

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 обоснование резервов
роста

тема

Руководитель _____ доцент, канд. экон. наук Л. И. Подачаина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ ЭП 12-1 А.Я.Бучинский
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Красноярск 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. Теоретические и методические основы анализа и планирования оборота розничной торговли торгового предприятия	6
1.1оборот розничной торговли: понятие, сущность, виды и их классификация.....	6
1.2 Методика анализа оборота розничной торговли	10
1.3 Методика планирования оборота розничной торговли	17
2. Анализ оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Славянка К»	Ошибка! Закладка не определена.
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли предприятия.	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Факторный анализ оборота розничной торговли предприятия ООО «Славянка К».	Ошибка! Закладка не определена.
2.4. Анализ состояния товарных ресурсов торгового предприятия и оценка эффективности их использования.	Ошибка! Закладка не определена.
3. Планирование и обоснование резервов роста оборота розничной торговли ООО «Славянка К».....	Ошибка! Закладка не определена.
3.1 Планирование оборота розничной торговли предприятия с использованием различных методов.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.2 Экономическое обоснование структуры оборота розничной торговли	Ошибка! За
3.3 Экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли	Ошибка!
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	28
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	32
Приложения.....	75

ВВЕДЕНИЕ

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 оборота розничной торговли и оборота розничной торговли.

Главной целью торговых предприятий является получение максимальной прибыли, а оборот розничной торговли выступает в качестве необходимого и важнейшего условия, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля от реализации товаров, то максимизация прибыли требует постоянного увеличения объема оборота розничной торговли как основного фактора роста доходов и прибыли, а также относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

Темпы роста оборота розничной торговли, повышение качества предлагаемой продукции непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия и другие показатели, поэтому анализ данного показателя имеет большое значение. Вышеизложенное определяет актуальность темы выпускной бакалаврской работы.

Целью данной работы является экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли на основе его анализа.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие, сущность, состав и классификацию видов оборота розничной торговли;
- изучить методики анализа и планирования оборота розничной торговли;

- дать краткую организационно-экономическую характеристику ООО «Славянка К»;
- проанализировать динамику, состав, структуру оборота розничной торговли ООО «Славянка К»;
- провести анализ товарного обеспечения оборота розничной торговли;
- оценить влияние факторов на изменение оборота розничной торговли;
- осуществить планирование оборота розничной торговли в целом, в ассортиментном и временных разрезах;
- разработать пути повышения оборота розничной торговли и его оптимизации.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам, в том числе Н.Н. Терещенко, А.Н. Соломатина, Г.Г.Иванова и др.; законодательство Российской Федерации и его структур; публикации в периодической печати; учебники и учебные пособия; результаты собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа: анализа и синтеза, группировки и сравнения и других, входящих в экономико-статистические методы, а также метода экспертной оценки и методов планирования: метода на основе среднегодовых темпов роста и метода выравнивания динамического ряда по скользящей средней, входящих в экономико-статистические методы, экономико-математического метода; метода получения целевой прибыли, а также методы экспертной оценки. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Предметом исследования в выпускной бакалаврской работе является оборот розничной торговли. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ООО «Славянка К».

Выпускная бакалаврская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 74 стр. Выпускная бакалаврская работа иллюстрирована 15 рисунками; 22 таблицами; 6 приложениями. Список использованных источников включает в себя 23 источников.

1. Теоретические и методические основы анализа и планирования оборота розничной торговли торгового предприятия

1.1 Оборот розничной торговли: понятие, сущность, виды и их классификация.

Рассмотрим различные понятия «оборота розничной торговли» по мнению авторов учебников и учебных пособий:

Оборот розничной торговли – это стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков [17].

Оборот розничной торговли представляет собой процесс обращения товаров, экономическая сущность которого выражается отношениями, связанными с обменом денежных средств на товары. Оборот розничной торговли передает товары конечным потребителям и характеризует завершение процесса обращения. Товары из сферы обращения поступают в сферу потребления, становятся собственностью потребителя, используются или образуют потребительский фонд, т.е. перестают быть товарами [21].

Оборот розничной торговли – это экономический показатель, отражающий совокупную стоимость продаж средств производства и предметов потребления. Различают оптовый и розничный товарооборот. Розничный товарооборот включает объем продаж товаров и услуг населению розничной торговлей, сетью предприятиями общественного питания [22].

Оборот розничной торговли отражает экономический процесс обмена товаров на деньги в соответствии с требованиями рыночного механизма, социальный процесс перехода товарной массы в сферу потребления, т.е. удовлетворение покупательского спроса, финансовый процесс формирования денежной выручки. На уровне отдельных предприятий следует учитывать взаимосвязь розничного товарооборота и других показателей деятельности торговых организаций. При этом оптимальным считается такое соотношение в развитии этих показателей,

которое представлено в моделях стратегического регулирования товарооборота.

Оборот розничной торговли является одним из важных показателей социально-экономического развития страны, который характеризует заключительный этап движения товаров в сферу потребления. Именно через розничный товарооборот осуществляется изменение формы стоимости потребительских товаров, созданной в процессе производства [10].

В Приказе Федеральной службы государственной статистики №435 «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, что также учитывается как продажа за наличный расчет.

В оборот розничной торговли также включаются [5]:

-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.

Оборот розничной торговли показывается, включая стоимость стеклянной посуды, проданной вместе с товаром (за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды) или принятой в обмен на товар.

Стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые подразделения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям, пособиям и т.п. с последующей оплатой организациям торговли предприятиями, органами социального обеспечения или др., включается в оборот розничной торговли.

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.

Данные об обороте розничной торговли представляют как организации розничной торговли, так и организации других видов деятельности, если они осуществляют продажу приобретенных на стороне товаров (в том числе полученных в соответствии с договором мены) или товаров собственного производства населению через торговые заведения, находящиеся на их балансе, или с оплатой через свою кассу [5].

Рассмотрим классификацию оборота розничной торговли предприятий (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Классификация видов оборота розничной торговли [6]

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

Социально-экономическое значение оборота розничной торговли заключается в удовлетворении материальных, социальных и бытовых

потребностей членов общества, повышении уровня жизни населения и пр. [12].

Таким образом, розничная торговля является предпринимательской деятельностью в сфере обмена, связанной с продажей товаров (услуг) конечным потребителям для личного, семейного, домашнего или коллективного пользования, является сложной системой, функционирующей в условиях быстро меняющейся социально-экономической среды.

В следующем пункте дипломной работы охарактеризуем методику анализа оборота розничной торговли

1.2 Методика анализа оборота розничной торговли

Анализ оборота розничной торговли занимает важное место в экономическом анализе основных показателей торгово-финансовой деятельности предприятия, так как от размера и структуры оборота розничной торговли зависят многие экономические показатели работы предприятия (издержки, доходы, прибыль, рентабельность деятельности и др.).

Главный смысл осуществления анализа оборота розничной торговли заключается в выявлении резервов его роста и повышения эффективности деятельности предприятия в целом на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Анализ оборота розничной торговли целесообразно осуществить, на наш взгляд, по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному, содержание которых представлено на рис. 1.1

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

задачи проведения анализа оборота розничной торговли приведены в Приложении А.

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



Рисунок 1.1 - Характеристика этапов анализа оборота розничной торговли предприятия [6]

Важным направлением подготовительного этапа является определение круга необходимой для осуществления анализа первичной и вторичной информации. Состав информации приведен в Приложении Б.

После выявления источников и круга необходимой информации определяются сроки и исполнители проведения анализа розничного оборота. Сроки проведения анализа определяются в зависимости от цели и задач осуществления анализа. Выбор исполнителей, осуществление анализа оборота розничной торговли зависит от ряда факторов:

- цели и задачи анализа;
- степени глубины и детализации проводимого анализа;
- наличием на розничном предприятии квалифицированных в данной области знаний кадров;
- кругом заинтересованных лиц, которым будет представлена информация о результатах проведенного анализа: внутренние пользователи информации (администрация, специалисты предприятия и т. д.) или внешние пользователи информации (банки и другие финансово-кредитные учреждения, инвесторы, покупатели и т. д.).

В зависимости от влияния вышеперечисленных факторов исполнители экономического анализа оборота розничной торговли предприятия могут быть как квалифицированные специалисты самого предприятия (экономисты, бухгалтера, финансисты и т. п.); так и внешние специалисты (работники специализированных бюро, контор, аудиторских фирм; специальных служб, ревизионных, финансово-кредитных учреждений и т. п.).

Для проведения анализа оборота розничной торговли используется ряд как традиционных, так и математических методов (использование абсолютных, относительных величин; индексный метод; балансовый метод; метод сравнения; метод группировки; метод цепных подстановок, метод разниц; экономико-математическое моделирование; линейное программирование; корреляционно-регрессионный анализ; методы диагностического программирования)

Анализ динамики общего объема оборота розничной торговли осуществляется за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах

Объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах ($P_{с.ц.}$) рассчитывается путем деления оборота розничной торговли в действующих ценах ($P_{д.ц.}$) на соответствующий индекс розничных цен ($I_{ц}$):

$$P_{с.ц.} = \frac{P_{д.ц.}}{I_{ц}}. \quad (1)$$

Анализируя динамику оборота розничной торговли, используют показатели «темп роста» и «темп прироста», которые рассчитываются по следующим формулам:

$$Tr = \frac{P_1}{P_0} \cdot 100, \quad (2)$$

где Tr – темп роста, %; P_1 – объем оборота текущего (отчетного) периода, тыс. руб.; P_0 – объем оборота розничной торговли базисного периода, тыс. руб.

$$Tnp = Tr - 100, \quad (3)$$

где Tnp – темп прироста оборота розничной торговли, %.

При расчете среднегодового темпа роста оборота розничной торговли расчеты осуществляются по следующей формуле:

$$\bar{T}p = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}}, \quad (4)$$

где n – количество периодов; P_0 – оборот розничной торговли первого года в динамическом ряду, тыс. руб.; P_n – оборот розничной торговли последнего года в динамическом ряду, тыс. руб.

Следующим направлением анализа оборота розничной торговли является оценка его динамики во временном аспекте, т. е. по кварталам и месяцам

Для оценки равномерности развития оборота розничной торговли по периодам времени рассчитываются коэффициенты равномерности и ритмичности, а также индексы сезонности

Коэффициент равномерности (Kp) рассчитывается по следующим формулам:

$$Kp = 100 - V, \quad (5)$$

где V – коэффициент вариации, %;

$$V = \frac{\sigma \times 100}{\bar{x}}, \quad (6)$$

где σ – среднеквадратическое отклонение; \bar{x} – средний процент (темпа роста) оборота по общему объему или средний размер оборота за определенный период, % или тыс. руб.

Среднеквадратичное отклонение может быть определено как по абсолютному значению (сумме) товарооборота, так и по относительным показателям (темпам роста). Рассмотрим оба варианта.

1) для определения равномерности распределения оборота розничной торговли по периодам времени расчеты проводят по сумме оборота, в этом случае среднеквадратическое отклонение считается следующим образом:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (7)$$

где x_i – объем оборота за определенный период, тыс. руб.; \bar{x} – средняя величина оборота за исследуемый период, тыс. руб.; n – число составляющих (месяцев, кварталов);

2) для определения равномерности динамики оборота розничной торговли расчеты проводят по темпам роста оборота за определенные периоды, при этом среднеквадратическое отклонение определяется следующим образом:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2 \cdot P_{O_i}}{\sum P_{O_i}}}, \quad (8)$$

где x_i – темп изменения оборота розничной торговли по отдельным временным периодам, %; \bar{x} – средний темп изменения оборота по общему объему, %; P_{O_i} – базисное значение оборота за период, тыс. руб.

Для оценки распределения оборота розничной торговли по отдельным месяцам и кварталам отчетного года целесообразно также осуществлять

расчет индексов сезонности (I_c), которые рассчитываются по следующей формуле

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (9)$$

где \bar{P}_i – средний оборот розничной торговли за отдельный период времени (месяц, квартал), тыс. руб.; \bar{P} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота розничной торговли, тыс. руб.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (10)$$

Следующим направлением является анализ динамики оборота розничной торговли в ассортиментном разрезе.

Для анализа оборота розничной торговли по ассортиментной структуре целесообразно рассчитывать коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте ($K_{\text{стр.сдв.}}$) по следующей формуле

$$K_{\text{стр.сдв.}} = \sqrt{\frac{\sum (F_i^1 - F_i^0)^2}{n}}, \quad (11)$$

где F_i^0 - удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли предшествующего года, %; F_i^1 - удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли отчетного года, %; n – количество товарных групп.

Анализ структурных сдвигов в общем объеме оборота розничной торговли позволяет выявить основные изменения в товарной структуре оборота и оценить влияния этих изменений на общий размер оборота.

Важным направлением основного этапа анализа оборота розничной торговли является оценка влияния различных факторов на изменение оборота розничной торговли. На оборот розничной торговли оказывает количественное влияние совокупность факторов. Методику расчета влияния различных факторов на изменение оборота розничной торговли приведем в таблице 1.2

Таблица 1.2 – Факторный анализ оборота розничной торговли предприятия торговли

Фактор	Методика расчета
1 влияние изменения цен и физического объема оборота	
- изменение оборота за счет физического оборота розничной торговли	$\Delta P(\Phi P) = P_{1\text{цн}} - P_{0\text{цн}}$ (12)
-изменение оборота розничной торговли за счет изменения цен	$\Delta P(\text{Jц}) = P_{1\text{дн}} - P_{1\text{цн}}$ (13)
-изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Phi P) + \Delta P(\text{Jц})$ (14)
2. влияние изменения трудовых ресурсов	
-за счет изменения численности	$\Delta P(\Delta \text{ч}) = (\text{Ч}_1 - \text{Ч}_0) \times \text{ПТТ}_0$ (15)
-за счет изменения производительности труда	$\Delta P(\Delta \text{пт}) = (\text{ПТ}_1 - \text{ПТ}_0) \times \text{Ч}_1$ (16)
-изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P_{(\Delta \text{ч})} + \Delta P_{(\Delta \text{пт})} = \Delta P$ (17)
3. влияние товарного обеспечения	
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на начало периода	$P_0 = Z_{H_0} + \Pi_0 - B_0 - Z_{K_0};$ $P' = Z_{H_1} + \Pi_0 - B_0 - Z_{K_0};$ $P'' = Z_{H_1} + \Pi_1 - B_0 - Z_{K_0};$
- изменение оборота розничной торговли за счет поступления товаров	$P''' = Z_{H_1} + \Pi_1 - B_1 - Z_{K_0};$ $P_1 = Z_{H_1} + \Pi_1 - B_1 - Z_{K_1}.$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения выбытия	$\Delta P(\Delta Z_H) = P^I - P_0;$ $\Delta P(\Delta \Pi) = P'' - P_0;$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на конец года	$\Delta P(\Delta B) = P''' - P'';$ $\Delta P(\Delta Z_K) = P_1 - P'''.$
4. влияние факторов, связанных с использованием основных фондов	
- за счет изменения среднегодовой стоимости основных фондов	$\Delta P(\Delta \text{ОФ}) = \Delta \text{ОФ} \times \Phi_0$ (18)
- за счет изменения фондоотдачи	$\Delta P(\Delta \Phi) = \Delta \Phi \times \text{ОФ}_1$ (19)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ОФ}) + \Delta P(\Delta \Phi)$ (20)
5. влияние факторов, связанных с использованием оборотных средств	
- за счет изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta P(\Delta \text{ОС}) = \Delta \text{ОС} \times \text{Ос}_0$ (21)
- за счет изменения скорости обращения	$\Delta P(\Delta \text{Ос}) = \Delta \text{Ос} \times \text{Ос}_1$ (22)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ОС}) + \Delta P(\Delta \text{Ос})$ (23)
6. влияние факторов, связанных с использованием	
- за счет изменения средней стоимости товарных запасов	$\Delta P(\Delta \text{ТЗ}) = \Delta \text{ТЗ} \times \text{Ос}_0$ (24)
- за счет изменения скорости обращения товарных запасов	$\Delta P(\Delta \text{Ос}) = \Delta \text{Ос} \times \text{ТЗ}_1$ (25)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ТЗ}) + \Delta P(\Delta \text{Ос})$ (26)
7. влияние факторов, связанных с использованием торговой площади	
- за счет изменения торговой площади	$\Delta P(\Delta \text{S}) = \Delta \text{S} \times \text{Ps}_0$ (27)

Фактор	Методика расчета
- за счет изменения оборота розничной торговли на 1 кв м	$\Delta P(\Delta P_s) = \Delta P_s \times S_1(28)$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta S) + \Delta P(\Delta P_s) (29)$

Завершающим направлением основного этапа анализа оборота розничной торговли является анализ его товарного обеспечения, который включает в себя два основных направления: анализ товарных запасов и анализ поступления товаров с увязкой с объемом реализации. На данном этапе анализа осуществляется оценка структуры источников поступления товаров в розничное предприятие; дается характеристика основных поставщиков товаров и их удельный вес в общем объеме поставок товаров, оцениваются условия и порядок транспортировки и расчетов за поставляемые товары, анализируется выполнение договоров поставки поставщиками.

В следующем пункте дипломной работы охарактеризуем методику планирования оборота розничной торговли

1.3 Методика планирования оборота розничной торговли

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

Основными экономическими предпосылками планирования оборота розничной торговли являются:

- 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.);

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

- анализ баланса денежных доходов и расходов населения за отчетный и на прогнозируемый периоды;

- анализ основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет, перспективы деятельности предприятия торговли в прогнозируемом периоде (прирост или выбытие торговых площадей, увеличение или сокращение численности работников и т.п.) [15].

На рисунке 1.2 отметим цели планирования оборота розничной торговли.



Рисунок 1.2 - Цели планирования оборота розничной торговли [15]

Планирование осуществляется в несколько этапов (табл. 1.3)

Таблица 1.3 - Этапы планирования оборота розничной торговли [6]

Название этапа	Характеристика этапа планирования
I. Предварительный этап	1.1. Определение цели и задач планирования
	1.2. Выбор источников информации, необходимой для планирования
	1.3. Выбор методов планирования оборота розничной торговли
	1.4. Изучение экономических предпосылок планирования оборота розничной торговли
II. Основной этап	2.1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему выбранными методами планирования
	2.2. Планирование оборота розничной торговли по структуре
	2.3. Планирование оборота розничной торговли по периодам времени
III. Заключительный этап	3.1. Выявление резервов роста оборота розничной торговли и совершенствование его структуры и состава
	3.2. Разработка программы мероприятий по увеличению объема оборота розничной торговли и совершенствование его состава и структуры

Расчет оборота розничной торговли по общему объему возможно осуществлять с использованием ряда методов, представленных в

Приложении В.

Балансовый метод предполагает планирование общего объема оборота розничной торговли с использованием формулы балансовой увязки товарных ресурсов:

$$P_{пл} = Z_{нпл} + П_{пл} - Z_{кпл} - B_{пл}, \quad (30)$$

где $P_{пл}$ – планируемый оборот розничной торговли по общему объему, тыс. руб.; $Z_{нпл}$ – планируемые запасы на начало периода, тыс. руб.; $П_{пл}$ – планируемое поступление товаров в будущем периоде, тыс. руб.; $Z_{кпл}$ – планируемые запасы на конец периода, тыс. руб.; $B_{пл}$ – планируемое выбытие товаров, тыс. руб.

Нормативный метод планирования оборота розничной торговли основан на использовании при расчетах норм и нормативов (физиологических норм потребления продовольственных товаров, рациональных норм потребления непродовольственных товаров, обеспеченности товарами на 1 000 жителей или 100 семей и т. д.).

Расчеты данным методом производят на уровне предприятия для обоснования объема оборота розничной торговли по отдельным товарным группам, а также расчета потребительской корзины населения.

Метод планирования оборота розничной торговли с учетом потребности в прибыли. Суть данной методики состоит в достижении объема товарооборота, обеспечивающего размер прибыли, необходимой для осуществления самофинансирования (т. е. прироста основных фондов и собственных средств в обороте). Эта методика осуществляется в три этапа.

На первом этапе определяется величина прибыли, остающейся в распоряжении предприятия для следующих целей[8]

- 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 оборота розничной торговли 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:

$$P_K = \frac{P \cdot IO_{пост}}{(IO_{пер} + IO_{пост})} \quad (31)$$

или

$$P_K = \frac{IO_{пост} \cdot 100}{(ВП - IO_{пер})} \quad (32)$$

где P_K – оборот розничной торговли в критической точке, тыс. руб.; P – расчетный плановый оборот розничной торговли, тыс. руб.; $IO_{пост}$ – постоянные издержки обращения, тыс. руб.; $IO_{пер}$ – переменные издержки обращения, тыс. руб.

Метод планирования оборота розничной торговли исходя из предполагаемых ресурсов. Данный метод основан на оптимизации планового объема оборота розничной торговли и определении его максимальной величины по отдельным видам ограниченных ресурсов (площадь торгового зала, товарные запасы, трудовые и финансовые ресурсы, другие факторы).

Для реализации этой методики используются экономико-математические организационные модели, решение которых осуществляется с использованием ЭВМ.

Метод технико-экономических расчетов. При планировании оборота розничной торговли можно использовать нормативы товарооборота на 1 м² 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 [9]:

- средней стоимости покупки;
- интенсивности покупательных потоков (этот коэффициент, в свою очередь, корректируется на показатель сменности работы торгового предприятия);
- завершенности покупок.

Метод планирования оборота розничной торговли на основе спроса населения. Данная методика основана на применении двух методов. Согласно первому, коэффициент эластичности рассчитывается по формуле

$$K_{эл} = \frac{J_p - 1}{J_{пф} - 1}, \quad (33)$$

где $K_{эл}$ – коэффициент эластичности; $J_{пф}$ – индекс изменения покупательных фондов; J_p – индекс изменения товарооборота.

А плановый объем оборота розничной торговли определяется по следующей формуле :

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + T_{пр_{пф}} \cdot K_{эл}) \cdot J_{инф}}{100}, \quad (34)$$

где $T_{пр_{пф}}$ – темп прироста покупательных фондов в плановом году, %.

В соответствии со вторым способом к объему оборота розничной торговли за месяц предшествующего периода прибавляют размер неудовлетворенного спроса и прирост товарооборота в связи с ростом денежных доходов населения в планируемом периоде.

Метод планирования оборота розничной торговли 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 оборота розничной торговли 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 возможный рост или снижение оборота розничной торговли [8].

Экономико-статистические методы основаны на определении статистических средних за предыдущие периоды и расчете на этой основе оборота розничной торговли на будущий период. Общий объем оборота розничной торговли рассчитывается следующими экономико-статистическими методами.

1. Метод расчета общего объема оборота розничной торговли по среднегодовым темпам роста. Расчет среднегодового темпа роста осуществляется на основе формулы средней геометрической:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \cdot 100, \quad (35)$$

где \bar{T} – среднегодовой темп роста оборота розничной торговли, %; P_n – оборот розничной торговли за отчетный период в сопоставимых ценах к базисному периоду, тыс. руб.; P_0 – оборот розничной торговли за базисный период, тыс. руб.; n – число лет в периоде.

Отсюда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (36)$$

где P_1 – оборот розничной торговли отчетного периода в

действующих ценах , тыс. руб.; Инф – индекс инфляции на планируемый период.

2. Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней. Суть данного метода заключается в определении тенденций динамического ряда путем плавного изменения товарооборота во времени.

Каждому показателю динамического ряда темпов прироста оборота розничной торговли последовательно присваивают условное обозначение K и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда.

$$\text{Изменение } \bar{\Delta K} \text{ равно } \bar{\Delta K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1}.$$

(37)

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\bar{\Delta K}.$$

(38)

Тогда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия определяется по следующей формуле:

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф.}}{100}.$$

(39)

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

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

II этап – выбор математического уравнения, отражающего эту зависимость;

III этап – нахождение параметров данного уравнения;

IV этап – планирование товарооборота на основе выбранного уравнения;

V этап – расчет ошибки плана.

Основной недостаток данного метода – трудности сбора необходимой информационной базы в сопоставимом виде для планирования (за 7-10 лет).

Данный метод можно использовать на всех уровнях деятельности предприятия торговли.

Метод экспертных оценок. Суть данного метода заключается в привлечении к планированию оборота розничной торговли группы экспертов из 5-10 представителей производителей товаров, работников предприятий торговли и общественного питания, 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.

Наиболее часто при планировании товарооборота используют методы коллективных экспертных оценок, такие, как метод Дельфи, метод мозговой атаки[24].

Метод получения целевой прибыли от продаж. Расчет данным методом осуществляется на основе предполагаемой (целевой) прибыли от продаж, которую предприятие будет стремиться достигнуть в будущем периоде.

Прибыль от продаж в предприятии розничной торговли рассчитывается как разница между валовой прибылью (суммой реализованных торговых надбавок) (ВП) и издержками обращения (ИО):

$$Ппр = ВП - ИО \text{ или } Ппр = \frac{P \cdot Y_{ВП}}{100} - \frac{P \cdot Y_{ИО}}{100} \quad (40)$$

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{Ппр_{пл}}{Y_{ВПпл} - Y_{ИОпл}} \cdot 100, \quad (41)$$

где $Ппр_{пл}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового предприятия, тыс. руб.; $Y_{ВПпл}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %; $Y_{ИОпл}$ – планируемый уровень издержек обращения, %.

Обоснование общего объема оборота розничной торговли начинают с определения ожидаемого оборота розничной торговли за текущий год и

приведения его в сопоставимый вид с оборотом розничной торговли предстоящего периода. Расчеты производятся в определении объема продажи товаров населению и объема мелкого опта. Основой для расчетов плана продажи товаров населению являются данные о покупательных фондах населения или его учетных денежных доходах. В современных условиях эти показатели на планируемый период в большинстве районов и областей отсутствуют. Поэтому целесообразно при планировании оборота розничной торговли использовать прогнозы социально-экономического развития государства, разрабатываемые Министерством экономики, в которых отражены основные тенденции развития денежных доходов населения на прогнозируемый период.

При обосновании плана оборота розничной торговли важно обеспечить более высокие темпы роста продажи товаров населению по сравнению с темпами роста его денежных доходов, что позволит повысить процент охвата оборотом розничной торговли денежных доходов населения или покупательных фондов населения.

Второй и третий этапы планирования оборота розничной торговли предполагают расчет оборота по периодам года и по структуре (Приложение Г)

Планирование оборота розничной торговли на будущий год по периодам года может осуществляться такими экономико-статистическими методами, как расчет на основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме товарооборота и расчет с помощью индексов сезонности продаж.

При планировании оборота розничной торговли по периодам года на основе средних удельных весов квартальных оборотов в его годовом объеме первоначально рассчитывают средние удельные веса квартальных оборотов за последние два-три года работы предприятия по средней арифметической или по скользящей средней.

При планировании квартальных оборотов розничной торговли с

помощью индексов сезонности оборота розничной торговли расчеты осуществляются умножением среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности соответствующего квартала (уточненные):

$$\bar{P}_{кв.пл.} = \frac{P_{пл.}^{год}}{4}, \quad (42)$$

где $\bar{P}_{кв.пл.}$ – среднеквартальный оборот розничной торговли предприятия планируемого года, тыс. руб.; $P_{пл.}^{год}$ – оборот розничной торговли планируемого года, тыс. руб.; 4 – количество кварталов в году.

$$P_{с.}^{1кв} = P_{кв.пл.} \cdot J_{с}^{1кв}, \quad (43)$$

где $J_{с}^{1кв}$ – индекс сезонности первого квартала.

Расчет индексов сезонности (I_c), осуществляется по следующей формуле

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (44)$$

где \bar{P}_i – средний оборот розничной торговли за отдельный период времени (месяц, квартал), тыс. руб.; \bar{P} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота розничной торговли, тыс. руб.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (45)$$

При планировании структуры оборота розничной торговли на практике могут использоваться следующие экономико-статистические методы: на основе коэффициента эластичности, выравнивания динамического ряда по скользящей средней и на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оборота розничной торговли.

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 формуле средней арифметической или по скользящей средней. Тогда оборот розничной торговли i -й товарной

группы в будущем году будет равен

$$P_{nl}^{1мов.гр} = \frac{P_{nl}^{год} \cdot \overline{Уд.в.мов.гр.}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (46)$$

При планировании оборота розничной торговли по товарным группам также расчеты могут производиться на основе коэффициента эластичности.

При этом $K_{эл}$ показывает, как изменится оборот розничной торговли по отдельной группе товаров при изменении общего объема оборота розничной торговли на единицу и определяется по следующей формуле:

$$K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (47)$$

где ΔP_i и ΔP – отклонение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;

P_{i_0} и P_0 – базисное значение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.

Для определения размера оборота розничной торговли по отдельной группе товаров в плановом периоде расчеты осуществляются по следующей формуле:

$$P_{nl} = P_i \times \frac{100 + Tnp \cdot K_{эл}}{100} \quad (48)$$

где P_{nl} – оборот розничной торговли по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.; Tnp – плановый темп прироста оборота по общему объему, %.

При распределении планового объема оборота по структуре из всей совокупности экспертных методов в основном используются метод Дельфи, метод мозговой атаки, метод комиссий и метод интервью.

На заключительном этапе планирования оборота розничной торговли на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизации его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения объема оборота розничной

торговли разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту его объема и рационализации состава и структуры.

Изучение оборота розничной торговли как основного показателя деятельности торгового предприятия позволит провести анализ оборота розничной торговли ООО «Славянка К» во второй главе дипломной работы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ООО «Славянка К» создано на основании Гражданского Кодекса Российской Федерации, Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» в качестве коммерческой организации с целью извлечения прибыли.

Местонахождение и почтовый адрес общества: Красноярский край, г Красноярск, ул. Щорса 49Б.

К положительным моментам в деятельности торгового предприятия ООО «Славянка К» можно отнести следующие факты:

- в целом за анализируемый период на предприятии происходит расширение финансово-хозяйственной деятельности, что подтверждает увеличение оборота розничной торговли более чем на 3487 тыс. руб. или практически на 23,40% в отчетном периоде по сравнению с прошлым. Это связано с изменением структуры ассортимента с учетом покупательского спроса и величины получаемой прибыли;

- в предприятии наблюдается равномерное развитие оборота розничной торговли во временном аспекте;

- основное влияние на объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах оказало увеличение производительности труда как в целом по фирме (размер влияния составил 1517,0 тыс. руб.), так и производительности труда торгово-оперативного персонала;

- рост поступления товаров способствовал увеличению оборота розничной торговли на 2623 тыс. руб.

- изменение среднегодовой стоимости основных фондов привело к недополучению оборота розничной торговли на 381,05 тыс. руб., а изменение фондоотдачи повысило оборот розничной торговли на 3868,05 тыс. руб. Это свидетельствует об интенсивном использовании основных фондов

- эффективность использования товарных ресурсов в отчетном году по сравнению с прошлым годом: выросла по объему оборота на 0,20%, по сумме прибыли на 27,22% и в целом на 12,90%.

К отрицательным моментам в деятельности торгового предприятия ООО «Славянка К» можно отнести следующие факты:

- увеличение оборота розничной торговли в отчетном периоде было достигнуто за счет роста цен, что негативно характеризует деятельность предприятия

- изменение средней стоимости оборотных средств привело к росту оборота розничной торговли на 6457,41 тыс. руб., а замедление оборачиваемости привело к снижению оборота розничной торговли на 2970,41 тыс. руб. Это свидетельствует об экстенсивном направлении развития предприятия

- в анализируемом периоде время товарного обращения замедлилось с 35,1 до 45,3 дня. Это отрицательный момент в работе предприятия, способствующий вовлечению в оборот финансовых средств.

На основе проведенного анализа рассчитаем оборот розничной продажи на следующий период, используя следующие методы:

- метод среднегодовых темпов роста;
- планирование по скользящей средней;
- экономико-математический метод;
- метод получения целевой прибыли
- метод экспертных оценок

План оборота розничной торговли, рассчитанный по методу выравнивания динамического ряда по скользящей средней предусматривает слишком большой рост объема продаж – 27,45% и 15,86% соответственно, что нереально к фактическому выполнению в действующих условиях внешней и внутренней среды. План оборота розничной торговли, рассчитанный по экономико-математическому методу незначительно превышает значения оборота розничной торговли за 2015 год. Это позволяет сделать вывод об оптимальности величины оборота розничной торговли, спланированной методом среднегодовых темпов роста.

По результатам планирования оборота розничной торговли на следующий период можно сказать, что наибольший объем продаж придется на 4 квартал–6187,7 тыс. руб., наименьший на 2 квартал–5070,28 тыс. руб..

Наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли ООО «Славянка К» в планируемом периоде займет товарная группа «торты»

– 24,90% или 5445,65 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «прочие продовольственные товары» – 4,20% или 918,54 тыс. руб.

Для дальнейшего роста оборота розничной торговли и повышения эффективности деятельности руководству фирмы можно было бы предложить:

1) проведения акции для покупателей, при которой покупатель, совершая покупки за месяц на 7 тыс. руб. получал бы в подарок дисконтную карту «Славянка К», дающую право в дальнейшем покупать кондитерские изделия со скидкой 3%.

Возможный прирост объема оборота розничной торговли составит 210 (тыс. руб.). Прирост прибыли от продажи составит 43,65 (тыс. руб.)

2) ввести новую товарную группу «мороженое». Выбор был остановлен на красноярском хладокомбинате «Хладко»

Для определения возможного объема продаж по каждому наименованию, на предприятии была проведена в течение 7 дней пробная реализация указанных наименований продукции, результаты которой приведены в таблице 3.14

На первом этапе реализации данной товарной группы установим торговую надбавку 40%, что сохранит преимущества по цене в сравнении с конкурентами, торгующими аналогичной продукцией в радиусе деятельности ООО «Славянка К»

Предложение товарной группы «мороженое» позволит увеличить оборот розничной торговли на 478,61 тыс. руб. в год, а также получить валовой прибыли на сумму 133,33 тыс. руб.

Внедрение предложенных мероприятий позволит увеличить оборот розничной торговли в отчетном году на 3,15% по сравнению с плановым годом, при этом прибыль от продажи вырастет на 141,98 тыс. руб. а рентабельность продажи возрастет на 0,55%.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации. - Москва: Эксмо, 2016. - 32 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: в 3 ч. [Электронный ресурс]: по состоянию на 01 апреля 2016 г. - Режим доступа: Консультант Плюс.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: в 2 ч. [Электронный ресурс]: по состоянию на 01 апреля 2016 г. - Режим доступа: Консультант Плюс.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: по состоянию на 01 апреля 2016 г. - Режим доступа: Консультант Плюс.
5. Указания по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях в 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 Росстата от 24.10.2011 № 435. В ред. Приказа Росстата от 23.10.2015 № 625. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.
6. .Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия: практикум / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т; сост. Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова. – Красноярск, 2006. – 115 с.
7. Арзуманова Т. И. Экономика организации: учебник для бакалавров / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 2014. - 240 с.
8. Арзуманова Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: учебник / Т.И.Арзуманова, М.Ш. Мочабели. -2-е изд., перераб. и доп. - М: Дашков и К, 2009- 276 с.
9. Баженов Ю.К. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов. М.: Экономика, 2014.- 238 с.

10. Бондарь, Н.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Бондарь. – Кемерово : МАУП, 2012. – 432 с.
11. Иванов Г.Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - М.: Инфра-М, 2013. - 368 с.
12. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г.Г. Иванов – М.: Академия, 2010. – 318с.
13. Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб.пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 416 с.
14. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 1012 с.
15. Саталкина Н.И. Экономика торговли: Учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 232 с.
16. Склярченко, В.К. Экономика предприятия: учебник/ В.К. Склярченко, В.М. Прдников. – М.: ИНФРА-М, 2010.-32с.
17. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А. М. Фридман. - М.: Дашков и Ко, 2008. - 628 с.
18. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб.пособие для вузов /В.А.Чернов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 68 с.
19. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: учеб.пособие / под ред. Е. А. Карпенко [и др.] – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008. – 224 с.
20. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб.пособие / под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. - 3-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2008.-400с.
21. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – М.:ИНФРА – М, 2009-215с.

22. Экономика торгового предприятия: учебник / А.И. Гребнев [и др.]. – М.: Экономика, 2006.- 238с.

23. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учеб.пособие / под ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА – М, 2009. – 295 с.

24. Экономика: конспект лекций на тему: «Оборот розничной торговли и товарные ресурсы торгового предприятия: сущность, методика анализа и оценка эффективности использования» / Краснояр. гос. торг. - экон. ин-т.; сост. А.М. Смирнова. – Красноярск, 2007-87с.