

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

« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и организаций (в
Сфере услуг)»

код – наименование направления

Оборот розничной торговли предприятия:

тема

анализ и обоснование резервов роста (на материалах ИП Востриков
В.Ю)

Научный руководитель/

руководитель _____

доцент, канд. экон. наук

подпись, дата

должность, ученая степень

Подачаина Л.Ю

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись, дата

Козленко В.Ю

инициалы, фамилия

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов роста на примере ИП Востриков В.Ю. содержит 76 страниц текстового документа, 5 приложений, 37 использованных источников.

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, ТОВАРНЫЕ РЕСУРСЫ, АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ, ДИНАМИКА, СОСТАВ, СТРУКТУРА, РЕЗЕРВЫ РОСТА

Объект исследования – ИП Востриков В.Ю..

Целью работы является экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли на основе его анализа. В работе проведен анализ динамики, общего объема и структуры оборота розничной торговли, а также факторный анализ и анализ состояния товарных ресурсов, осуществлено планирование общего объема и структуры оборота розничной торговли, что позволило выявить резервы роста оборота розничной торговли и предложить мероприятия по его росту.

Задачи:

- рассмотрение теоретических основ формирования оборота розничной торговли;
- изучение методик анализа и планирования оборота розничной торговли;
- характеристика организационно-экономической деятельности торгового предприятия;
- анализ оборота розничной торговли по общему объему и ассортименту;
- факторный анализ оборота розничной торговли торгового предприятия;
- анализ товарного обеспечения оборота розничной торговли ИП Востриков В.Ю.
- планирование объема оборота розничной торговли на предстоящий год;
- экономическое обоснование путей повышения оборота розничной торговли торгового предприятия.

В итоге были разработаны рекомендации по увеличению оборота розничной торговли: создание бизнес –плана по развитию интернет-магазина «Лаукар». Рассчитана эффективность этих рекомендаций.

Предложенные рекомендации приведут к росту оборота розничной торговли на 21496,8 тыс. руб. по сравнению с плановым годом.

Валовая прибыль увеличится соответственно на 5532,7 тыс. руб.. Так как уровень издержек обращения магазина с учетом рекомендаций снизится на 1,24%, то прибыль от продаж возрастет на 3542,73 тыс. руб. и составит 12404,5 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет на 1,36% по сравнению с плановым годом.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 5 |
| 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ..... | 7 |
| 1.1 Сущность, состав, виды оборота розничной торговли. | 7 |
| 1.2. Методика анализа оборота розничной торговли предприятия | 12 |
| 1.3 Методика планирования оборота розничной торговли | 18 |
| 2. АНАЛИЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИП ВОСТРИКОВ В.Ю. | 28 |
| 2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия ИП Востриков В.Ю. | 28 |
| 2.2 Анализ динамики состава и структуры оборота розничной торговли торгового предприятия ИП Востриков В.Ю. | 34 |
| 2.3 Факторный анализ оборота розничной торговли. | 41 |
| 2.4 Анализ товарного обеспечения оборота розничной торговли ИП Востриков В.Ю. | 47 |
| 3. ПЛАНИРОВАНИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ..... | 52 |
| 3.1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему..... | 52 |
| 3.2. Планирование оборота розничной торговли по структуре и периодам года | 57 |
| 3.3 Экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли и разработка мероприятий по дальнейшему их росту..... | 60 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 69 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ | 73 |
| Приложения..... | 75 |

ВВЕДЕНИЕ

Переход предприятий торговли на рыночную конкуренцию развития изменил оценку их целевой функции, что отразилось на системе экономических показателей, характеризующих хозяйственный процесс. Прежде всего, это относится к показателю оборота розничной торговли.

Главной целью торговых предприятий в настоящее время является получение максимальной прибыли, а оборот розничной торговли выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Соответственно, оборот розничной торговли – это количественный показатель, характеризующий объем продаж. Он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы.

Оборот розничной торговли является основным, исходным показателем деятельности розничного торгового предприятия, от размера и структуры которого зависит размер всех экономических показателей работы предприятия (доходов, расходов, прибыли, рентабельности и т.д.). Поэтому анализ и планирование оборота розничной торговли занимает первостепенное значение в аналитической деятельности предприятия торговли. Этим и объясняется актуальность темы выпускной квалификационной работы.

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

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть сущность, состав и виды оборота розничной торговли;
- изучить методику анализа оборота розничной торговли;
- раскрыть направления повышения оборота розничной торговли

предприятием

- дать краткую организационно-экономическую характеристику деятельности торгового предприятия ИП Востриков В.Ю.;
- проанализировать динамику, состав, структуру оборота розничной торговли ИП Востриков В.Ю.;
- осуществить факторный анализ оборота розничной торговли;
- провести анализ показателей, оказывающих влияние на оборот розничной торговли предприятия
- провести экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли в ИП Востриков В.Ю..

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является оборот розничной торговли. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ИП Востриков В.Ю.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: А.Н. Соломатина, А.М. Смирновой, Н.Н. Терещенко 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: группировки и сравнения и других, входящих в экономико-статистические методы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 76 стр. Выпускная квалификационная работа иллюстрирована 7 рисунками; 23 таблицами; 5 приложениями. Список использованных источников включает в себя 37 источников.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1 Сущность, состав, виды оборота розничной торговли.

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.

Объем и тенденции изменения оборота розничной торговли в значительной степени характеризуют собой уровень жизни населения. Именно через оборот розничной торговли реализуются доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством затраченного труда. Это находит выражение в динамике развития оборота розничной торговли и его доли в фонде потребления. [16] В соответствии с порядком заполнения и предоставления унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения: № П-1, П-2, П-3, П-4, П-5, утвержденными постановлениями федеральной службы государственной статистики от 26.10.2015 года №498 в составе розничного товарооборота выделяется оборот розничной торговли и товарооборот общественного питания. [5]

По строке 22 показывается оборот розничной торговли, который 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). 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.

В соответствии с существующими формами статистической отчетности оборот розничной торговли можно классифицировать по следующим признакам (табл. 1.1):

Таблица 1.1 - Классификация видов оборота розничной торговли [6]

| Признак классификации | Виды 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 Наличноденежный 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 |

Продолжение таблицы 1.1

| Признак классификации | Виды оборота розничной торговли |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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. В зависимости от исчисления | 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 |

Все показатели оборота розничной торговли взаимосвязаны между собой. В свою очередь они влияют на показатели использования ресурсов и на финансовый результат предпринимательской деятельности. Показатель оборота розничной торговли используется в качестве структурного показателя соотношения основного и не основных видов деятельности торговой организации. Общая стоимость оборота организаций розничной торговли устанавливается без учета налогов и обязательных платежей (НДС, акциз, экспортная пошлина, таможенные сборы).

Оборот розничной торговли измеряется стоимостными и натуральными показателями. К стоимостным показателям, характеризующим оборот розничной торговли, относятся следующие (рис. 1.1).

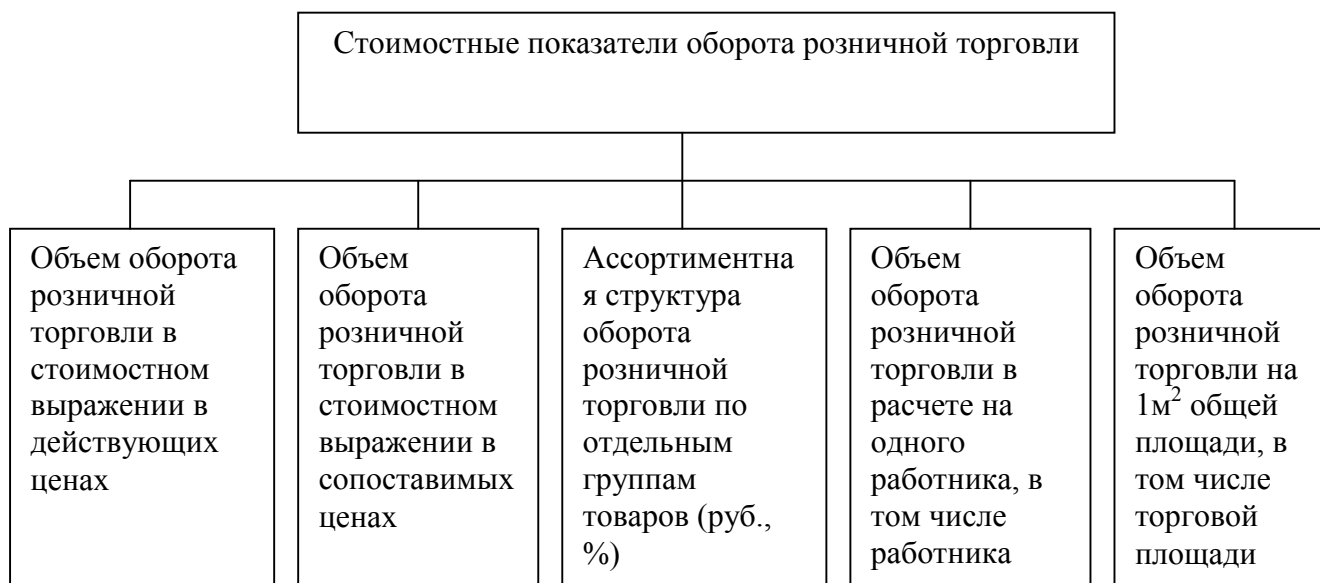


Рисунок 1.1 – Стоимостные показатели оборота розничной торговли

Как любой стоимостной показатель, оборот розничной торговли имеет некоторые недостатки. На его размеры непосредственно влияют цены, и он может увеличиваться за счет реализации дорогих товаров, а не товаров, имеющих доступные для массового потребления цены. Это необходимо учитывать при оценке эффективности работы торгового предприятия.

Значение оборота розничной торговли следует рассматривать в двух аспектах: экономическом и социальном (рис.1.2).



Рисунок 1.2 - Значение оборота розничной торговли [17].

В сфере товарного обращения оборот розничной торговли влияет на другие показатели торговли, в частности на товарные запасы и их оборачиваемость, издержки обращения, прибыль и рентабельность, производительность труда в торговле и т. д. Вместе с тем он сам испытывает известное воздействие товарных запасов, трудовых и денежных затрат, состояния материальной базы торговли и т. п.

В следующем параграфе выпускной квалификационной работы изучим методику анализа оборота розничной торговли

1.2. Методика анализа оборота розничной торговли предприятия

Анализ оборота розничной торговли целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному; содержание этапов представлено на рис. 1.3



Рисунок 1.3 - Характеристика этапов анализа оборота розничной торговли предприятия [6]

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.

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 «темпа роста» и «темпа прироста», которые рассчитываются по следующим формулам:

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

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

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

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 (K_p) рассчитывается по следующим формулам:

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

где V – коэффициент вариации, %;

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

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

Среднее квадратическое 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 среднее квадратическое 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 среднее квадратическое 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_{0i} – 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 ($K_{стр.сдв.}$) по следующей формуле

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

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 | $\Delta P(\Phi P) = P_{1\text{сн}} - P_{0\text{сн}}$ (12) |
| -изменение оборота розничной торговли за счет изменения цен | $\Delta P(\text{Jц}) = P_{1\text{дн}} - P_{1\text{сн}}$ (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 | $\Delta P(\Delta \text{ч}) = (\text{Ч}_1 - \text{Ч}_0) \times \text{ПТГ}_0$ (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 | $P_0 = \text{Зн}_0 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$ $P^I = \text{Зн}_1 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$ $P^{II} = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$ |
| - изменение оборота розничной торговли за счет поступления товаров | $P^{III} = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{Зк}_0;$ $P_1 = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{Зк}_1.$ |
| - изменение оборота розничной торговли за счет изменения выбытия | $\Delta P(\Delta \text{Зн}) = P^I - P_0;$ $\Delta P(\Delta \text{П}) = P^{II} - P_0;$ $\Delta P(\Delta \text{В}) = P^{III} - P^{II};$ |
| - изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на конец года | $\Delta P(\Delta \text{Зк}) = P_1 - P^{III}.$ |
| 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) |

Продолжение таблицы 1.2

| Фактор | Методика расчета |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| - за счет изменения скорости обращения товарных запасов | $\Delta P(\Delta Oc) = \Delta Oc \times TЗ_1$ (25) |
| - изменение оборота розничной торговли всего | $\Delta P = \Delta P(\Delta TЗ) + \Delta P(\Delta Oc)$ (26) |
| 7. влияние факторов, связанных с использованием торговой площади | |
| - за счет изменения торговой площади | $\Delta P(\Delta S) = \Delta S \times Ps_0$ (27) |
| - за счет изменения оборота розничной торговли на 1 кв.м. | $\Delta P(\Delta Ps) = \Delta Ps \times S_1$ (28) |
| - изменение оборота розничной торговли всего | $\Delta P = \Delta P(\Delta S) + \Delta P(\Delta Ps)$ (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 выпускной квалификационной 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 1.4 отметим цели планирования оборота розничной торговли.

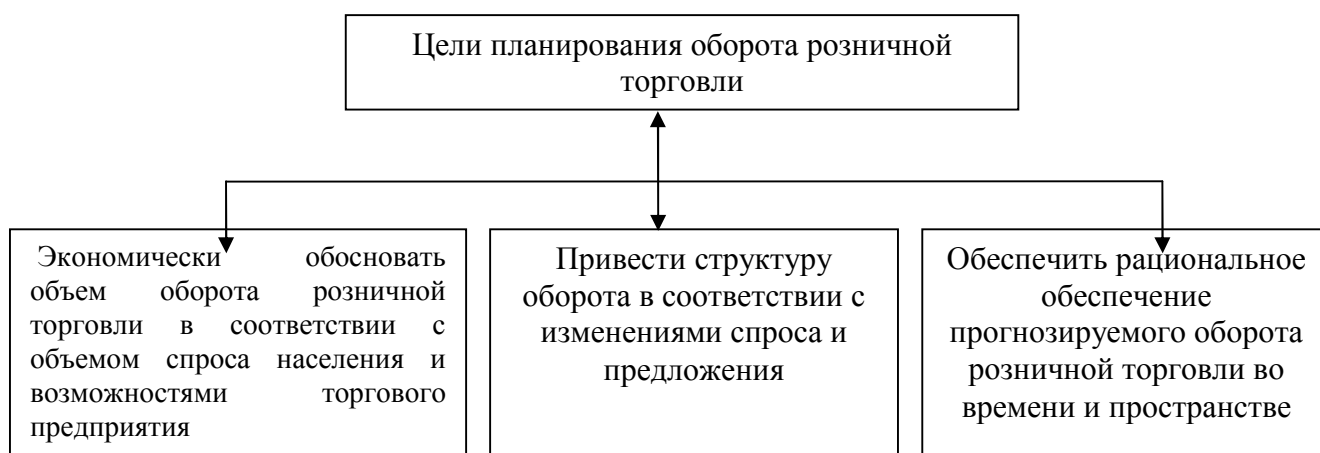


Рисунок 1.4 - Цели планирования оборота розничной торговли [15]

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:

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

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

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.

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:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \cdot 100, \quad (33)$$

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

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (34)$$

где P_1 – оборот розничной торговли отчетного периода в действующих ценах, тыс. руб.; $J_{инф}$ – 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.

$$\text{Изменение } \bar{K} \text{ равно } \Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n - 1}. \quad (35)$$

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\Delta \bar{K}. \quad (36)$$

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

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф.}}{100}. \quad (37)$$

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):

$$П_{пр} = ВП - ИО \text{ или } П_{пр} = \frac{P \cdot Y_{ВП}}{100} - \frac{P \cdot Y_{ИО}}{100} \quad (38)$$

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{П_{пр_{пл}}}{Y_{ВП_{пл}} - Y_{ИО_{пл}}} \cdot 100, \quad (39)$$

где $П_{пр_{пл}}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового

предприятия, тыс. руб.; $U_{ВПпл}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %;
 $U_{Иопл}$ – 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):

$$\bar{P}_{\text{кв.пл.}} = \frac{P_{\text{пл.}}^{\text{год}}}{4}, \quad (40)$$

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

$$\bar{P}_c^{\text{1кв}} = P_{\text{кв.пл.}} \cdot J_c^{\text{1кв}}, \quad (41)$$

где $J_c^{\text{1кв}}$ - 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.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (42)$$

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

$$P_{пл.}^{1\text{тов.гр.}} = \frac{P_{пл.}^{200} \cdot \bar{Уд.в.тов.гр.}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (43)$$

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:

$$K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (44)$$

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:

$$P_{i_{пл.}} = P_{i_1} \times \frac{100 + T_{пр} \cdot K_{эл}}{100} \quad (45)$$

где $P_{i_{пл.}}$ – оборот розничной торговли по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.; $T_{пр}$ – 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 ИП Востриков В.Ю. во второй главе выпускной квалификационной работы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интернет магазин «Лаукар» осуществляет свою торгово-хозяйственную деятельность на потребительском рынке г. Красноярска по адресу: Заводской проезд, д.4, оф. 206.и по своей организационно-правовой форме является ИП и создано на основании Гражданского Кодекса Российской Федерации.

Торговое предприятие принадлежит индивидуальному предпринимателю Вострикову В.Ю., зарегистрированному 01.04.2009 года Федеральной налоговой службы № 15 по Красноярскому краю.

Сравнивая структуру оборота розничной торговли в динамике проследим структурные сдвиги в изменении явления. Наибольший удельный вес в обороте розничной торговли занимает товарная группа «мелкая бытовая техника» и доля этой товарной группы несущественно растет (45,3 % в 2015 году, и 45,9% в 2016 году). Также значительный удельный вес в общем объеме оборота розничной торговли занимают такая товарные группа, как аудио- и видеотехника – 18,8 % в отчетном году.

Основное снижение в структуре оборота розничной торговли пришлось на следующую товарную группу: удельный вес аудио- и видеотехники снизился на 0,7%.

К положительным моментам в деятельности торгового предприятия ИП Востриков В.Ю. можно отнести следующие факты:

1. Прирост оборота розничной торговли по сравнению с базисным годом наблюдался в течение всего анализируемого периода. В 2016 году по сравнению с базисным 2012 годом увеличение оборота розничной торговли составило 10347,2 тыс. руб.
2. Коэффициент равномерности 98,82 % свидетельствует о равномерном развитии оборота розничной торговли в разрезе кварталов.
3. Рост поступления товаров способствовал увеличению оборота розничной торговли на 1560 тыс. руб.

К негативным моментам в деятельности торгового предприятия ИП Востриков В.Ю. можно отнести следующие факты:

4. В целом за отчетный год предприятие работало неэффективно, объем продаж снизился на 3,88%, объем чистой прибыли упал на 10,28%.

5. Рост оборота розничной торговли в отчетном периоде был достигнут за счет роста цен, что отрицательно характеризует деятельность предприятия;

6. Основное влияние на объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах оказало снижение производительности труда как в целом по фирме, так и работников торгово-оперативного персонала;

7. Увеличение среднегодовой стоимости основных фондов способствовало росту оборота розничной торговли на 10021,7 тыс. руб, а снижение фондоотдачи привело к недополучению оборота розничной торговли на 13821,7 тыс. руб. Это свидетельствует об экстенсивном использовании основных фондов;

8. Увеличение товарных запасов на конец года привело к недополучению оборота розничной торговли в размере 6820 тыс. руб.;

9. Повышение средней стоимости оборотных средств привело к увеличению оборота розничной торговли на 31054,98 тыс. руб, а замедление оборачиваемости привело к недополучению оборота розничной торговли на 34854,98 тыс. руб. Это свидетельствует об экстенсивном направлении развития предприятия;

10. Падение оборота розничной торговли на 1 кв.м. торговой площади привело к недополучению оборота розничной торговли на 3800 тыс. руб.

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

- экспертный метод

Планирование оборота розничной торговли вышеперечисленными методами показало, что минимальный объем оборота розничной торговли на планируемый год был рассчитан с помощью метода получения целевой прибыли (95369,1 тыс. руб.), поэтому выполнение данного плана оборота розничной торговли не будет способствовать развитию предприятия. В связи с этим оптимальным является значение объема оборота розничной торговли, спланированное методом на основе среднегодовых темпов роста, так как оно наиболее соответствует выбранной стратегии развития предприятия, а именно стратегии удержания позиций на рынке и наиболее реально к выполнению.

По результатам планирования оборота розничной торговли на следующий период можно сказать, что наибольший объем продаж придется на 2 квартал – 27824,83 тыс. руб., наименьший на 3 квартал – 24540,06 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли ИП Востриков В.Ю. в планируемом периоде займет товарная группа «мелкая бытовая техника» – 46,0% или 47235,56 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «компьютерная техника» – 2,0% или 2053,72 тыс. руб.

Чтобы повысить эффективность хозяйственной деятельности и увеличить оборот розничной торговли необходимо создание бизнес –плана по развитию интернет-магазина «Лаукар»:

Одним из важных этапов маркетинга плана, будет работа с уже существующим сайтом и работой над его показателями. На данном этапе планируется увеличивать объём продаж с минимальными вложениями.

Первый этап

Исходя из показателей сайта, на сегодняшний день ежедневное кол-во посетителей сайта из Красноярска около 500 уникальных посещений в день и сайт дает около 4,2% процента конверсии, что является очень низким процентом конверсии. Конверсия - это процент покупок от общего числа посетителей.

Для повышения процента конверсии необходимо изменение юзабилити и

интерфейса. Сайт должен стать более интуитивно понятным для пользователя, быстрым и простым для оформления заказа с помощью добавления расположения корзины на сайте, а также кнопки «купить в один клик» Это будет способствовать увеличению конверсии, и, следовательно, увеличению продаж.

Второй этап

Вторым этапом необходимо расширять каналы продаж товаров бытовой техники в результате использования такие интернет-площадки как, Яндекс, Гугл, Авито, 24ay.ru, и соц.сети.

Смета рекламных затрат на расширение каналов продаж товаров бытовой техники будет приведена ниже в финансовом плане

Третий этап

Расширение ассортимента за счет введения сопутствующих товаров. Торговая надбавка на этот товар составит 50%, это высокомаржинальный товар.

Предложенные рекомендации приведут к росту оборота розничной торговли на 21496,8 тыс. руб. по сравнению с плановым годом.

Валовая прибыль увеличится соответственно на 5532,7 тыс. руб.. Так как уровень издержек обращения магазина с учетом рекомендаций снизится на 1,24%, то прибыль от продаж возрастет на 3542,73 тыс. руб. и составит 12404,5 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет на 1,36% по сравнению с плановым годом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации» [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993 с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ // «Собрание законодательства РФ», 14.04.2014, N 15, ст. 1691- 32 с. 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 30.11.2011. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс».– Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч.1 [Электронный ресурс] : федер. закон N 146-ФЗ от 31.07.1998 ред. от 28.12.2016// Справочная правовая система «КонсультантПлюс».– Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации. В 6ч. Ч.3 [Электронный ресурс] : федер. закон N 197-ФЗ от 30.12.2001 ред. от 03.07.2016 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // 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», № 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 Российской Федерации от 26 октября 2015 г. №498.- 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. - Москва: Дашков и К, 2015. - 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. - Москва: Дашков и К, 2009 - 276 с.
9. Баканов, М.И. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / М.И. Баканов. - Москва: Финансы и статистика, 2009. - 400 с.
10. Баженов, Ю.К. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов. Москва: Экономика, 2015.- 238 с.
11. Баженов, Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: Учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 96 с.
12. Батраева, Э.А. Экономика предприятия общественного питания: учеб. пособие / Э.А. Батраева; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – 592 с.
13. Берг, Т.И. Размещение розничной торговой сети города: теория, методология, практика: монография / Т.И. Берг, И.А. Кулинич. - Красноярск: СФУ, 2014. - 140 с.
14. Берг, Т.И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли: учеб. пособие/ Т.И.Берг; Краснояр.гос.торг.-экон.ин-т. - Красноярск: КГТЭИ,2009.-138с.
15. Бондарь, Н.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Бондарь. – Кемерово: МАУП, 2014. – 432 с.
16. Дягель, О.Ю. Теория экономического анализа: учеб. пособие / О.Ю.Дягель; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск, 2010. - 187 с.
17. Иванов, Г.Г. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - Москва: Инфра-М, 2015. - 368 с.

18. Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г.Г. Иванов – Москва: Академия, 2010. – 318с.
19. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учеб. пособие / Л. И. Кравченко. – 7-е изд., перераб. – Минск: Новое знание, 2015. – 544 с.
20. Краткий экономический словарь/ под ред. А.Н. Азрилияна. - 3-е изд. - Москва: Институт новой экономики, 2011. - 1088 с.
21. Любушин, Н.В. Экономический анализ: учебник / Н.В. Любушин. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 576 с.
22. Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко – Санкт-Петербург: Питер, 2015. – 416 с.
23. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / С.М. Пястолов. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Академия, 2011. - 384 с.
24. Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2010. – 1012 с.
25. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА - М, 2007. - 495 с.
26. Рыночная экономика: словарь. / под ред. Г.Я. Кипермана - Москва: Республика, 2011. -524 с.
27. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА - М, 2014. - 288 с.
28. Саталкина, Н.И. Экономика торговли: Учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - Москва: ИНФРА-М, 2015. - 232 с.
29. Статистический ежегодник. Торговля в Красноярском крае [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.statis.krs.ru>.

30. Фридман, А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А.М. Фридман. - Москва: Дашков и Ко, 2008. - 628 с.
31. Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. пособие для вузов / В.А. Чернов. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 68 с.
32. Шеремет, А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебник / А.Д. Шеремет. - Москва: ИНФРА-М, 2010. - 367с.
33. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: учеб. пособие / под ред. Е. А. Карпенко [и др.] – Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008. – 224 с.
34. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – Москва: ИНФРА – М, 2004. - 215с.
35. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник для вузов / Под ред. А.Н. Соломатина. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 560с.
36. 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.
37. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. - 3-е изд., стер. - Москва: КНОРУС, 2008. - 400с.

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

« 13 » 06 20 17.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и организаций (в
Сфере услуг)»

код – наименование направления

Оборот розничной торговли предприятия:

тема

анализ и обоснование резервов роста (на материалах ИП Востриков
В.Ю)

Научный руководитель/

руководитель Л.В.06.17 доцент, канд. экон. наук

подпись, дата должность, ученая степень

Подачина Л.Ю

инициалы, фамилия

Выпускник

В.Ю.06.17

подпись, дата

Козленко В.Ю

инициалы, фамилия

Красноярск 2017