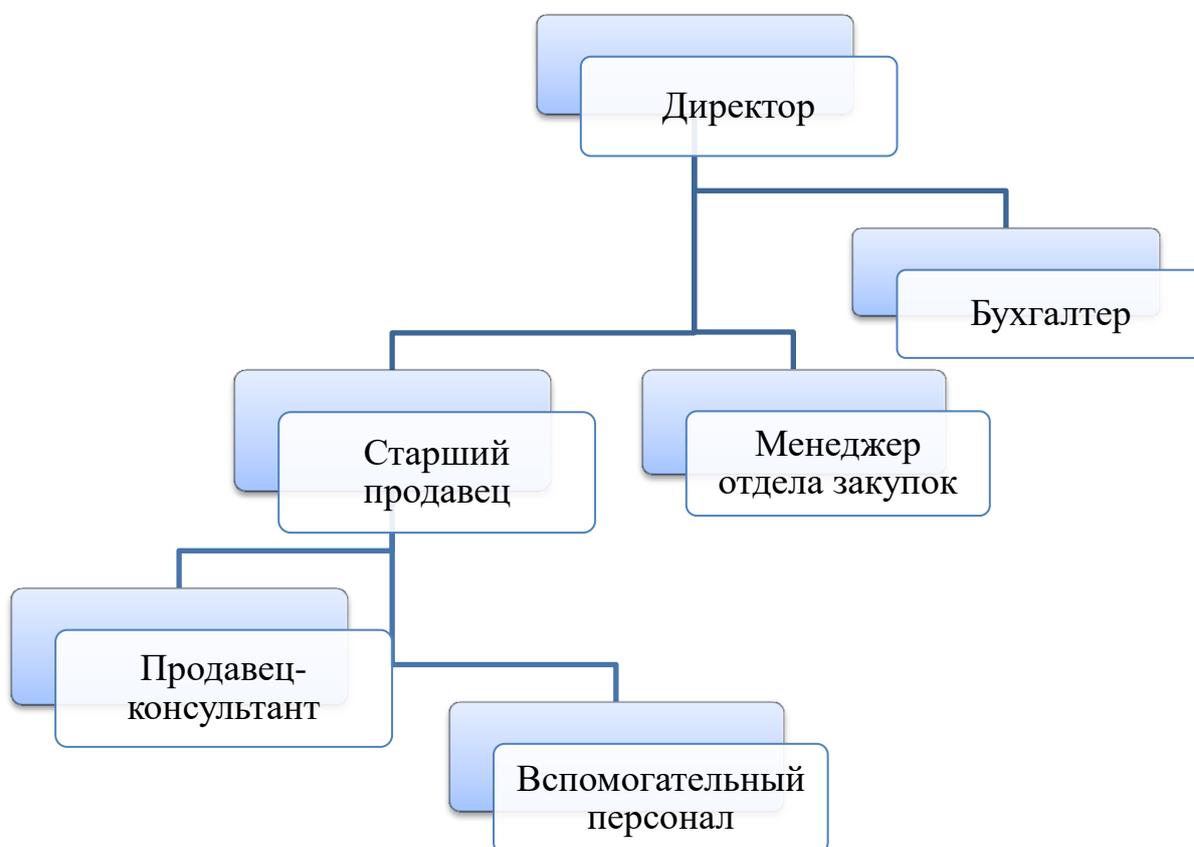


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Белое Древо»

Как видно из схемы, директору непосредственно подчиняется бухгалтер, менеджер отдела продаж и менеджер отдела закупок. Менеджеру отдела продаж в свою очередь подчиняются продавцы-консультанты.

Проанализируем динамику основных экономических показателей торгово-хозяйственной деятельности ООО «Белое Древо» за анализируемый период, выявим причины отклонения в развитии показателей торгово-хозяйственной деятельности.

### **3.3. Разработка мероприятий, направленных на оптимизацию состава и структуры оборота розничной торговли**

Одна из целей анализа заключается в выявлении неиспользованных резервов роста общего объема оборота розничной торговли по отдельным позициям и товарным группам, которые можно использовать в процессе текущей торговой деятельности или в предстоящем периоде (учесть при обосновании прогнозов и планов на предстоящий период).

Для достижения поставленных целей каждое торговое предприятие должно четко определить задачи анализа оборота розничной торговли. К числу таких задач на ООО «Белое Древо» относится анализ внешней среды:

- оценка рыночной активности в тех сегментах рынка, где предприятие осуществляет (или собирается осуществлять) свою коммерческую деятельность;

- изучение текущей конъюнктуры потребительского рынка и характера ее изменений, учет предприятием сложившихся условий на рынке;

- разработка прогнозов конъюнктуры потребительского рынка и коммерческой деятельности предприятия.

Далее перейдем к рекомендациям практического характера.

На основе проведенного анкетирования двухсот покупателей (приложение Б) покупателей магазина ООО «Белое Древо» были получены результаты, по которым разрабатывались ниже изложенные мероприятия. Результаты представлены в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Результаты исследования покупателей торгового предприятия ООО «Белое Древо»

Вопрос с вариантами ответов	Структура предпочтений, чел.	Структура предпочтений, %
Чтобы Вы хотели изменить в нашем магазине ?		
- использование дисконтных карт	102	51
- углубление ассортимента	79	39,5
- изменение режима работы	19	9,5
Всего	200	100,0

Результаты проведенного анализа показали, что большинство покупателей хотели бы пользоваться дисконтными картами, а так же ждут углубление ассортимента в торговом предприятии ООО «Белое Древо». На основе этих данных разработаны следующие мероприятия.

Первым мероприятием увеличения оборота розничной торговли является внедрение системы ценовых скидок (дисконтных карт). Кроме стимулирования за счет скидок, они выполняют еще одну важную функцию - внедрение в сознание покупателя торговой марки.

Дисконтные карты предлагается вручать всем покупателям,

совершившим покупку от 10 тыс. руб., размер скидки составляет 5%. Дисконтная карта изготавливается из пластика, имеет магнитную полосу. При накоплении суммы покупок на карте свыше 70 тыс. руб. по карте автоматически предоставляется скидка в размере 7%, а при накоплении 100 тыс. руб. - 10%.

Для получения карты покупателю будет предлагаться заполнить анкету. Эти данные можно впоследствии использовать во время маркетингового анализа. В анкету необходимо включить вопросы о социальном статусе, доходах, возрасте и типичных покупках. Это позволяет составить «портрет потребителя». Полученные данные позволят скорректировать ассортимент и сформировать предложение, максимально ориентированное на потребности покупателя.

Рассчитаем эффективность от внедрения системы дисконтных карт.

Таблица 3.12 Сумма затрат на изготовление дисконтных карт и на установку оборудования для них

Затраты	Сумма (руб.)	Количество	Всего (руб.)
На одну дисконтную карту	18	1000	18 000
Программное обеспечение Frontol Бутик v.4.x	12 200	1	12 200
Ридер магнитных карт	4 800	1	4 800
<b>ИТОГО:</b>			<b>35 000</b>

Таким образом общая сумма затрат равна 35 тыс. руб.

Если хотя бы 10%, т.е. 100 покупателей совершат повторную покупку на среднюю сумму чека 14,28 тыс.руб., то затраты на выпуск карт окупятся многократно. Подтверждением этого служат расчеты:

Прирост оборота розничной торговли составит:

Прирост ОРТ =  $100 * 14,28 = 1428$  (тыс. руб.)

Уровень торговой надбавки по анализируемому предприятию равен 65,25%, таким образом:

$$ВП_{пл} = (1428 * 65,25) / (100 + 65,25) = 563,85 \text{ (тыс. руб.)}$$

Сумма переменных издержек обращения на прирост товарооборота будет равняться:

$$ИОпер_{пл} = 1428 * 5,32 / 100 = 75,97 \text{ (тыс. руб.);}$$

Сумма прибыли от продаж составит:

$$ПП_{пл} = 563,85 - 75,97 = 487,88 \text{ (тыс. руб.).}$$

Следует учесть, что это пессимистический расчет, так некоторые покупатели могут делать не только повторные, но и последующие покупки, тем самым представляется возможным сформировать круг постоянных покупателей, что благотворно отразится на показателях финансовой деятельности.

Также это действия, направленные на увеличение повторных покупок потребителем и выражающиеся в различных привилегиях:

- бонусные программы для постоянных покупателей, не распространяющиеся на случайных посетителей;
- специальные предложения для постоянных покупателей;
- вовлекающие программы для постоянных покупателей.

Например, в конце года возможно разыграть с обладателями дисконтных карт беспроигрышную лотерею.

Особое внимание уделяется в ООО «Белое Древо» изучению процесса углубления ассортимента товаров в розничной торговле. Необходимо отметить, что углубление ассортимента происходит на фоне сохраняющегося высокого уровня конкуренции.

Портрет покупателя, не удовлетворенного ценой на выбранный товар приблизительно такой: мужчины до 30 лет, студент или рабочий, желаемая площадь приобретения 22м<sup>2</sup>. Главным критерием выбора является цена.

При проведении анкетирования было установлено, что покупателей чаще всего интересует товарная группа «Ламинат» (47% от общего количества опрошенных, и из них 48% не устраивает цена на этот товар).

Поскольку, в связи со снижением реальных доходов населения, спрос на более дорогостоящий ламинат резко сократился, предлагаю заменить его более дешевыми моделями, тем самым снизить среднюю цену товарной группы и сохранить конкурентоспособность на рынке.

Для углубления ассортимента предлагаю начать сотрудничество с поставщиком ООО «Арт Стрит». Так как он отвечает основным требованиям. Доставка входит в стоимость товара и осуществляется под реализацию.

Так же для более глубокого изучения спроса в магазине были представлены образцы ламината. По итогам анкетирования был рассчитан примерный объем продаж выставленных образцов.

Таблица 3.13 - Анализ средних цен на рынке и цен приобретения в разрезе производителей

Производитель	Количество моделей	Средняя оптовая цена за 1м <sup>2</sup> , руб.	Средняя цена реализации за 1м <sup>2</sup> , руб.
Aberhof	13	350	518
Alstenn	2	520	770
ArtHoltz	6	542	802
Classen	81	599	887
Kastamonu Floorpan	50	387	573
Maestro club	14	854	1264
Синтерос Богатырь	10	520	770
Синтерос дуб арт	15	670	992
Итого	191	630	822

Проведенный анализ средних цен на рынке и цен приобретения показал, что размер торговой надбавки может быть установлен на уровне 42%. Цена будет чуть ниже цен конкурентов, что обеспечит большее количество покупателей и обеспечит прирост оборота.

Так же для более глубокого изучения спроса в магазине были представлены образцы ламината. По итогам анкетирования был рассчитан примерный объем продаж выставленных образцов.

Расчет оборота розничной торговли с учетом расширения товарной группы «Ламинат» приведен в таблице 3.14.

Таблица 3.14 - Расчет оборота розничной торговли предприятия ООО «Белое Древо» по товарной группе «Ламинат»

Наименование	Цена покупная за 1 м <sup>2</sup> , руб.	Цена продажная за 1 м <sup>2</sup> , руб.	Примерный объем продаж за год, м <sup>2</sup> .	Оборот розничной торговли за год, руб.	Себестоимость продаж, руб.	Валовая прибыль за год, руб.
Aberhof	350	489	465	227350,31	162725,17	64625,14
Alstenn	520	739	166	122419,40	86140,85	36278,55
ArtHoltz	542	770	136	104930,91	73860,46	31070,45
Classen	599	849	1669	1416567,31	999439,13	417128,18
Kastamonu Floorpan	387	549	1593	874424,27	616397,43	258026,83
Maestro club	854	1213	202	244838,79	172376,20	72462,59
Синтерос Богатырь	520	739	237	174884,85	123058,35	51826,50
Синтерос дуб арт	670	979	268	262327,28	179529,39	82797,89
Итого	-	-	4735	3427743,13	2413526,99	1014216,14

Товарная группа выбиралась на основе спроса покупателей на данную группу товаров. Цена реализации и закупки выбиралась из средней цены одной единицы товара. В результате оборот розничной торговли увеличится на 3427,74 тыс. руб., а валовая прибыль – на 1014,22 тыс.руб.

Структура ассортимента предприятия ООО «Белое Древо» на 2016 год будет включать расширенную товарную группу (табл. 3.15).

Таблица 3.15 - Структура ассортимента предприятия ООО «Белое Древо» на 2016 год

Товарные группы	2015 год		2016 год	
	сумма, тыс. руб.	уд. вес. %	сумма, тыс. руб.	уд. вес. %
Паркет	5920,64	12,54	6835,88	11,96
Ламинат	14995,17	31,76	21008,27	36,75

Товарные группы	2015 год		2016 год	
	сумма, тыс. руб.	уд. вес. %	сумма, тыс. руб.	уд. вес. %
Пробка	2620,38	5,55	2952,18	5,16
Массив	8498,52	18,00	9637,59	16,86
ПВХ	6208,64	13,15	6943,36	12,15
Декинг	4211,49	8,92	4621,74	8,08
Комплек- тующие	4759,17	10,08	5169,9	9,04
Всего	47214,00	100,00	57168,92	100,00

Новые модели ламината в ООО «Белое Древо» увеличит удельный вес товарной группы «Ламинат» почти на 5%. Плановый оборот розничной торговли с учетом нового ассортимента составит 57168,92 тыс.руб.

Для ввода новой товарной группы также необходимы следующие расходы:

- 1) Каталог для образцов по цене 1500руб. за единицу (4шт).

Каталог приобретается у поставщика.

- 2) Увеличение расходов на рекламу в размере 2800 руб. включает:

- Покупку логотипа для выставочного стенда;
- Покупку рекламных буклетов.

- 3) Сумма переменных издержек составит:

$$\text{ИОпер}_{\text{пл}} = 3427,74 * 5,32 / 100 = 182,36 \text{ тыс.руб.}$$

$$\Sigma = 6+2,8+182,36 = 191,16 \text{ тыс.руб.}$$

Формирование планируемых показателей с учетом расширения ассортимента и внедрения дисконтных карт отмечено в таблице 3.16.

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий приведет к увеличению розничного товарооборота на 4855,74 тыс. руб. или 9,04%

Торговое предприятие получит валовую прибыль в размере 22488,77 тыс. руб., что на 3846,77 тыс. руб. больше по сравнению с отчетным периодом (или на 7,55%). Совокупное влияние предложенных мероприятий положительно повлияет на деятельность предприятия.

Таблица 3.16 – Основные показатели финансово - хозяйственной деятельности предприятия с учетом предложенных рекомендаций

Показатели	2015 год	Плановый год	Рекомендации		Плановый год с учетом рекомендаций	Отклонение от		Темп изменения в % к	
			расширение ассотримента	внедрение дисконтных карт		отчетного года	планового года	отчетному году	плановому году
Оборот розничной торговли, тыс.руб.	47214,00	53741,19	3427,74	1428,00	58596,93	11382,93	4855,74	124,11	109,04
Себестоимость проданных товаров, работ, услуг, тыс.руб.	28572,00	32830,49	2094,01	864,15	35788,65	7216,65	2958,16	125,26	109,01
Валовая прибыль – сумма, тыс.руб.	18642	20910,70	1014,22	563,85	22488,77	3846,77	1578,07	120,63	107,55
-уровень, %	39,48	38,91	29,59	39,49	38,38	-1,10	-0,53	97,21	98,63
Издержки обращения – сумма, тыс.руб.	6240	7271,18	191,16	75,97	7538,31	1298,31	267,13	120,81	103,67
-уровень, %	13,22	13,53	5,58	5,32	12,86	-0,36	-0,67	97,31	95,08
Прибыль (убыток) от продаж – сумма, тыс.руб.	12402	13639,51	1516,09	487,88	15643,48	3241,48	2003,97	126,14	114,69
-уровень, %	26,27	25,38	44,23	34,17	26,70	0,43	1,32	101,62	105,19

## Заключение

Абсолютное увеличение оборота розничной торговли в действующих ценах за год составило 3591 тыс. руб. Оборот розничной торговли в сопоставимых ценах в отчетном году составил 36183,78 тыс. руб.

Результатом работы предприятия в отчетном году явилась чистая прибыль в сумме 11953 тыс.руб., это на 15,87% выше прибыли прошлого года и свидетельствует о позитивной динамике финансового результата. Рентабельность деятельности составила 25,32%, что на 1,64% больше, чем в прошлом году. В целом можно сделать вывод о повышении эффективности хозяйствования в отчетном году.

За анализируемые 2 года рост цен привел к росту оборота розничной торговли на 5058,64 тыс. руб., тогда как под влиянием физического объема оборот розничной торговли (интенсивного фактора) снизился на 1464,64 тыс. руб. Данное соотношение факторов является отрицательным моментом в деятельности организации, так как развитие оборота розничной торговли осуществляется за счёт цен - экстенсивного фактора.

Наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли в 2015 году занимает товарная группа «Ламинат» - 31,76% или 14995,17 тыс. руб. Наименьший удельный вес в структуре оборота розничной торговли отчетного года занимает товарная группа «Пробка» - 5,55% или 2620,38 тыс. руб.

Наибольший удельный вес оборота розничной торговли в 2015 году пришелся на третий квартал и составил 29,48%, что в абсолютном выражении составляет 13918,69 тыс. руб..

На основе проведенного анализа спланирован оборот розничной продажи на следующий период следующими методами:

1. Экономико-статистическим на основе среднегодовых темпов роста.

2. Экономико-статистическим на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

3. Метод экономико-математического моделирования.

4. Получения целевой прибыли.

5. Методом экспертных оценок.

Рекомендуемое значение – результат, спланированный на основе метода получения целевой прибыли от продаж, потому что данное значение показателя позволяет ставить позитивные финансово-хозяйственные цели, направленные на развитие организации. Используя метод получения целевой прибыли от продаж получаем наиболее рациональный вариант развития предприятия для финансирования его дальнейшей деятельности. Так, абсолютный прирост оборота розничной торговли составил 6527,19 тыс.руб., а ожидаемый темп роста выручки в сопоставимых ценах 103,48%.

В качестве рекомендаций предложено углубить ассортимент, снизив среднюю цену товарной группы «Ламинат». Это увеличит оборот в сравнении с плановым значением на 3340,3 тыс.руб., или на 20,9% при влиянии совокупных факторов. Второй расчетной рекомендацией стал ввод дисконтных карт. По данным расчетам прирост оборота розничной торговли с учетом данной рекомендации составит 1428 тыс.руб.

Совокупный результат планирования деятельности ООО «Белое Древо» с учетом предложенных рекомендаций предполагает прирост оборота розничной торговли по сравнению с 2015 годом на 11382,93 тыс.руб. или на 24,11%. Торговое предприятие получит валовую прибыль в размере 22808,28 тыс. руб., что на 4166,28 тыс. руб. больше по сравнению с отчетным периодом (или на 22,35%). Совокупное влияние предложенных мероприятий положительно повлияет на деятельность предприятия.

## Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993г.; с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 14.12.2015г. №6-ФКЗ, от 14.12.2015г. №7-ФКЗ.// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 01.11.2015. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 №146-ФЗ ред. от 02.11.2015. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ ред. от 06.12.2011, с изм. от 27.06.2015. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
5. Об утверждении Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях и нефинансовые активы», № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», № П-5 (м) «Основные сведения о деятельности организации» [Электронный ресурс]: Приказ Федеральной службы гос. статистики от 26 октября 2015 г. №498 – // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

6. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений»: утв. Приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 10.12.2002 г. №126 н в ред. от 27.11.2006 г. №156н // Законодательство для бухгалтера. – 2007. - №3. – С. 76-81.
7. Афаненко, О. П. Оборот товаров Красноярского края: динамика видов и вектор развития / О. П Афаненко // Актуальные проблемы бухгалтерского учета, экономического анализа и финансов : материалы Межрегион. науч.-практ. конф., 12 апр., 2012, г. Красноярск/М-во образования и науки Рос. Федерации, Краснояр. гос. торгово-эконом. ин-т, Краснояр. ин-т проф. бухгалтеров и аудиторов ; отв. ред. Н. А. Соловьева. – Красноярск, 2012. – 315 с. – с. 54-58.
8. Баженов Ю. К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям "Торговое дело" (бакалавриат), "Экономика (бакалавриат), "Менеджмент (бакалавриат) / Ю. К. Баженов, Г. Г. Иванов. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2014. - 96 с.
9. Берг Т.И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т. И. Берг, 2007. – 138 с.
10. Виноградова С.Н. Организация и технология торговли. / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова, С.П. Гурская - Москва: Высшая школа. 2014. - 460 с.
11. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: учебное пособие для вузов Пер. с англ. / Ф.Котлер; под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 522 с.
12. Лысенко Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: для бакалавров и специалистов : учебное пособие для вузов по направлениям подготовки: 080200 "Менеджмент" (профиль: "Экономика и управление организацией", 080100 "Экономика" (профиль: "Экономика предприятий и организаций"), 100700 "Торговое дело" (профили:

- "Коммерция", "Маркетинг в торговой деятельности"), 100800 "Товароведение" (профиль: "Товарный менеджмент") и по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (торговля и общественное питание)" / Ю. В. Лысенко, М. В. Лысенко, Э. Х. Таипова. - Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород : Питер, 2013. - 411 с
13. Магилат. Е. Л. Анализ структурных сдвигов Красноярского края / Е. Л. Магилат // Молодежь и наука: материалы X Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, [посвященной 80-летию образования Красноярского края]: в 3 т. / Сиб. федер. ун-т; отв. за вып. А. Н. Тамаровская. - Красноярск : СФУ, с. 87-88.
  14. Окунин Е. Э. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум, / Е. Э. Окунин.- Москва: ИНФРА-М, 2014. – 264 с.
  15. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли/ О.В Памбухчиянц. - Москва: Маркетинг, 2014. - 283 с.
  16. Петрученя И. В. Развитие оборота розничной торговли России и Красноярского края в современных условиях / И. В. Петрученя, Э. А. Батраева. – Красноярск, 2009. 175 с.
  17. Савинский А.И. Розничная торговля и основы товароведения/ А. И. Савинский. – Минск. БГЭУ, 2014. - 287 с.
  18. Соломатина И.Т. Экономика и организация деятельности торгового предприятия/ И. Т. Соломатина: - Москва:, 2012 г. - 211 с.
  19. Сулова Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие / Ю. Ю. Сулова, Н. Н. Терещенко ; Сиб. федер. ун-т. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 135 с.
  20. Терещенко Н.Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия: практикум / Н.Н. Терещенко, О.Н Емельянова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т;– Красноярск, 2006. – 115 с.

21. Терещенко Н.Н. Планирование на предприятии торговли: учеб. пособие. / Н. Н. Терещенко; Красноярск. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2005. – 296 с.
22. Финансы: учеб. пособие / под. ред. А. М. Ковалевой. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 415 с.
23. Чеглов В.П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями. Практикум : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080301 - Коммерция (торговое дело), 080111 - Маркетинг и по направлению 100700.62 - Торговое дело / В. П. Чеглов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 224 с.
24. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа/ А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, Е.В. Негашев: - Москва.: ИНФРА-М, 2008 г. - 443 с.
25. Щур Д.Л. Основы торговли. Розничная торговля. / Д. Л. Щур, Л.В. Труханович– 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дело и Сервис, 2012. – 800 с.
26. Экономика предприятия [Электронный ресурс] : учебник / В. Д. Грибов [ и др.] - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС: ИНФРА-М, 2015. - 448 с.
27. Экономика предприятия торговли : учеб. Пособие. В 2 ч. Ч. 1 / Ю. Л. Александров [и др.] ; Красноярск. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск : изд. Центр КГУ, 2002. – 257 с.
28. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г.Г. Иванов [ и др.] – Москва: Академия, 2010. – 318с.
29. Экономика фирмы (организации, предприятия) : учебник / О. В. Антонова [и др.] ; ред.: В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк, Б. Н. Чернышев. - 2-е изд. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 296 с.
30. Экономика фирмы [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / Сиб. федерал. ун-т ; сост.: Н. Н. Терещенко, О. Н. Есина. - Красноярск : СФУ, 2013. - 51 с.

31. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / под ред. А.Н. Соломатина. – Санкт-Петербург.: – ИНФРА, 2012. – 290 с.
32. Янковская В.В. Планирование на предприятии: учебник / В.В. Янковская. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 425 с.

