

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)

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01. направление «Экономика» профиль 38.03.01.09. «Экономика
предприятий и организаций»

код и наименование специальности

Оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов
роста
тема

Научный руководитель _____ проф, док. экон. наук Ю.Ю.Суслова
подпись, дата должность, ученая степень инициалы,
фамилия

Выпускник _____ ЭП-13-1 Д.В.Ракутин
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Красноярск 2017

Содержание

Введение	5
1 Теоретические и методические основы анализа и планирования оборота розничной торговли	8
1.1 Понятие, сущность, состав и значение оборота розничной торговли	8
1.2 Методика анализа оборота розничной торговли.	16
1.3 Методика и методы планирования оборота розничной торговли и пути его роста	23
2 Анализ оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Автоазарт»	29
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия	29
2.2 Анализ динамики оборота розничной торговли	36
2.3 Факторный анализ оборота розничной торговли торгового предприятия	45
3 Планирование роста оборота розничной торговли ООО «Автоазарт»	59
3.1 Планирование оборота розничной торговли по общему объему различными методами	59
3.2 Планирование оборота розничной торговли по периодам года и структуре	68
3.3 Обоснование резервов роста оборота розничной торговли ООО «Автоазарт»	74
Заключение	82
Список используемых источников	90
Приложения	93

Введение

Торговля является важной отраслью экономики, как опорная составляющая развитых экономических отношений и во многом способствует решению главной задачи общественного производства - удовлетворения потребностей людей. Именно торговля, реализуя произведенную потребительную стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает баланс между предложением и спросом. Она обеспечивает связь производства и потребления, создает условия для продолжения процесса воспроизводства, оказывает реальное воздействие на состояние экономики, поэтому основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей, население получает через торговлю.

Актуальность выбранной темы исследования определяется тем, что розничная торговля в настоящее время является одной из перспективных отраслей отечественной экономики, а оборот розничной торговли выступает важнейшим показателем торгового предприятия. Он характеризует масштаб деятельности предприятия, от него зависит размер доходов и прибыли, а также актуальность этой темы заключается в том, что на современном этапе развития торговли анализ, планирование и выявление резервов роста оборота розничной торговли является необходимым условием для дальнейшего успешного развития предприятия.

Уровень и качество анализа оборота розничной торговли определяются следующими важнейшими условиями: компетентностью руководства организации на всех уровнях управления; квалификацией специалистов, работающих в функциональных подразделениях; наличием информационной базы и обеспеченностью современной техникой.

Планирование оборота розничной торговли предполагает обоснованный выбор целей, определение политики, разработку мер и мероприятий, методы достижения целей, обеспечение основы для принятия последующих долгосрочных решений.

В соответствии с темой бакалаврской работы целью предполагаемых исследований является выявление резервов роста оборота розничной торговли на предприятии торговли в современных условиях на основе его анализа и планирования.

Для достижения вышеуказанной цели в дипломной работе следует решались следующие задачи:

- изучить категорию «оборот розничной торговли»: сущность, состав и значение;
- рассмотреть методику анализа и планирования оборота розничной торговли;
- дать краткую характеристику деятельности исследуемого торгового предприятия;
- осуществить анализ динамики оборота розничной торговли предприятия;
- осуществить факторный анализ оборота розничной торговли торгового предприятия и товарных ресурсов
- спланировать оборот розничной торговли по общему объему различными методами;
- выполнить планирование оборота розничной торговли по составу, структуре, периодам года;
- экономически обосновать резервы роста оборота розничной торговли.

Предметом исследования выступает оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов роста.

Объектом исследования в бакалаврской работе является конкретное торговое предприятие ООО «Автоазарт», реализующее продовольственные товары и функционирующее на потребительском рынке города Заозерный.

Теоретической основой исследования работы являются законодательные, нормативные акты Российской Федерации и ее субъектов (Конституция РФ, Гражданский, Налоговый кодексы РФ и др.); труды экономистов по изучаемым вопросам и проблемам (Берг Т.И., Петрученя

И.В., Раицкого К.А., Смирновой А.М., Соломатина А.Н., Терещенко Н.Н., и др.); учебники и учебные пособия, данные Госкомстата рф по Красноярскому краю; результаты собственных исследований.

Методической основой написания бакалаврской работы является использование различных методов анализа: метод сравнения, группировки, индексный метод, метод цепных подстановок, метод абсолютных и относительных разниц и др. Также в работе были использованы следующие методы планирования: экономико-статистические методы (метод расчета по среднегодовым темпам роста, метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней), экономико-математические методы, метод экспертных оценок, и др.

Общий объем работы 99 страниц. Бакалаврская работа иллюстрирована 48 таблицами, брисунками, 3 приложениями. Список используемой литературы включает в себя 28 источников.

1 Теоретические и методические основы планирования оборота розничной торговли

1.1 Оборот розничной торговли: сущность, состав, значение, классификация

Главная цель торговли потребительскими товарами — удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах. Достижение этой цели характеризуется общим объемом реализации товаров населению. При реализации товаров потребителю произведенный продукт находит свое выражение в общественном признании. Оборот розничной торговли характеризует объем потребления материальных благ, выражает экономические отношения, возникающие в процессе движения товаров из сферы производства и обращения в сферу личного потребления [22].

Экономическая сущность оборота розничной торговли проявляется в обмене денежных доходов потребителей на товары и услуги в процессе купли-продажи и в экономических отношениях, связанных с этим обменом.

В соответствии с Приказом Росстата РФ от 26 октября 2015 г. N 498 «Об утверждении Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения статистического наблюдения N П-1 "Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг", N П-2 "Сведения об инвестициях в нефинансовые активы", N П-3 "Сведения о финансовом состоянии организации", N П-4 "Сведения о численности и заработной плате работников", N П-5(м) "Основные сведения о деятельности организации» 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).[5].

Его величина учитывается в розничных ценах, то есть в ценах фактической реализации, включая все налоги, входящие в состав розничной цены.

Состав оборота розничной торговли представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1.– Состав оборота розничной торговли в соответствии с действующим законодательством [4]

Включается в оборот розничной торговли	Не включается в оборот розничной торговли
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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. <p>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.</p> <p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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.

Признаком операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (счета) или иного заменяющего чек документа.

Оборот розничной торговли приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

В составе розничного товарооборота выделяют два вида оборота: оборот основного вида деятельности и оборот других видов деятельности (рис. 1)



Рисунок 1 – Формирование оборота розничной торговли

Показатель оборота розничной торговли используется в качестве структурного показателя соотношения основного и не основных видов деятельности торговой организации. Общая стоимость оборота организаций розничной торговли в форме отчета о прибылях и убытках устанавливается без учета налогов и обязательных платежей (НДС, акциз, экспортная пошлина, таможенные сборы).[19]

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. [28]

Оборот розничной торговли может быть использован для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку оборот розничной

торговли является показателем, отражающим конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставления с величиной ресурсов дает представление об эффективности их использования, так как в обобщенном виде показатель эффективности есть соотношения результата и затрат.

Объектами оборота розничной торговли являются потребительские товары, а субъектами выступают продавцы и покупатели этих товаров (рисунок 2).

Продавцами могут выступать:

- Юридические лица, осуществляющие розничную торговлю и общественное питание, для которых торговля является основным видом деятельности;
- Юридические лица, осуществляющие розничную торговлю и общественное питание, для которых торговля не является основным видом деятельности;
- Физические лица, осуществляющие розничную продажу на продовольственных, смешанных и вещевых рынках.

Обращение наличных денег в стране тесно связано с оборотом розничной торговли и поэтому он влияет на денежное обращение и устойчивость валюты.

Развитие оборота розничной торговли должно быть тесно связано с такими экономическими показателями как спрос, поступления товаров численность работников, расходы на оплату труда [18].

Валовой оборот розничной торговли характеризует полный объем деятельности предприятия розничной торговли.

Оборот розничной торговли отражает как денежную выручку предприятий торговли, так и сумму расходов населения на покупку товаров. Как обобщающий показатель оборот розничной торговли во многом характеризует состояние экономики страны (развитие промышленности и сельского хозяйства, инфляционные процессы, уровень жизни населения,

емкость рынка).

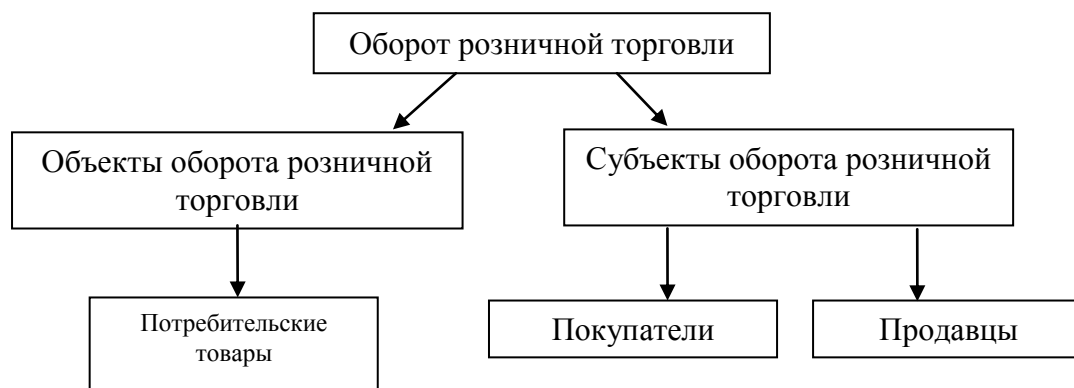


Рисунок 2 - Объекты и субъекты оборота розничной торговли [27]

По отношению к нему планируют и учитывают другие показатели: издержки производства и обращения, расходы на оплату труда, прибыль и др. Оборот розничной торговли планируют и учитывают в розничных ценах, включая наценку розничной торговли [25].

В соответствии с существующими формами статистической отчетности оборот розничной торговли можно классифицировать по следующим признакам (таблица 1.2)

Таблица 1.2 – Классификация и виды оборота розничной торговли[24]

Признак классификации	Виды оборота розничной торговли
1. В зависимости от форм 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

Признак классификации	Виды оборота розничной торговли
7. По отношению к отчетности	7.1.Плановый оборот розничной торговли 7.2.Фактический оборот розничной торговли 7.3.Ожидаемый оборот розничной торговли 7.4.Прогнозируемый (планируемый) оборот
8. По составу покупателей	8.1 Населению 8.2 Юридическим лицам
9. По формам обслуживания	9.1 По образцам и каталогам 9.2 Самообслуживание 9.3 По предварительным заказам 9.4 С доставкой на дом 9.5 Через автоматы 9.6 Традиционное обслуживание 9.7 По подписке печатных и др. изданий
10. По организационным формам	10.1 Стационарная сеть 10.2 Мелкорозничная торговля 10.3 Передвижная торговля 10.4 Комиссионная торговля 10.5 Посылочная торговля и др.
11. По формам оплаты	11.1 За наличный расчет 11.2 По безналичному расчету 11.3 По кредитным карточкам 11.4 По расчетным чекам банков 11.5 По перечислению со счетов вкладчиков 11.6 По продаже товаров в кредит и др.

Значение оборота розничной торговли следует рассматривать в двух аспектах: экономическом и социальном (рис.3).

Оборот розничной торговли — это важнейший показатель торгового предприятия. Он характеризует объем деятельности предприятия, от него зависит объем валового дохода и прибыли.

Он также имеет народнохозяйственное значение. Через оборот розничной торговли происходит смена форм стоимости товаров народного потребления, созданной в процессе производства. В результате возмещаются производственные затраты и создаются условия для развития производства.

Оборот розничной торговли может выступать как один из показателей, определяющих мощьность торгового предприятия, так как по его величине можно судить об объеме деятельности предприятия.

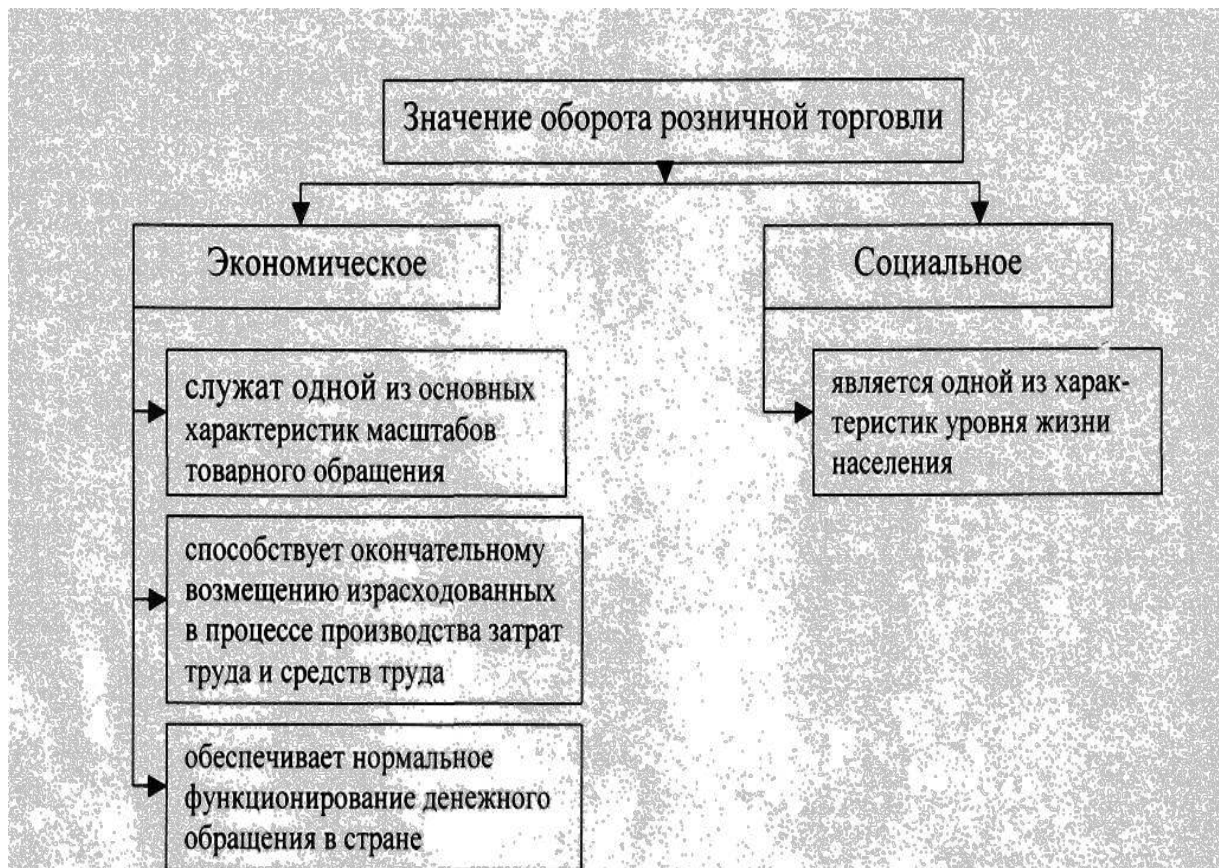


Рисунок 3 - Значение оборота розничной торговли [24]

Оборот розничной торговли — важное звено в процессе осуществления экономического закона распределения по труду. Денежные доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством затраченного труда, обмениваются через розничный товарооборот на нужные товары.[19]

Оборот розничной торговли отражает уровень жизни населения. Для характеристики уровня жизни населения применяется целая система показателей. К ним относятся: уровень потребления продовольственных и непродовольственных товаров; обеспечение жилищем и благоустройство быта; образование; медицинское обслуживание; условия труда; организация отдыха; продолжительность рабочего дня и др.

Продовольственные и непродовольственные товары, которые полностью или в преобладающей степени являются объектом розничной торговли, занимают в общем фонде потребляемых населением

материальных и культурных благ основное место. Так, товары личного потребления составляют в общем фонде потребления более 70 %, а остальная часть приходится на жилищное и коммунальное обслуживание, пользование транспортом, на различные культурные потребности.

Оборот розничной торговли существенно влияет на денежное обращение в стране и устойчивость валюты, поскольку обращение наличных денег связано главным образом с обслуживанием розничного товарооборота. [24]

Оборот розничной торговли может быть использован для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку товарооборот является показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с величиной затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) даст представление об эффективности их использования, так как в обобщенном виде показатель эффективности есть соотношение результата и затрат.

Оборот розничной торговли может быть использован для расчета трудоемкости, фондоемкости, затратноемкости, капиталоемкости ресурсов. С помощью этих показателей можно в первом приближении определить потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста товарооборота.

Развитие оборота розничной торговли должно быть тесно увязано с такими экономическими показателями, как спрос, поступление товаров, товарные запасы, прибыль, численность работников, расходы на оплату труда. При этом оптимальным считается такое соотношение в развитии этих показателей, которое представлено в моделях стратегического регулирования товарооборота.[19].

Таким образом, сущность оборота розничной торговли выражают экономические отношения, связанные с обменом наличных денежных средств населения на приобретенные товары в порядке купли-продажи. Оборот розничной торговли является важнейшей характеристикой деятельности предприятия. В связи с этим важным в деятельности предприятия является его изучение, анализ и планирование.

1.2. Методика анализа оборота розничной торговли.

Анализ оборота розничной торговли осуществляется с целью изучения возможностей его увеличения и максимизации прибыли на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Основные задачи анализа оборота розничной торговли:

- изучение основных факторов, определяющих условия деятельности розничного предприятия и развития его оборота розничной торговли;
- оценка развития оборота розничной торговли предприятия в динамике по общему объему, составу и структуре, а также во временном аспекте;
- выявление основных факторов, определяющих изменение величины оборота розничной торговли предприятия, и оценка степени их влияния;
- анализ источников закупок товаров и выполнение договоров поставки и продажи потребительских товаров;
- проведение SWOT-анализа и обоснование резервов увеличения оборота розничной торговли и повышения рентабельности деятельности розничного предприятия в целом.

Предметом проведения анализа является оборот розничной торговли, а объектом исследования – конкретное торговое предприятия[20].

Оценка достигнутых результатов является основой планирования организации розничной реализации товаров. Она позволяет определить оптимальный план сбыта, дает возможность руководителям торговых

предприятий избежать непредвиденных проблем, предусмотреть основные изменения на рынке продаж и внести необходимые уточнения в план оборота розничной торговли. Такой анализ оборота розничной торговли позволяет оценить эффективность работы торгового предприятия в целом и каждого отдела, секции, работника в отдельности с точки зрения выполнения поставленных задач и может быть использован в качестве основы для прогнозных расчетов.

Анализ оборота розничной торговли целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному. Этапы анализа оборота розничной торговли приведены в таблице 1.3. [26]

Таблица 1.3 - Этапы анализа оборота розничной торговли.

Этапы анализа	Содержание этапов	Методика
Подготовительный этап	1.Изучение экономических предпосылок анализа оборота розничной торговли	-Определение цели и задач анализа -Определение сроков и исполнителей анализа с составлением плана-графика -Изучение законодательно-нормативных документов по вопросам состава и учета оборота розничной торговли; -Изучение СТЭП-факторов -Анализ основных показателей деятельности предприятия, влияющих на оборот розничной торговли (трудовые ресурсы, основные фонды, финансовые ресурсы, оборотные средства) -Определение возможностей торгового предприятия на потребительском рынке.
Основной этап	2.Анализ оборота розничной торговли во временном аспекте	-Анализ оборот розничной торговли по периодам года -Расчет и анализ коэффициента ритмичности -Расчет коэффициента равномерности
	3.Анализ оборота розничной торговли по составу и товарной структуре	-Анализ оборота розничной торговли по ассортименту товаров (по общей сумме и удельным весам) -Анализ оборот розничной торговли по составу (оборот розничной торговли населения и оборот розничной торговли предприятий, организаций)
	4.Анализ динамики оборота розничной торговли за ряд предшествующих лет	- Расчет оборота розничной торговли в сопоставимых ценах - Расчет и анализ цепных индексов роста - Расчет базисных темпов роста -Выявление тенденций развития оборота розничной торговли

Этапы анализа	Содержание этапов	Методика
	5.Факторный анализ оборота розничной торговли	-Расчет влияния изменения цен и физического объема оборота розничной торговли -Влияние трудовых ресурсов на изменение объема оборота розничной торговли -Влияние товарного обеспечения -Влияние факторов связанных с эффективностью использования товарных запасов -Влияние факторов связанных с эффективностью использования основных фондов -Влияние факторов связанных с эффективностью использования оборотных средств
Заключительный этап	6.Выявление резервов роста оборота розничной торговли	-Разработка рекомендаций по устранению выявленных недостатков в ходе анализа и повышению эффективности деятельности предприятия.

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

Объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах (Рс.ц.) рассчитывается путем деления оборота розничной торговли в действующих ценах (Рд.ц.) на соответствующий индекс розничных цен (Иц):

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

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

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

где Tr – темп роста, %; P1 - объем оборота розничной торговли текущего (отчетного) периода. Тys. руб.; P0 – объем оборота розничной торговли базисного периода, тыс.руб.

$$T_{np} = Tr - 100, \quad (3),$$

где $T_{пр}$ – темп прироста оборота розничной торговли, %.

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

$$T = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \times 100, \quad (4),$$

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.

Для оценки выполнения плана оборот розничной торговли определяется процент выполнения плана (% $P_{пл}$) по формуле:

$$P_{пл} = \frac{P_{ф.}}{P_{пл}} \times 100, \quad (5),$$

где $P_{ф.}$ – фактический оборот розничной торговли, тыс. руб.; $P_{пл}$ – плановый оборот розничной торговли, тыс. руб. [24].

Анализ выполнения плана и динамики оборота розничной торговли проводят не только за год, но и по кварталам, месяцам и за более короткие промежутки времени. Это помогает установить, как ритмично развивается розничная реализация, равномерно удовлетворяется спрос покупателей на товары.

Для определения равномерности развития оборота розничной торговли целесообразно также составить графики выполнения плана по месяцам исчислить и проанализировать коэффициенты ритмичности и равномерности выполнения плана реализации товаров. Коэффициент ритмичности определяют отношением числа периодов, за которые выполнен план, к общему их количеству.

Для определения коэффициента равномерности необходимо по следующим формулам предварительно рассчитать среднее квадратическое отклонение (d) и коэффициент вариации, или неравномерности (v):

$$\delta. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n}}, \quad (6),$$

$$v = \frac{\delta \times 100}{\bar{X}}, \quad (7),$$

где X - процент выполнения плана или темп изменения в динамике по изучаемому показателю за каждый месяц или квартал; \bar{X} - процент выполнения плана или темп повышения (снижения) в динамике по анализируемому показателю за год; n - число месяцев (кварталов) изучаемого периода [20].

Среднее квадратическое отклонение позволяет изучить и оценить колебание в развитии анализируемого показателя. По коэффициенту вариации (неравномерности) можно проанализировать неравномерность развития исследуемого показателя.

Коэффициент равномерности (Кравн) рассчитывают по следующей формуле: [20].

$$Кравн = 100 - v, \quad (8)$$

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:

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

где P_i – средний оборот розничной торговли за отдельный период времени (месяц, квартал), тыс. руб.; P – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота розничной торговли, тыс. руб. [24].

$$P = \frac{P_i}{4} \text{ или } 12, \quad (10)$$

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 оборот розничной торговли (Кстр.сдв.) по следующей формуле

$$\text{Кстр.сдв.} = \frac{\sum_{i=1}^n w_i^1 \cdot w_i^2}{\sum_{i=1}^n w_i^1 \cdot w_i^2} \quad (11)$$

где w_i^1 - удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли предшествующего года, %; w_i^2 - удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли отчетного года, %; n - количество товарных групп [20].

Анализ структурных сдвигов в общем объеме оборота розничной торговли позволяет выявить основные изменения в товарной структуре оборота и оценить влияние 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. Расчет влияния различных факторов на изменение оборота розничной торговли приведем в таблице 1.4[19].

Таблица 1.4 - Факторный анализ оборота розничной торговли предприятия торговли.

Факторы, влияющие на оборот розничной торговли	Размер влияния, тыс. руб.
Влияние изменения цен	$\Delta P(\Delta I_{ц}) = P1_{\partial.ц.} - P_{с.ц.}$
Влияние изменения физического объема продаж	$\Delta P(\Delta o_{ф}) = P1_{с.ц.} - P0_{\partial.ц.}$
Итого влияние на изменение ОРТ в действующих ценах	$\Delta P = \Delta P(\Delta I_{ц}) - \Delta P(\Delta o_{ф})$
Влияние изменения среднесписочной численности работников	$\Delta P(\Delta ч) = (Ч1 - Ч0) \times ПТ0$
В т.ч. влияние изменения среднесписочной численности работников ТОП	$\Delta P(\Delta Ч_{топ}) = (Ч_{топ1} - Ч_{топ0}) \times ПТ_{топ0}$
Влияние изменения производительности труда работников	$\Delta P(\Delta ПТ) = (ПТ1 - ПТ0) \times Ч1$

Факторы, влияющие на оборот розничной торговли	Размер влияния, тыс. руб.
В т.ч влияние изменения производительности труда работников ТОП	$\Delta P(\Delta ПТтор) = (ПТтор1 - ПТтор0) \times Чтор1$
Итого влияние на изменение ОРТ в сопоставимых ценах	$\Delta P(\Delta ч) + \Delta P(\Delta ПТ) = \Delta P$
Влияние изменения запасов товаров на начало периода	$\Delta P(\Delta Зн) = P - P0$
Влияние изменения поступления товаров	$\Delta P(\Delta П) = P'' - P0$
Влияние изменения выбытия товаров	$\Delta P(\Delta В) = P''' - P''$
Влияние изменения запасов товаров на конец периода	$\Delta P(\Delta Зк) = P1 - P'''$
Итого влияние на ОРТ по себестоимости	$\Delta P = \Delta P(\Delta Зн) + \Delta P(\Delta П) + \Delta P(\Delta В) + \Delta P(\Delta Зк)$
Влияние изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta P(\Delta ОС) = (ОС1 - ОС0) \times ОС0$
Влияние изменения оборачиваемости оборотных средств	$\Delta P(\Delta Ос) = (Ос1 - Ос0) \times ОС1$
Итого влияние	$\Delta P = \Delta P(\Delta ОС) + \Delta P(\Delta Ос)$
Влияние изменения средней стоимости основных фондов	$\Delta P(\Delta ОФ) = P' - P0$
Влияние изменения фондоотдачи	$\Delta P(\Delta Оф) = P1 - P'$
Итого влияние	$\Delta P = \Delta P(\Delta ОФ) + \Delta P(\Delta Оф)$

На заключительном этапе анализа оборота розничной торговли осуществляется SWOT-анализ, в ходе которого определяются сильные и слабые стороны деятельности предприятия, угрозы и возможности в его работе, и на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизации его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения оборота розничной торговли разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту его объема и рационализации состава и структуры [20].

1.3 Методика и методы планирования оборота розничной торговли и пути его роста

Планирование оборота розничной торговли представляет собой непрерывный процесс с целью приведения его объема в соответствие со

спросом потребителей. Планирование осуществляется в несколько этапов (приложение А).

Основными *целями* планирования оборота розничной торговли являются следующие:

- экономическое обоснование объема оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса населения и возможностями торгового предприятия;

- приведение структуры оборота в соответствие с изменениями спроса и предложения;

- обеспечение рационального распределения планируемого оборота розничной торговли во времени и пространстве.[19]

Основными *задачами* планирования оборота являются:

- определение потребностей существующих и потенциальных покупателей, оценка спроса на потребительские товары;

- изучение товарного предложения на рынке потребительских товаров и тенденций его развития;

- расчет и обоснование общего объема оборота розничной торговли на основании результатов изучения спроса для более полного его удовлетворения;

- экономическое обоснование структуры оборота розничной торговли в соответствии со спросом населения;

- планирование оборота по периодам времени;

- экономическое обоснование оборота розничной торговли в разрезе отдельных структурных подразделений предприятия;

- выявление резервов роста оборота розничной торговли и оптимизация его структуры и состава.[19]

Определение круга необходимой *информации*:

- результаты анализа оборота розничной торговли;

- результаты анализа внешней и внутренней среды деятельности предприятия.

Расчет оборота розничной торговли по общему объему возможно осуществлять с использованием ряда методов, которые будут рассмотрены далее в приложении 2.

Непосредственному планированию оборота розничной торговли предшествует изучение и оценка *экономических предпосылок* планирования, основными из которых являются:

- изучение законодательных, нормативных документов по вопросам регламентации и учета оборота розничной торговли, социально-экономическому развитию страны;

- изучение социально-экономических показателей развития отдельных регионов страны;

- прогноз спроса и предложения на реализуемые товары на региональном потребительском рынке;

- анализ баланса потребительских доходов и расходов населения за отчетный период и на прогнозируемый;

- анализ основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет;

- оценка перспектив деятельности предприятия торговли в планируемом периоде.[9]

На основном этапе планирования осуществляется:

- планирование оборота по общему объему;

- планирование оборота по структуре;

- планирование обороту по периодам года;

Рассмотрим основные методы, используемые при планировании оборота розничной торговли.

Второй и третий этапы планирования оборота розничной торговли предполагают расчет оборота по периодам года и по структуре.

Необходимость планирования оборота розничной торговли по периодам (месяцам, кварталам) и ассортиментной структуре обусловлена характером спроса, связанного с сезонностью и предпочтениями покупателей, что позволяет рационально распределять ресурсы торгового предприятия для обеспечения планируемого объема продаж.

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. Рассмотрим основные методы планирования оборота розничной торговли по периодам года в таблице 1.5

Таблица 1.5 - Методы планирования оборота розничной торговли по периодам времени [20]

Название метода	Характеристика метода и методика расчета
1. Метод на основе средних удельных весов квартальных оборотов в его годовом объеме	<p>первоначально рассчитывают средние удельные веса квартальных оборотов за последние два-три года работы предприятия по средней арифметической или по скользящей средней.</p> <p>Тогда размеры квартального оборота розничной торговли в будущем году будут рассчитываться следующим образом:</p> $P_{пл.}^{1кв} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в.}_{1кв}}{100}, \quad P_{пл.}^{2кв} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в.}_{2кв}}{100} \quad \text{и т. д.}$
2. Метод с помощью индексов сезонности оборота розничной торговли	<p>расчеты осуществляются умножением среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности соответствующего квартала (уточненные):</p> $\bar{P}_{кв.пл.} = \frac{P_{пл.}^{год}}{4},$ <p>где $\bar{P}_{кв.пл.}$ – среднеквартальный розничный товарооборот предприятия планируемого года, тыс. руб.; $P_{пл.}^{год}$ – розничный товарооборот планируемого года, тыс. руб.; 4 – количество кварталов в году.</p> $P_{с.}^{1кв} = \bar{P}_{кв.пл.} \cdot J_{с.}^{1кв},$ <p>где $J_{с.}^{1кв}$ – индекс сезонности первого квартала.[21]</p>

Далее рассмотрим методы планирования оборота розничной торговли по структуре в табл. 1.6. [10,21]

Таблица 1.6 - Методы планирования оборота розничной торговли по структуре

Название метода	Характеристика метода и методика расчета
1. Метод расчета на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оборота	<p>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 розничный товарооборот i-й товарной группы в будущем году будет равен</p> $P_{пл.}^{1тов.гр} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в.}_{тов.гр.}}{100} \quad \text{и т. д.}$
2. Метод на основе коэффициента эластичности	<p>Коэффициент эластичности показывает, как изменится розничный товарооборот по отдельной группе товаров при изменении общего объема оборота розничной торговли на единицу и определяется по следующей формуле:</p> $K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0},$ <p>где ΔP_i и ΔP – отклонение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;</p> <p>P_{i_0} и P_0 – базисное значение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.</p> <p>Для определения размера оборота розничной торговли по отдельной группе товаров в плановом периоде расчеты осуществляются по следующей формуле:</p> $P_{i_{пл}} = P_{i_1} \times \frac{100 + T_{пр} \cdot K_{эл}}{100}$ <p>где $P_{i_{пл}}$ – розничный товарооборот по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.; $T_{пр}$ – плановый темп прироста оборота розничной торговли по общему объему, %.</p>

На заключительном этапе планирования оборота розничной торговли выявляются резервы роста и оптимизация структуры и его состава, а также разрабатываются программы мероприятий по увеличению объема оборота розничной торговли и оптимизации его состава и структуры.

Основными направлениями по увеличению объемов оборота розничной торговли являются:

- повышение эффективности использования имеющейся материально-технической базы и ее расширение;
- диверсификация ассортимента;
- совершенствование ценообразования и ценовой политики;
- совершенствование организации процессов производства и обслуживания;
- организация эффективной рекламы.

Повышению спроса на продукцию способствует проведение грамотной ценовой политики, так как уровень цен влияет на спрос, а их снижение ведет к его росту. Совершенствование ценообразования предполагает:

- изыскание возможностей снижения цен за счет приобретения товаров по более низким ценам у производителей;
- установление пониженных цен в период спада спроса в течение дня – в утреннее время и в период между обедом и вечером, а также в будние дни;
- введение дисконтных карт, что позволяет создать круг постоянных клиентов;
- введение гибкой системы скидок при оплате товаров и т.д.

Резервом роста оборота розничной торговли является расширение ассортимента продукции.[24]

Проводя анализ, необходимо установить, от каких поставщиков и в каком объеме закупались товары в отчетном и прошлых годах, какие имеются возможности расширения их закупки в будущем, особенно на льготных условиях.

Для выявления резервов нормализации товарных запасов, ускорения товарооборачиваемости необходимо проанализировать состав товарных запасов и прежде всего наличие залежалых и неходовых товаров. Для этого привлекают информацию об уценке и распродаже товаров, о реализации излишествующих товаров и т.п. Необходимо также проанализировать правильность размещения товарных запасов.

Снизить товарные запасы до оптимальных размеров можно за счет равномерного и частого завоза товаров, реализации излишне завезенных товаров другим предприятиям, совершенствование организации торговли, рекламы и т.д.[21]

Таким образом, изучив теоретические аспекты планирования оборота розничной торговли, перейдем непосредственно к анализу и планированию данного показателя на примере торгового предприятия ООО «Автоазарт».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью работы является экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли на основе его всестороннего анализа и планирования на будущий год.

Предметом исследования в работе является оборот розничной торговли.

Объектом исследования выступает ООО «Автоазарт» (автомаркет») находящееся по адресу город Красноярск, ул. Академика Вавилова, д.1.

Проведенный анализ оборота розничной торговли и товарных ресурсов ООО «Автоазарт» позволяет сделать следующие выводы:

– За последние пять лет оборот розничной торговли рассматриваемого предприятия ООО «Автоазарт» в действующих ценах стабильно увеличивался. Так в 2012 году он составлял 37 123 тыс. руб., в 2013 году – 40 408 тыс. руб., в 2014 году – 44 489 тыс. руб., в 2015 году – 49 312 тыс. руб. и в 2016 году 53 425 тыс. рублей.

– Оборот розничной торговли в сопоставимых ценах также имел постоянную тенденцию к росту.

– Наибольший объем оборота розничной торговли ООО «Автоазарт», а именно 27,89% в 2014 году, 27,73% в 2015 году и 27,86% в 2016 году приходится на третий квартал. В данный временной отрезок объем продаж составил 14 884 тыс. руб. в 2016 году, что на 8,85% в относительной форме больше прошлого года или на 19,95% в относительном выражении больше 2014 года.

– Наименьший объем продаж выявлен в первом квартале. Это 22,34; 22,45 и 22,54% соответственно в трех анализируемых периодах. В данный квартал оборот розничной торговли составил 9 948 тыс. руб. в 2014 году, 11 071 тыс. руб. в 2015 году и 12 042 тыс. руб. в 2016 году. В динамике он

вырос на 8,77% в относительном выражении по сравнению с прошлым годом и на 21,05% по сравнению с базисным годом.

– Во всех рассматриваемых временных интервалах (кварталах) наблюдается рост оборота розничной торговли.

– Коэффициент ритмичности развития оборота розничной торговли в отчетном периоде анализа составил 1,0, что является оптимальным.

– Коэффициент равномерности ООО «Автоазарт» по кварталам составил 99,05%, что является высоким показателем и позволяет сделать вывод о равномерном развитии оцениваемого показателя.

– Индекс сезонности развития оборота розничной торговли ООО «Автоазарт» в первом и четвертом кварталах ниже 100%, а именно 89,82% и 91,46% соответственно. Во втором и третьем кварталах он, напротив, выше 100%, а именно 107,41 и 111,30% соответственно. Так как максимальный индекс сезонности выявлен в третьем квартале, то это свидетельствует о том, что именно на данный временной отрезок приходится пик продаж в изучаемом предприятии.

– Наибольший объем оборота розничной торговли приходится на товарную группу - «багажные системы, корзины экспедиционные». Это 34,41% общего объема реализации в 2013 году, 34,19% в 2015 году и 34,51% в 2016 году. Объем продаж в динамике увеличился с 15 309 тыс. руб. в базисном году до 16 860 тыс. руб. в 2015 году и до 18 437 тыс. руб. в 2016 году. То есть прирост продаж составил 9,35% в относительном выражении по сравнению с прошлым годом и на 20,43% по сравнению с базисным периодом анализа.

– В динамике по всем товарным группам, реализуемым предприятием, наблюдается рост оборота розничной торговли.

– Коэффициент структурных сдвигов оборота розничной торговли ООО «Автоазарт» в 2016 году составил 0,25%, то есть столько составляет

среднее колебание в удельных весах оборота по отдельным ассортиментным группам в общем объеме оборота розничной торговли предприятия.

– Часть рассмотренных интенсивных факторов (фондоотдача основных фондов, скорость обращения оборотных средств) оказывают положительное влияние на оборот розничной торговли предприятия. Это позволяет признать структуру влияния вышеназванных факторов на оцениваемый показатель – рациональной. Но также часть интенсивных факторов оказывают негативное или незначительное положительное влияние на выручку предприятия. Нерациональной является структура влияния физического объема реализации и роста цен, факторов, связанных с эффективностью трудовых ресурсов, что является отрицательным моментом в работе ООО «Автоазарт».

– Товарные запасы рассматриваемого предприятия ООО «Автоазарт» в динамике увеличились с 8 024 тыс. руб. на начало 2015 года до 8 469 тыс. руб. на начало 2016 года и до 8 781 тыс. руб. на конец 2016 года.

– Наибольшие товарные запасы наблюдаются по такой товарной группе, как «багажные системы, корзины экспедиционные». Это 42,25% общей величины в конце 2015 года и 42,18% в конце 2016 года. В денежном выражении запасы товаров по данной группе товаров увеличились с 3 578 тыс. руб. в базисном периоде анализа до 3 704, тыс. руб. в отчетном периоде, то есть на 126 тыс. руб. в абсолютном выражении или на 3,52% в относительной форме.

– Средние товарные запасы рассматриваемого предприятия розничной торговли в отчетном периоде анализа составили 8 599,5 тыс. руб., что больше прошлого года на 349,1 тыс. руб. в абсолютном выражении или на 4,23% в относительной форме.

– В результате ускорения времени товарного обращения предприятия на 2,9 дня и увеличения оборачиваемости на 0,17 оборотов из оборота

розничной торговли по ценам приобретения (себестоимости) ООО «Автоазарт» были высвобождены средства в размере 321,5 тыс. руб. в денежной форме.

– При анализе товарного обеспечения оборота розничной торговли ООО «Автоазарт» можно отметить, что при увеличении реализации товаров по себестоимости на 8,13% (с 37 412 до 40 453 тыс. руб.) увеличивается поступление товаров, причем более медленными темпами, а именно на 7,71% в относительной форме. Поступление товаров на предприятие составило 40 816 тыс. руб. в 2016 году, что больше прошлого года на 2 920 тыс. руб. в абсолютном выражении.

Проведенный анализ оборота розничной торговли рассматриваемого предприятия, а также товарных ресурсов организации, позволил выявить как положительные, так и отрицательные моменты в работе организации.

На основе проведенного анализа было осуществлено планирование оборота розничной торговли ООО «Автоазарт» различными методами, как в целом по объему, так и по составу и структуре.

Из всех методов планирования оборота розничной торговли в качестве оптимального было выбрано значение, полученное экономико-статистическим методом (по среднегодовым темпам роста). В 2016 году данный показатель может составить 61 059 тыс. руб., что больше отчетного года на 7 634 тыс. руб. в денежной форме или на 14,29% в относительном выражении в действующих ценах. В сопоставимых ценах данный показатель составит 55 508 тыс. руб., что больше отчетного года на 3,9% в относительной форме. Выбор метода будет обусловлен тем, что он является довольно точным, так как учитывает динамику рассматриваемого показателя за ряд лет работы предприятия. Значение, полученное при расчете экономико-математическим методом, является очень близким к выбранному показателю. Но оно выше планируемой величины и, скорее всего, в

кризисных условиях функционирования экономики, является недостижимо высокими. Показатели, полученный методом получения целевой прибыли и экспертным метод значительно выше, что является нереальным для предприятия. Значение, полученное таким экономико-статистическим методом, как выравнивание динамического ряда по скользящей средней, является довольно низким. Оно не стимулирует рассматриваемое предприятие к дальнейшему развитию.

При планировании оборота розничной торговли по кварталам в качестве оптимальных были выбраны значения, полученные с использованием выравнивания динамического ряда по скользящей средней (2 способ расчета). Выбор метода будет обусловлен тем, что он учитывает динамику квартальных значений показателя за ряд лет работы предприятия, при этом не отмечается значительных отклонений от показателей отчетного года, что является необходимым, так как кардинальных изменений в деятельности изучаемого предприятия не планируется. Соответственно оборот розничной торговли при расчете данным методом в I квартале составит 22,63% от общего размера выручки от реализации, во II квартале – 26,83%, в III квартале – 27,83% и 22,78% в IV квартале. Соответственно наибольшие продажи в будущем году в размере 17 002 тыс. руб. будут приходиться на третий квартал, что больше отчетного года на 2 118 тыс. руб. в денежной форме или на 14,23% в относительном выражении. Наименьшие продажи, в размере 13 818 тыс. руб., будут выявлены в первом квартале, что больше отчетного периода анализа на 1 776 тыс. руб. в денежном выражении или на 14,75% в относительной форме. Также необходимо отметить, что во всех временных интервалах планируется прирост продаж в будущем году в пределах 14%

При планировании оборота розничной торговли по ассортиментным группам в качестве оптимальных были выбраны значения, полученные с

использованием такого экономико-статистического метода, как выравнивание динамического ряда по скользящей средней (2 способ). Выбор данного метода будет обусловлен тем, что он учитывает динамику значений оборота розничной торговли в разрезе ассортиментных групп, реализуемых предприятием за ряд лет работы организации, при этом не отмечается значительных отклонений от показателей отчетного года, что является необходимым. Соответственно оборот розничной торговли при расчете данным методом по багажным системам, корзинам экспедиционным составит 34,56%, по защите картера – 8,36%, по протвоугонным системам – 22,60%, по видеорегистраторам, навигаторам и радар-детекторам – 21,37%, по аксессуарам – 13,13% от общего размера выручки от розничной реализации. В итоге наибольшие продажи в будущем году в размере 21 102 тыс. руб. будут приходиться на такую ассортиментную группу, как «багажные системы, корзины экспедиционные», что больше отчетного года на 2 665 тыс. руб. в денежной форме или на 14,45% в относительном выражении. Наименьшие продажи, в размере 5 101 тыс. руб., будут выявлены по такой группе товаров, как «защита картера», что больше отчетного периода анализа на 661 тыс. руб. в денежном выражении или на 14,89% в относительной форме. Также необходимо отметить, что по всем ассортиментным группам планируется прирост продаж в будущем году в среднем на 13-15%.

В качестве резервов роста оборота розничной торговли, предлагается осуществление ряда мероприятий.

1. Расширение ассортимента за счет сопутствующей товарной группы, а именно автомобильные компрессоры Berkut. Данная товарная группа будет сопутствующей к основному ассортименту продукции. Поставщиком будет являться компания «Тани», которая является владельцем торговой марки BERKUT (БЕРКУТ) и эксклюзивным дистрибьютором продукции под этим

брендом. Располагается данная компания в Москве. Оборот розничной торговли от реализации новой группы товаров «автомобильные компрессоры Berkut» может составить 1 136 тыс. рублей. Себестоимость реализации новой ассортиментной позиции составит 853 тыс. рублей. Соответственно валовая прибыль может составить 283 тыс. рублей. Условно-переменные издержки обращения увеличатся за счет переменной их части, уровень которой составлял 4,45% в отчетном году. Соответственно в суммовом выражении они могут составить 51 тыс. рублей. Дополнительная прибыль от продаж при осуществлении предлагаемого мероприятия составит 232 тыс. рублей.

2. Открытие собственного интернет магазина. Цель проекта – увеличение продаж, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности деятельности предприятия в целом, а также эффективности использования основных фондов организации. Планируется, что выручка от реализации продукции через интернет магазин будет составлять 5% от общей выручки по реализации в магазине. Соответственно дополнительный оборот розничной торговли может составить 2 671 тыс. рублей. Уровень торговой надбавки на продукцию, реализуемую через интернет магазин, будет установлен такой же, как и в целом по предприятию в отчетном периоде анализа. Уровень валовой прибыли 2016 года – 24,28%. Тогда дополнительная валовая прибыль составит 649 тыс. рублей. Издержки обращения увеличатся за счет роста их переменной части, уровень которой в отчетном периоде анализа составлял 4,45% в отчетном году. Соответственно в суммовом выражении они могут составить 119 тыс. рублей. Работы, связанные с обслуживанием интернет сайта (интернет магазина), будет осуществлять сторонний контрагент, а именно агентство интернет-маркетинга «Alente», г. Красноярск, ул. Авиаторов, д.42. Стоимость работ, связанных с поддержкой сайта будет составлять 15 тыс. руб. в месяц, что составит 180 тыс. руб. в год. Для обеспечения бесперебойной работы

интернет магазина необходимо приобретение нового сервера. В качестве подходящего, может быть выбран сервер HP DL380e GEN8. Его общая стоимость 250 тыс. руб. Тогда дополнительные амортизационные отчисления составят 25 тыс. рублей. Общие издержки обращения, связанные с осуществлением мероприятия, составят 324 тыс. рублей. Прибыль от продаж – 325 тыс. руб.

В целом, при осуществлении предлагаемых мероприятий, связанных с расширением ассортимента, а также открытием интернет магазина, планируемый оборот розничной торговли вырастет на 11 441 тыс. руб. в денежной форме или на 21,42% в относительном выражении и достигнет 64 866 тыс. рублей. Валовая прибыль составит 15 758 тыс. руб., что на 2 786 тыс. руб. в абсолютной форме или на 21,48% в относительном выражении больше суммы отчетного года. Уровень валовой прибыли вырастет с 24,28 до 24,29%, что будет свидетельствовать о некотором повышении уровня торговых надбавок. Издержки обращения увеличатся на 1 931 тыс. руб. в денежной форме или на 17,74% в относительном выражении, в результате чего составят 12 819 тыс. руб. при осуществлении рекомендаций. Одновременно снизится их уровень с 20,38 до 19,76%. Прибыль от продаж составит 2 939 тыс. руб., что больше отчетного года на 855 тыс. руб. в денежной форме или на 41,03% в относительном выражении. Рентабельность продаж достигнет 4,53%, что больше отчетного года на 0,63%. Это будет свидетельствовать о повышении эффективности основного вида деятельности, а именно реализации автотоваров в 2017 году.

Большое влияние на деятельность предприятия оказывают экономические риски, связанные с ростом цен на закупаемую продукцию, также на деятельность предприятия оказывают влияние социальные риски, а именно риск сопротивления работников изменениям. Помимо этого большое влияние на деятельность предприятия торговли оказывает информационный

риск, связанный с отсутствием информации о потребностях потребителей. Для предотвращения появления и устранения рисков необходимо использовать следующие методы: метод распределения риска и метод предотвращения убытков.

Оценив показатели эффективности системы стратегического управления в ООО «Автоазарт» можно отметить, что в результате следования стратегии усиления позиций на рынке, а также при осуществлении предлагаемых мероприятий, связанных с расширением ассортимента, а также созданием собственного интернет-магазина, оценка эффективности управления возрастет с 16,8 до 18,5 баллов. Соответственно осуществление мероприятий является целесообразным, как с экономической точки зрения, так и с точки зрения менеджмента.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации. Гос. флаг РФ. Гос. Герб РФ. Гос. Гимн РФ. — Москва : Эксмо-Пресс, 2016. — 80 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации по состоянию на 01.05.16 г.- Москва : Эксмо-Пресс, 2016. - 688 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: в 2 ч.: по состоянию на 25.03.2016 г.: - Москва : Проспект, 2016. – 1040 с.
4. Об утверждении Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения N П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», N П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы», N П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», N П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников», N П-5(м) «Основные сведения о деятельности организации [Электронный ресурс] : приказ Федеральной службы гос. статистики от 26 октября 2015 г. N 498 – Режим доступа : <http://www.garant.ru>
5. Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли электронный ресурс утвержден письмом Роскомторга от 10.07.1996 N 1-794/32-5. – Режим доступа : Консультант Плюс.
6. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения - Введ. 28.08.13. – Москва : Росстандарт, 2013. – 36 с.
7. Арзуманова, Т. И. Экономика организации: учебник для бакалавров / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. – Москва : Дашков и К, 2014. - 240 с.
8. Баканов, М. И. Теория экономического анализа: учебник / М. И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д. Шеремет ; под ред. М. И. Баканова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Финансы и статистика, 2008. – 536 с.

9. Берг, Т. И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли : учебное пособие / Т. И. Берг ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск. – 2007. – 138 с.

10. Грибов, В. Д. Экономика предприятия : учебник. Практикум, переработан и дополнен / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – 6-е издание, переработан - Москва : КУРС: ИНФА-М, 2015. - 448 с.

11. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., переработан и дополнен — Москва : Дашков и К°, 2015. — 456 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513880>

12. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Л. И. Кравченко. – Москва : Новое издание, 2009. – 544 с.

13. Лещева, М. Г. Особенности анализа в отдельных отраслях [Электронный ресурс] : учебник / М. Г. Лещева, Т. Н. Стеклова; Ставропольский гос. аграрный ун-т. - Ставрополь, 2014. – 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514535>

14. Маркарьян, Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко, С. Э. Маркарьян. – 2-е изд. перераб. и доп. – Москва : КНОРУС, 2013. – 536 с.

15. Нечитайло, А. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / А. И. Нечитайло, И. А. Нечитайло - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 363 с.

16. Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова ; под ред. И. В. Сергеева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2011. - 670 с.

17. Соловьева, Н.А. Анализ результатов хозяйственно-финансовой деятельности организации и ее финансового состояния : учеб. пособие /

Н.А.Соловьева, Н.И. Коркина ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск, 2007. – 110 с.

18. Соломатин, А. Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / А.Н. Соломатин. – Санкт-Петербург : Питер 2010. – 560 с.

19. Терещенко, Н. Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия : учеб. пособие / Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск, 2006. – С. 5-40

20. Терещенко, Н. Н. Планирование на предприятии торговли: учеб. пособие / Н. Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2005 – 296 с.

21. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А. М. Фридман. – М : Дашков и Ко, 2012. – 656 с.

22. Торговое дело : экономика, маркетинг, организация: учебник / под общ. ред. Л. А. Брагина. - 2-е. изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА - М, 2000, С. 53

23. Чернов, В. А. Экономический анализ : торговля, общественное питание, туристический бизнес : учеб. пособие для вузов / В. А. Чернов под ред. проф. М. И. Баканова – Москва : ЮНИТА-ДАНА, 2003. – 686 с.

24. Экономика предприятия торговли: учебное пособие. В 2 ч. Ч.1 / Ю.Л. Александров, [и др.]; Красноярск гос. торг. - экон. ин-т. Красноярск, 2002. – 258 с.

25. Экономика предприятия : учеб. для вузов/ под. ред. В. М. Семенова. - 5-е изд. – Санкт - Петербург : Питер, 2008. - 416 с.

26. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / под. ред. проф. М. И. Баканова. – Москва : Финансы и статистика, 2007. -396 с.

27. Экономический анализ: учеб. пособие / Н. Б. Клишевич, [и др.] – Москва : ИФРА-М; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013. - 192 с.

28. Экономика организации (предприятия) / В.Д. Грибов [др.]. – 6-е изд., - Москва : Кнорус , 2012. – 416 с.

Методика расчета влияния факторов на изменение оборота розничной торговли

Факторы	Методика расчета влияния факторов на изменение оборота розничной торговли
Факторы, связанные с изменением цен	$\Delta P(\Delta \Pi) = P_{1дц} - P_{1сц}$ $\Delta P(\Delta V) = P_{1сц} - P_0$ <p>где $\Delta P(\Delta \Pi)$ – изменение оборота розничной торговли за счет динамики цен, тыс. руб. $\Delta P(\Delta V)$ изменение оборота розничной торговли за счет динамики физического объема реализации, тыс. руб. $P_{1дц}$ – оборот розничной торговли отчетного года в действующих ценах, тыс. руб. $P_{1сц}$ – оборот розничной торговли отчетного года в сопоставимых ценах, тыс. руб.</p>
Факторы, связанные с товарными ресурсами	$P = Zн + П - Зк - В$ <p>где $Zн$ - запасы товаров на начало периода, тыс. руб.; $П$ – поступление товаров, тыс. руб.; P – оборот розничной торговли (в ценах приобретения), тыс. руб.; $Вп$ – прочее выбытие товаров, тыс. руб.; $Zк$ – запасы товаров на конец периода, тыс. руб.</p> $P_{(1)} = Zн_0 + П_0 - Вп_0 - Зк_0$ $P_{(2)} = Zн_1 + П_0 - Вп_0 - Зк_0$ $\Delta P(\Delta Zн) = P_{(2)} - P_{(1)}$ $P_{(3)} = Zн_1 + П_1 - Вп_0 - Зк_0$ $\Delta P(\Delta П) = P_{(3)} - P_{(2)}$ $P_{(4)} = Zн_1 + П_1 - Вп_1 - Зк_0$ $\Delta P(\Delta Вп) = P_{(4)} - P_{(3)}$ $P_{(5)} = Zн_1 + П_1 - Вп_1 - Зк_1$ $\Delta P(\Delta Зк) = P_{(5)} - P_{(4)}$ $\Delta P = P_{(5)} - P_{(1)} = \Delta P(\Delta Zн) + \Delta P(\Delta П) + \Delta P(\Delta Вп) + \Delta P(\Delta Зк)$
Факторы, связанные с трудовыми ресурсами	$P = \bar{Ч} \times ПТ$ <p>где $\bar{Ч}$ – среднесписочная численность работающих, чел.; $ПТ$ – производительность труда, тыс. руб./чел. Методом цепной подстановки:</p> $P_{(1)} = \bar{Ч}_0 \times ПТ_0$ $P_{(2)} = \bar{Ч}_1 \times ПТ_0$ $\Delta P(\Delta \bar{Ч}) = P_{(2)} - P_{(1)}$ $P_{(3)} = \bar{Ч}_1 \times ПТ_1$ $\Delta P(\Delta ПТ) = P_{(3)} - P_{(2)}$ $\Delta P = P_{(3)} - P_{(1)} = \Delta P(\Delta \bar{Ч}) + \Delta P(\Delta ПТ)$ <p>Методика расчета способом разниц:</p> $(\bar{Ч}_1 - \bar{Ч}_0) \times ПТ_0$ $(ПТ_1 с.ч. - ПТ_0) \times \bar{Ч}_1$
Факторы, связанные с использованием основных фондов	$\frac{1}{2} \times (\Phi_1 - \Phi_0) \times (\overline{ОФ}_0 + \overline{ОФ}_1)$ <p>$\overline{ОФ}_0, \overline{ОФ}_1$ - средняя стоимость основных фондов за прошлый и отчетный период, тыс. руб.; Φ_0, Φ_1 – фондоотдача за прошлый и отчетный период.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 - Методы планирования оборота розничной торговли

Метод	Суть метода, методика расчета	Достоинства	Недостатки
Балансовый метод	<p>Расчет осуществляется по формуле балансовой увязки оборота с факторами, влияющими на него:</p> $Зн + П = ОПТ + Зк + В$ <p>где Зн, Зк - запасы на начало и конец периода, тыс. руб.; П - поступление товаров, тыс. руб.; ОПТ - оборот розничной торговли, тыс. руб.; В - выбытие товаров (потери), тыс. руб.</p> <p>Исходя из балансовой формулы, можно выразить и рассчитать объем оборота розничной торговли: $ОПТ = Зн + П - Зк - В$</p>	Является достаточно точным методом	Не всегда имеется информация о слагаемых, входящих в формулу
Экономико-статистический метод			
- расчета оборота розничной торговли по среднегодовым темпам роста	<p>При равномерном развитии товарооборота за предшествующий период темп изменения определяют по формуле средней геометрической:</p> $\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_1}} \times 100$ <p>где \bar{T} – среднегодовой темп изменения оборота, %;</p> <p>n – число лет в периоде, ед.;</p> <p>P_n – оборот розничной торговли последнего года в ряду динамики в сопоставимых ценах к базисному году, тыс. руб.;</p> <p>P_1 – оборот розничной торговли базисного года, тыс. руб.</p> <p>Отсюда общий объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле:</p> $P_{пл} = \frac{P_1 \times \bar{T} \times I_{инфл.}}{100}$ <p>где $P_{пл}$ - планируемый объем оборота розничной торговли, тыс. руб.;</p> <p>P_1 - оборот розничной торговли отчетного периода, тыс. руб.;</p> <p>Инфл. - индекс инфляции на прогнозируемый период.</p>		Является недостаточно точным, так как не учитывается изменение показателей внутри динамического ряда, а учитываются только крайние значения

Продолжение приложения Б

Метод	Суть метода, методика расчета	Достоинства	Недостатки
- выравнивания динамического ряда по скользящей средней	<p>Суть заключается в определении тенденций динамического ряда путем плавного изменения оборота во времени. Используется, если развитие оборота розничной торговли за предшествующий период имеет неравномерный характер. Каждому показателю динамического ряда оборота розничной торговли последовательно присваивают условное обозначение «К» и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда.</p> $\overline{\Delta K} = \frac{K_n - K_1}{n - 1}$ <p>Далее находят планируемый показатель. Если последнее значение динамического ряда оборота розничной торговли фактическое, то:</p> $K_{nl} = K_n + \overline{\Delta K}$ <p>если ожидаемое, то:</p> $K_{nl} = K_{n-1} + 2\overline{\Delta K}$	Несложность и простота расчетов, возможность планирования по общему объему и по отдельным его элементам, а также постоянное наличие информационной базы	Переносе негативных закономерностей прошлых периодов на прогнозируемый период без учета изменений факторов внешней и внутренней среды и небольшом периоде предвидения при прогнозе
Нормативный метод	Метод основан на использовании при расчетах норм и нормативов (физиологических норм потребления продовольственных товаров, рациональных норм потребления непродовольственных товаров, обеспеченности товарами на 1000 жителей или 100 семей и т.д.). Расчеты данным методом производят также на уровне предприятия для обоснования объема оборота по отдельным товарным группам и для расчета потребительской корзины населения.	Высокая точность расчетов при наличии научно обоснованных норм и нормативов. Невысокая трудоемкость расчетов	Зачастую наблюдается отсутствие экономически грамотно и обоснованно разработанных норм и нормативов
Экономико-	Заключаются в выявлении математической закономерности развития	Можно	Трудность сбора

математические методы	показателя и построения на этой основе модели развития показателя в будущем. Экономико-математическое моделирование осуществляют в несколько этапов: I этап – построение графика зависимости розничного товарооборота 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	использовать на всех уровнях деятельности предприятия торговли	необходимой информационной базы в сопоставимом виде для планирования (за 7-10 лет)
-----------------------	--	--	--

Окончание приложения Б

Метод	Суть метода, методика расчета	Достоинства	Недостатки
Метод экспертных оценок	<p>Суть метода заключается в привлечении к планированию товарооборота группы экспертов из 5-10 представителей работников предприятий торговли, 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.</p> <p>Наиболее часто при планировании оборота используют методы коллективных экспертных оценок, такие, как метод «Дельфи», метод «мозговой атаки», метод «Фокус - группы». Также есть индивидуальные методы экспертных оценок: «Интервью», «Написание сценария», «Анкетирование», «аналитическая докладная записка».</p> <p>Работа экспертов заключается в ряд этапов. На первом этапе формируются задачи прогноза, и осуществляется опрос экспертов для выявления мнения каждого одним из трех способов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - с помощью разработанной анкеты, рассылаемой экспертом; - анкетирование (опрос) экспертов, собранных в одном месте; - с помощью компьютерных терминалов. <p>На втором этапе осуществляется обработка мнений экспертов, в ходе которой выявляется преобладающее мнение; выявляются крайние суждения; формируются принципиальные расхождения во мнениях между экспертами и</p>	<p>Учет влияния многих факторов посредством учета мнения экспертов. Достаточно высокая точность расчетов</p>	

	<p>проводится исследование причин расхождения во мнениях.</p> <p>На третьем этапе результаты обработки мнений доводятся до всех экспертов и каждый эксперт анализирует результаты обработки мнений экспертов и осуществляет переоценку своего первоначального мнения.</p> <p>На четвертом этапе выявляется преобладающее мнение.</p> <p>Обычно бывает достаточно 3-4 раундов, чтобы выработать общее мнение, которое можно считать достоверным.</p>		
--	---	--	--

Анкета культуры организации

Анкета	Ваша характеристика
<p>1. ХОРОШИЙ НАЧАЛЬНИК 1.1. Сильный, решительный и твердый, но справедливый, защищает преданных подчиненных, великодушен и снисходителен к ним. 1.2. Объективный и точный, избегает использовать власть в своих интересах, требует от подчиненных только то, что соответствует должностным обязанностям. 1.3. Избегает противоречий, легко поддается влиянию в вопросах, касающихся выполнения задачи, использует власть для получения ресурсов, необходимых для выполнения работы. 1.4. Заботится о личных нуждах других, использует свое положение для обеспечения возможностей, стимулирующих работу подчиненных</p>	<p>5 4 3 2</p>
<p>2. ХОРОШИЙ ПОДЧИНЕННЫЙ 2.1. Угодливый, трудолюбивый и преданный интересам своего начальника. 2.2. Ответственный и надежный, выполняет свои обязанности и избегает действий, беспокоящих начальника. 2.3. Желает внести свой вклад в решение задачи, выдвигает идеи и предложения, тем не менее, охотно уступает первенство другим, более компетентным и способным. 2.4. Крайне заинтересован в развитии своих потенциалов, нет предубеждений против получения помощи, учебы, уважительно относится к нуждам и ценностям других, охотно помогает сам.</p>	<p>4 2 5 3</p>
<p>3. ХОРОШИЙ ЧЛЕН ОРГАНИЗАЦИИ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, ВЫПОЛНЯЕТ: 3.1. Личные приказания начальника. 3.2. Обязанности, требования своей собственной роли и следует привычным образцам поведения личности. 3.3. Действия, требования, вытекающие из задачи или профессии и из возможностей, энергии и материальных ресурсов. 3.4. Личные интересы</p>	<p>3 2 4 1</p>
<p>4. ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ПРЕУСПЕВАЮТ В ОРГАНИЗАЦИИ 4.1. Расчетливы, соперничают друг с другом, с сильными устремлениями к власти. 4.2. Добросовестные и ответственные, с глубоким чувством преданности организации. 4.3. Компетентные и полезные, с большим желанием сделать дело. 4.4. Эффективны и компетентны в личностных взаимоотношениях, желающие помочь росту и развитию других сотрудников.</p>	<p>3 4 5 2</p>
<p>5. ОТНОШЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ К СОТРУДНИКУ 5.1. Так, как будто его время и энергия находятся в распоряжении лиц, стоящих выше по служебной лестнице. 5.2. Временем и усилиями сотрудников организации распоряжается в рамках контракта, имеющего права и обязанности с обеих сторон. 5.3. Как к партнеру, связывающему свои умения и способности с общим делом. 5.4. Как к интересному и ценному человеку со своими правами.</p>	<p>4 1 3 2</p>
<p>6. СОТРУДНИКАМИ УПРАВЛЯЮТ И НА НИХ ВЛИЯЮТ 6.1. Личным проявлением экономической и политической силы (награды и наказания). 6.2. Безличным проявлением экономической и политической силы, чтобы навязать методы и нормы выполнения работ. 6.3. С помощью обещания и обсуждения требований, выдвигаемых задачей и ведущих к достижению цели путем соответствующей деятельности, мотивированной личностью. 6.4. Внутренний интерес и удовлетворение от предстоящей работы и / или участие, забота о нуждах других людей, вовлеченных в эту деятельность.</p>	<p>2 3 4 1</p>
<p>7. ОДИН СОТРУДНИК ИМЕЕТ ПРАВО КОНТРОЛИРОВАТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, 7.1. Если у этого сотрудника больше авторитета и власти в организации. 7.2. Если ему предписано руководить другими. 7.3. Если у него больше знаний о выполняемой задаче. 7.4. Если другой понимает, что помощь и руководство первого может способствовать его росту и знаниям.</p>	<p>5 4 3 2</p>
<p>8. ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ПОСТАНОВКИ ЗАДАЧИ 8.1. Личные нужды и мнение тех, кто находится у власти. 8.2. Формальное распределение должностных обязанностей и ответственности в системе. 8.3. Требования к ресурсам и экспертные оценки для выполнения работы. 8.4. Личные желания и необходимость приобретения знаний отдельными членами организации.</p>	<p>5 3 4 2</p>

Анкета	Ваша характеристика
<p>9. РАБОТА СОВЕРШАЕТСЯ ИЗ-ЗА</p> <p>9.1. Получения вознаграждения, страха наказания или личной преданности отдельным влиятельным лицам.</p> <p>9.2. Соблюдения договорных обязательств, подкрепленных санкциями и личной преданностью организации или системе.</p> <p>9.3. Удовлетворения от работы и достижений и/или из-за личной преданности идее.</p> <p>9.4. Любви к работе ради самой работы и интерес и уважение к запросам и ценностям сотрудников.</p>	<p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>1</p>
<p>10. ЛЮДИ РАБОТАЮТ ВМЕСТЕ</p> <p>10.1. Когда этого требует вышестоящее руководство или когда понимают, что могут использовать друг друга для личной выгоды.</p> <p>10.2. Когда координация и обмен определяются формальной системой.</p> <p>10.3. Когда их совместный вклад необходим для достижения цели.</p> <p>10.4. Когда сотрудничество лично принято, стимулирует и вызывает на соревнование.</p>	<p>4</p> <p>3</p> <p>5</p> <p>2</p>
<p>11. СОПЕРНИЧЕСТВО</p> <p>11.1. За личную власть и выгоду.</p> <p>11.2. За положение с высоким статусом в формальной системе.</p> <p>11.3. За максимальный вклад в выполнение задач.</p> <p>11.4. За внимание к чьим-либо личным запросам.</p>	<p>5</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>1</p>
<p>12. КОНФЛИКТ</p> <p>12.1. Контролируется вмешательством высшего руководителя и часто им поощряется, чтобы сохранить свою власть.</p> <p>12.2. Подавляется ссылкой на правила, процедуры поведения и определения ответственности.</p> <p>12.3. Разрешается через обсуждение качества результатов работы.</p> <p>12.4. Разрешается с помощью открытого и глубокого обсуждения личных запросов и ценностей.</p>	<p>4</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>1</p>
<p>13. РЕШЕНИЯ</p> <p>13.1. Принимаются лицом, обладающим большей властью.</p> <p>13.2. Принимаются лицом, которое обязано это делать.</p> <p>13.3. Принимаются лицами, которые лучше других знакомы с задачей.</p> <p>13.4. Принимаются сильно вовлеченными лицами, на которых влияет результат.</p>	<p>5</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>2</p>
<p>14. СООТВЕТСТВУЮЩЕЕ УПРАВЛЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРУКТУРА</p> <p>14.1. Приказ идет сверху вниз в простой пирамиде, так, что любой, находящийся выше в пирамиде, имеет власть над тем, кто ниже. Информация распространяется вверх посредством последовательных распоряжений.</p> <p>14.2. Директивы распространяются сверху вниз и информация идет вверх в пределах функциональных пирамид, которые соединяются вверх. Власть и ответственность ограничиваются сотрудниками, расположенными в пирамиде. Перекрестный функциональный обмен не ограничен.</p> <p>14.3. Информация о требованиях, предъявляемых к задаче, и проблемах идет из центра, решающего задачу, вверх и наружу, причем те, кто понимает лучше всего проблему, определяют необходимые ресурсы и поддержку от остальной части организации. Координирующий совет может установить порядок очередности и уровни ресурсов на основе информации от всех центров задачи. Структура должна изменяться в соответствии с природой и местом задачи.</p> <p>14.4. Информация и влияние идут от человека к человеку на основе связей, в которые свободно вступают ради работы, знаний, взаимной поддержки и удовольствия. Координирующая функция может установить общие уровни взносов (вкладов), необходимых для сохранения организации. Эти задачи определяются общим соглашением.</p>	<p>4</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>2</p>
<p>15. НА ОКРУЖЕНИЕ РЕАГИРУЮТ ТАК, СЛОВНО ЭТО</p> <p>15.1. Джунгли, где все против всех, и тот, кто не эксплуатирует других, сам эксплуатируется.</p> <p>15.2. Упорядоченная и рациональная система, где конкуренция ограничена законом, а конфликты разрешаются путем переговоров и компромиссов.</p> <p>15.3. Совокупность неопределенных форм и систем, которые нужно реформировать и улучшить путем организации.</p> <p>15.4. Комплекс потенциальных опасностей и помощи.</p>	<p>4</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>1</p>

Итоги экспертных оценок сильных сторон ООО «Автозарт»

Сильные стороны	Эксперт 1				Эксперт 2				Эксперт 3				Эксперт 4				Эксперт 5				Эксперт 6				Эксперт 7				Эксперт 8				Эксперт 9				Эксперт 10				Итог. оценка
	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	
Удобное месторасположение	3	0,5	3	0,5	4	0,5	5	0,5	5	0,5	4	0,5	5	0,5	4	0,5	3	0,5	3	0,5	4	0,5	4	0,5	5	0,5	2	0,5	4	0,5	4	0,5	3	0,5	5	0,5	5	0,6	3	0,5	4,0
Средние цены на реализуемую продукцию	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	2	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	3,4
Высокое качество реализуемой продукции	5	0,7	3	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	5	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	4	0,3	4,1
Высокая квалификация персонала	4	0,5	4	0,5	3	0,5	4	0,3	4	0,5	4	0,5	4	0,5	3	0,5	4	0,4	3	0,2	5	0,5	3	0,5	3	0,5	4	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	2	0,5	5	0,5	4	0,5	3,4
Стабильное финансовое положение	4	0,7	4	0,3	3	0,7	5	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	4,2
Учет индивидуальных потребностей клиента	2	0,7	3	0,3	2	0,7	2	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	2	0,3	4	0,7	2	0,3	3	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	3	0,7	2	0,3	3,1

СВ – сила (степень) влияния; R СВ – вероятность возникновения; СР – степень риска; R СР – вероятность возникновения риска.

Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое оценок $(СВ \cdot RСВ + СР \cdot RСР)$ всех экспертов.

Итоги экспертных оценок слабых сторон ООО «Автозарт»

Слабые стороны	Эксперт 1				Эксперт 2				Эксперт 3				Эксперт 4				Эксперт 5				Эксперт 6				Эксперт 7				Эксперт 8				Эксперт 9				Эксперт 10				Ит ог оце нка
	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	
Не достаточное внимание получению маркетинговой информации (отсутствие маркетинговых исследований)	5	0,8	3	0,3	5	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,3	3	0,7	3	0,3	5	0,7	4	0,3	5	0,7	5	0,4	4,2
Низкая квалификация управленческого персонала	2	0,7	3	0,3	2	0,7	5	0,3	3	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	5	0,7	2	0,3	3	0,7	2	0,3	5	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	3,2
Отсутствие системы повышения квалификации	3	0,7	4	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	5	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	4,3
Принятие решений исключительно директором	1	0,5	4	0,5	4	0,5	3	0,5	4	0,5	3	0,5	4	0,5	3	0,5	4	0,5	4	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	2	0,5	3	0,5	3	0,5	5	0,5	3	0,5	2	0,5	3	0,5	3,2
Принятие решений исключительно директором	3	0,7	5	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	2	0,7	4	0,3	3,9
Нечеткое распределение полномочий	2	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,6	4	0,3	5	0,7	4	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	4	0,6	4	0,2	3,7

СВ – сила (степень) влияния; R СВ – вероятность возникновения; СР – степень риска; R СР – вероятность возникновения риска.

Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое оценок (СВ*RCВ+СР*RCР) всех экспертов.

Итоги экспертных оценок возможностей ООО «Автозарт»

Возможности	Эксперт 1				Эксперт 2				Эксперт 3				Эксперт 4				Эксперт 5				Эксперт 6				Эксперт 7				Эксперт 8				Эксперт 9				Эксперт 10				Ито г оцен ка
	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	
Выход на новые рынки (увеличение занимаемой доли рынка)	3	0,6	3	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	4	0,3	5	0,7	5	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,6	3	0,3	4,1
Привлечение инвестиций	4	0,5	2	0,5	4	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	4	0,5	2	0,5	5	0,5	2	0,5	4	0,5	2	0,5	4	0,5	2	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3,1
Повышение эффективности работы персонала	3	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	2	0,3	4	0,7	2	0,3	4	0,7	2	0,3	4	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	3,5
Введение дополнительных услуг (размещение заявок через интернет магазин)	4	0,7	5	0,3	5	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	4,3
Финансирование за счет нераспределенной прибыли	4	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	5	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	5	0,3	4	0,7	5	0,3	3,9
Расширение ассорти- мента	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	5	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	4	0,3	4,4

СВ – сила (степень) влияния; R СВ – вероятность возникновения; СР – степень риска; R СР – вероятность возникновения риска.

Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое оценок $(СВ \cdot RСВ + СР \cdot RСР)$ всех экспертов.

Итоги экспертных оценок угроз ООО «Автозарт»

Угрозы	Эксперт 1				Эксперт 2				Эксперт 3				Эксперт 4				Эксперт 5				Эксперт 6				Эксперт 7				Эксперт 8				Эксперт 9				Эксперт 10				Итог оценка
	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	СВ	R СВ	СР	R СР	
Отсутствие мотивации персонала	3	0,8	4	0,3	4	0,7	4	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	3	0,7	4	0,3	3	0,7	5	0,3	5	0,7	5	0,3	4	0,7	4	0,3	3	0,7	4	0,3	4	0,7	5	0,4	4,0
Увеличение курса доллара (евро), снижение курса рубля	4	0,7	5	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	5	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	2	0,3	5	0,7	3	0,3	4,3
Затоваривание складских помещений	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	2	0,5	2	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	2	0,5	3	0,5	2	0,5	4	0,5	3	0,5	3	0,5	3	0,5	2	0,5	2,8
Несвоевременность расчета с поставщиками продукции	3	0,7	2	0,3	2	0,7	4	0,3	3	0,7	3	0,3	2	0,7	2	0,3	2	0,7	2	0,3	4	0,7	2	0,3	3	0,7	3	0,3	2	0,7	2	0,3	3	0,7	2	0,3	2	0,7	2	0,3	2,5
Жесткая конкуренция	5	0,7	5	0,3	5	0,7	3	0,3	4	0,7	3	0,3	4	0,7	5	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	3	0,3	5	0,7	4	0,3	5	0,7	4	0,3	4	0,7	3	0,3	4,4
Снижение стоимости продукции	3	0,3	2	0,7	4	0,3	2	0,7	4	0,3	3	0,7	3	0,3	3	0,7	3	0,3	2	0,7	2	0,3	3	0,7	4	0,3	3	0,7	2	0,3	4	0,7	3	0,3	2	0,7	3	0,3	3	0,7	2,8

СВ – сила (степень) влияния; R СВ – вероятность возникновения; СР – степень риска; R СР – вероятность возникновения риска.


Итоговая оценка рассчитывается как среднее арифметическое оценок $(СВ \cdot RСВ + СР \cdot RСР)$ всех экспертов.

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)

« 15 » 06 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)»


код, направление и профиль подготовки

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и обоснование резервов

роста.

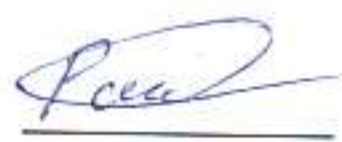
тема

Научный руководитель


подпись, дата

д-р экон.наук, профессор Ю.Ю.Суслова
должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

ЭП-13-1
группа

Д.В.Ракутин
инициалы, фамилия

Красноярск 2017