

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
1. Теоретические и методические основы анализа и планирования оборота розничной торговли	4
1.1 Оборот розничной торговли: сущность, состав, классификация и показатели, характеризующие его состояние.....	4
1.2 Методика анализа оборота розничной торговли	8
– оперативно решить текущие проблемы;	9
<i>Кк</i>	14
1.3 Методика планирования оборота розничной торговли и резервы его роста.....	15
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	24
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	28
Приложения.....	70

ВВЕДЕНИЕ

Розничная торговля – одна из важнейших сфер обеспечения населения. При ее посредстве осуществляется рыночное соглашение товарного предложения и покупательского спроса. Являясь источником поступления денежных средств, торговля тем самым формирует основы финансовой стабильности государства. За период рыночных преобразований в России она претерпела коренные изменения.

На предприятиях розничной торговли завершается процесс кругооборота средств, вложенных в производственные предметы потребления, происходит превращение товарной формы стоимости в денежную и создается экономическая основа для возобновления производства товаров. Здесь происходят постоянные количественные и качественные изменения, вызванные применением передовой технологии, совершенствованием техники и оборудования, методов управления, обеспечивающих повышение эффективности работы торговых предприятий и повышение культуры торговли.

Темпы роста оборота розничной торговли, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия и другие показатели. Поэтому анализ данного показателя имеет большое значение. Именно этим объясняется актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Цель выпускной квалификационной работы- экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли на основе его анализа

Для достижения поставленной цели в работе решались следующие 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;
- оценка состояния и эффективности использования товарных запасов;
- планирование объема оборота розничной торговли на предстоящий год;
- экономическое обоснование путей повышения оборота розничной торговли торгового предприятия.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: Ю.Л. Александрова, Н.Н. Терещенко, А.Н. Соломатина, А.М. Смирновой, А.И. Гребнева и др.; законодательство Российской Федерации и ее структур; нормативные документы; учебники и учебные пособия; данные Госкомстата РФ по Красноярскому краю; результаты собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа: группировки и сравнения, расчета относительных и средних величин, факторного анализа, а также методов планирования: метода выравнивания динамического ряда по скользящей средней, входящих в экономико-статистические методы, экономико-математического метода; метода получения целевой прибыли. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

В процессе подготовки выпускной квалификационной работы использовались материалы официальной бухгалтерской отчетности торгового предприятия.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является оборот розничной торговли. Объектом исследования в работе служит конкретное предприятие торговли – ИП Викторов А.С..

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Общий объем работы 69 стр. Выпускная квалификационная работа проиллюстрирована 8 рисунками, 27 таблицами, 8 приложениями. Список использованных источников включает в себя 25 источников.

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

1.1 Оборот розничной торговли: сущность, состав, классификация и показатели, характеризующие его состояние

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

В Приказе от 26 октября 2015 г. №498 (ред. от 06.02.2017) «Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения» отмечено, что оборот розничной торговли представляет собой выручку от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт (электронных денег) [5].

Согласно последней редакции отмеченного выше Приказа №498 «Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения» 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.

Обязательным признаком операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (документов строгой отчетности, приравняемых к чекам) [23].

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

Каналы реализации розничного товарооборота:

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

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

Экономическое:

- служит одной из основных характеристик масштабов товарного обеспечения;
- способствует окончательному возмещению израсходованных в процессе производства затрат;
- обеспечивает нормальное функционирование денежного обращения в стране затрат труда и средств труда;

- характеризует объем деятельности розничного торгового предприятия;
 - является основой планирования других экономических показателей;
 - способствует возмещению всех затрат общества на производство и обращение товаров;
 - обеспечивает реализацию денежных доходов, полученных в соответствии с количеством и качеством затраченного труда;
 - существенно влияет на денежное обращение в стране и устойчивость валюты;
 - отражает пропорции между спросом и предложением товаров, розничной продажей и денежным обращением;
 - отражает конечный результат деятельности розничных торговых предприятий;
- Социальное: является одной из характеристик уровня жизни населения;
- Технологическое: оказывает влияние на развитие прогрессивных технологий продаж, расчетов, продвижения;
- Прочее: может способствовать развитию культурно-творческого наследия (ярмарки, ремесла) и т.д.

Рассмотрим классификацию оборота розничной торговли (табл. 1.1).

Таблица 1.1 - Классификация видов оборота розничной торговли [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
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

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

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

В следующем пункте выпускной квалификационной работы охарактеризуем методику анализа оборота розничной торговли

1.2 Методика анализа оборота розничной торговли

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

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

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

Основные задачи анализа оборота розничной торговли сводятся к следующему:

- изучение выполнения планов оборота розничной торговли во времени; изучение его равномерности и ритмичности;
- изучение оборота розничной торговли по составу, структуре, формам оборота и др.;

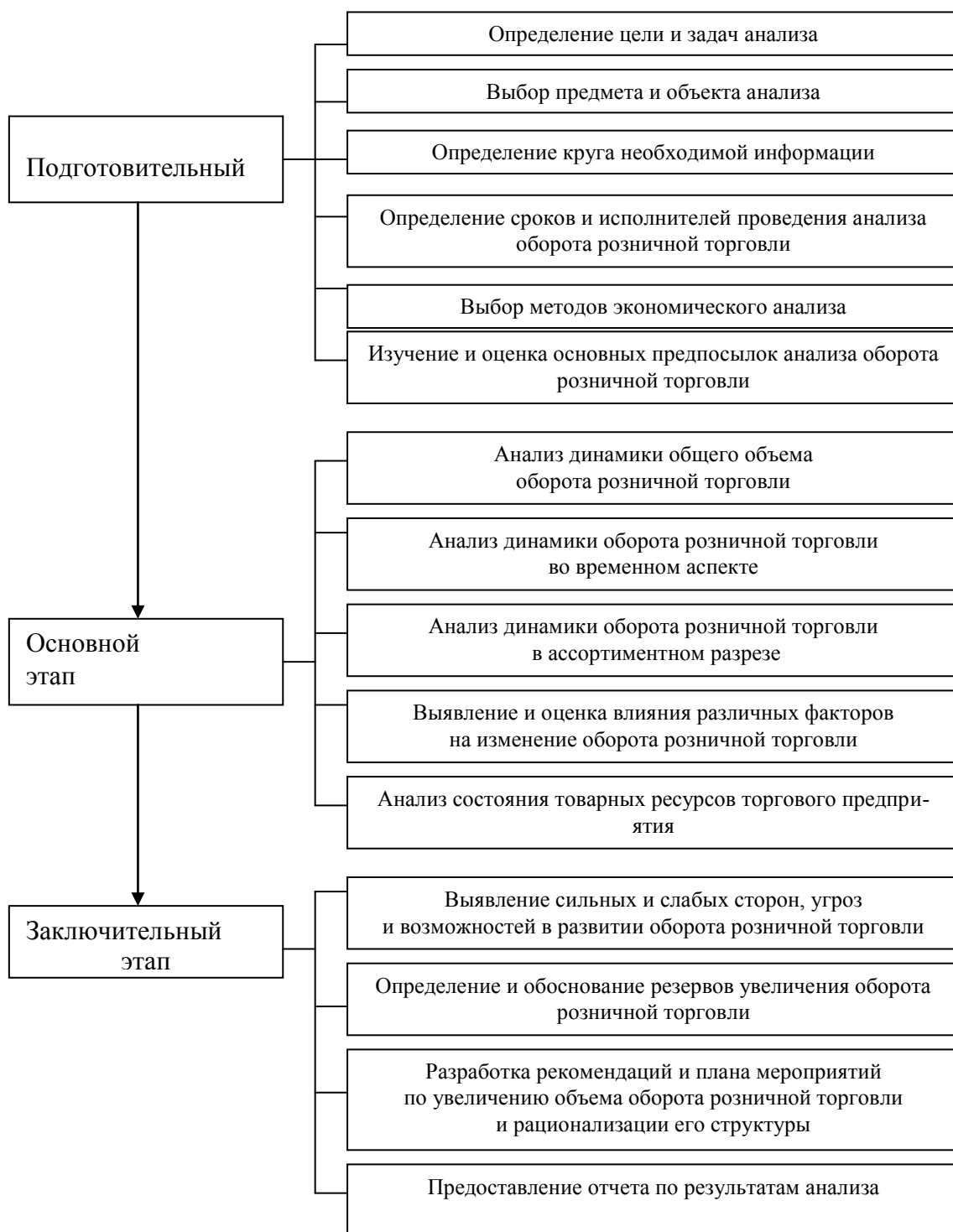


Рисунок 1.1 - Характеристика этапов анализа оборота розничной торговли предприятия [6]

- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику оборота розничной торговли;
- выявление путей и возможностей роста объема оборота розничной торговли, повышения качества обслуживания покупателей;
- разработка оптимальных управленческих решений по развитию оборота

розничной торговли торгового предприятия.

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

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.

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

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

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

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

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

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

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

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

где x_i – темп изменения оборота розничной торговли по отдельным вре-

менным периодам, %; \bar{x} – средний темп изменения оборота по общему объему, %; P_{oi} – 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 Приложении Б

Завершающим направлением основного этапа анализа оборота розничной торговли является анализ его товарного обеспечения, который включает в себя два основных направления:

1) анализ товарных запасов. Классификация товарных запасов представлена в Приложении В. Показатели эффективности товарных запасов раскрыты в Приложении Г.

2) 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. При этом целесообразно осуществить расчет и анализ ряда показателей:

– коэффициента равномерности поставок, рассчитываемого по формуле

$$Kp = 100 - V; V = \frac{\sigma \cdot 100}{\bar{П}}; \sigma = \sqrt{\frac{\sum (П_i - \bar{П})^2}{n}}, \quad (12)$$

где Kp – коэффициент равномерности поставок товаров; σ – среднее квадратическое отклонение фактического объема поставок от среднего уровня поставок; $\bar{П}$ – средний уровень поставки, тыс. руб.; $П_i$ – объем поставки за i -й период, тыс. руб.; n – число поставок;

– коэффициента выполнения контракта ($Kк$), рассчитываемого по формуле

$$Kк = \frac{\text{фактически поставленный объем товара}}{\text{объем поставки товара в контракте}}$$

– коэффициента ритмичности поставки товаров, определяемый по следующей формуле:

$$K_{рит} = \sum (1 - \frac{\Pi_{\phi}^i}{\Pi_{\kappa}^i}), \quad (13)$$

где $K_{рит}$ – коэффициент ритмичности поставок товаров; Π_{ϕ}^i – фактическая поставка товаров за i -й период времени, тыс. руб.; Π_{κ}^i – поставка товаров по контракту за аналогичный период времени, тыс. руб.

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

В следующем пункте выпускной квалификационной работы охарактеризуем методику планирования оборота розничной торговли

1.3 Методика планирования оборота розничной торговли и резервы его роста

Планирование оборота розничной торговли является одним из важнейших моментов деятельности торгового предприятия. Основными экономическими предпосылками планирования оборота розничной торговли являются:

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

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

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

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

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

Планирование осуществляется в несколько этапов (табл. 1.2)

Таблица 1.2 - 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 оптимизации его состава и структуры

На подготовительном этапе планирования оборота розничной торговли производится постановка целей, задач, сбор информационного обеспечения анализа оборота розничной торговли, а также корректировка показателей, так как основным требованием при анализе является сопоставимость данных.

После подготовки данных приступают непосредственно к планированию оборота розничной торговли: оценивают выполнение плана и динамику оборота розничной торговли за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах. Целью планирования оборота розничной торговли является экономическое обоснование оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса, потребностями рынка и возможностями предприятия.

Задачи планирования:

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

Планирование оборота розничной торговли предполагает использование следующих методов:

- 1) Экономическо-статические
 - Метод расчета общего объема товарооборота по среднегодовым темпам роста
 - Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней
- 2) Балансовый
- 3) Нормативный
- 4) Экономически-математические
- 5) Экспертных оценок
- 6) Метод получения целевой прибыли от продаж
- 7) Расчет товарооборота на основе построения графика безубыточности
- 8) Метод планирования в зависимости от местонахождения предприятия и зоны обслуживания
- 9) Техничко-экономических расчетов
- 10) Метод планирования с учетом потребности в прибыли
- 11) Планирование исходя из предполагаемых ресурсов
- 12) Планирование на основе спроса населения

Экономико-статистические методы 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 средне-

годовым темпам роста. Расчет среднегодового темпа роста осуществляется на основе формулы средней геометрической:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \cdot 100, \quad (14)$$

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

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (15)$$

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.

$$\text{Изменение } \bar{\Delta K} \text{ равно } \bar{\Delta K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1}. \quad (16)$$

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\bar{\Delta K}. \quad (17)$$

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

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф}}{100}. \quad (18)$$

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 оборота 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 оборота розничной торговли используют методы коллективных экспертных оценок, такие, как метод Дельфи, метод мозговой атаки.

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

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

$$Ппр = ВП - ИО \text{ или } Ппр = \frac{P \cdot Y_{ВП}}{100} - \frac{P \cdot Y_{ИО}}{100} \quad (19)$$

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{Ппр_{пл}}{Y_{ВП_{пл}} - Y_{ИО_{пл}}} \cdot 100, \quad (20)$$

где $Ппр_{пл}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового предприятия, тыс. руб.; $Y_{ВП_{пл}}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %; $Y_{ИО_{пл}}$ – 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 Д)

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

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

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

$$\bar{P}_{кв.пл.} = \frac{P_{пл.}^{год}}{4}, \quad (21)$$

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

$$\bar{P}_c^{1кв} = P_{кв.пл.} \cdot J_c^{1кв}, \quad (22)$$

где $J_c^{1кв}$ - индекс сезонности первого квартала.

Расчет индексов сезонности (I_c), осуществляется по следующей формуле

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (23)$$

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.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (24)$$

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

$$P_{пл.}^{1тов.гр} = \frac{P_{пл.}^{2од} \cdot \bar{Уд.в.}_{тов.гр.}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (25)$$

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:

$$K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (26)$$

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:

$$P_{i_{пл}} = P_{i_1} \times \frac{100 + T_{пр} \cdot K_{эл}}{100} \quad (27)$$

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.

Резервами роста оборота розничного торгового предприятия в современных условиях являются:

- улучшение обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов;
- повышение эффективности использования трудовых ресурсов;
- повышение эффективности использования материально-технической базы предприятия.

С целью улучшения обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов коммерческой службе предприятия производить закупки товаров непосредственно у производителей (промышленных и сельскохозяйственных предприятий, кооперативных предприятий, предприятий общественного питания и др.), значительно расширить закупку и реализацию сопутствующих непродовольственных товаров, имеющих в достаточном количестве у производителей и других поставщиков, больше внимания уделять заключению договоров с поставщиками.

Необходимо привлекать на работу лиц на не полный рабочий день, произвести установку современных кассовых аппаратов, осуществлять совмещение профессий, должностей, вести работу по предупреждению прогулов и сокращению потерь рабочего времени по болезни и другим причинам.

Изучение оборота розничной торговли как основного показателя деятельности торгового предприятия позволит провести анализ оборота розничной торговли ИП Викторов А.С. во второй главе работы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полное официальное наименование организации – индивидуальный предприниматель «Викторов Александр Сергеевич» (ИП «Викторов А.С.»).

Торговая организация является небольшим продуктовым павильоном по адресу: г. Красноярск, улица Дачная 37/1.

Основной вид деятельности, согласно ОКВЭД: Розничная торговля в неспециализированных магазинах преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями.

Проведенный анализ в свою очередь позволяет сделать ряд выводов:

- результаты проведенного анализа свидетельствуют о снижении эффективности финансово-хозяйственной деятельности «ИП «Викторов А.С.», в 2016 году, что выражается в снижении прибыли, полученной предприятием по сравнению с 2015 годом;

- 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 1322,1 тыс. руб.;

- в целом прирост оборота розничной торговли происходил неравномерно, об этом свидетельствует коэффициент равномерности – 90,28%;

- коэффициент ритмичности развития оборота розничной торговли по кварталам в отчетном году составил 100%, то есть развитие оборота розничной торговли по кварталам анализируемого периода проходило ритмично. Это положительно характеризует деятельность предприятия в целом;

- рассчитанные индексы сезонности показывают, что сезонное снижение продаж приходится на первый и четвертый квартал. Полученные показатели целесообразно использовать для внутриквартального планирования годового оборота торговли;

- в анализируемом периоде время товарного обращения замедлилось с 10,6 до 30,9 дня. Это отрицательный момент в работе предприятия, способст-

вующий вовлечению средств в оборот.

-так как деятельность анализируемой фирмы характеризуется отклонением по времени обращения со знаком «+», а именно +20,2 дня, и отклонением по скорости обращения со знаком «-», то это свидетельствует о снижении эффективности использования товарных запасов

Анализ влияния факторов на изменение объема оборота розничной торговли ИП «Викторов А.С.» показал:

- рост оборота розничной торговли в отчетном периоде был достигнут преимущественно за счет увеличения физического объема оборота розничной торговли, что положительно характеризует деятельность предприятия;

- основное влияние на объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах оказало увеличение производительности труда как в целом по фирме, так и работников торговое - оперативного персонала

- рост поступления товаров способствовал увеличению оборота розничной торговли на 1543 тыс. руб.

- изменение средней стоимости оборотных средств привело к повышению оборота розничной торговли на 10781,55тыс. руб., а замедление оборачиваемости привело к снижению оборота розничной торговли на 8451,55 тыс. руб. Это свидетельствует об экстенсивном направлении развития предприятия;

- изменение среднегодовой стоимости основных фондов привело к росту оборота розничной торговли на 2796,42 тыс. руб., а изменение фондоотдачи к недополучению оборота розничной торговли на 466,42 тыс. руб. Это свидетельствует об экстенсивном использовании основных фондов

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 (18849,4 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 этот метод учитывает динамику оборота за ряд прошлых лет и предполагаемые изменения в будущем году, а именно рост цен, также это значение является наиболее реальным в плане достижения его значения в будущем периоде.

По результатам планирования оборота розничной торговли на следующий период можно сказать, что наибольший объем продаж придется на 3 квартал – 7786,94 тыс. руб., наименьший на 1 квартал – 3409,04 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли ИП Викторов А.С. в планируемом периоде займет товарная группа «молочные продукты и яйца» – 18,1% или 3968,1 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «безалкогольные напитки» – 7,46% или 1635,5 тыс. руб.

Для дальнейшего роста оборота розничной торговли руководству фирмы можно было бы предложить:

- 1) расширение ассортимента непродовольственных товаров за счет введения в ассортимент строительных товаров и т.д.

- 2) провести рекламную кампанию, направленную на конечного потребителя строительных товаров. В связи с особенностью размещения торгового предприятия в дачном массиве эффективнее размещать наружную рекламу. Стоимость размещения рекламного баннера составляет 9825 руб., для эффективности необходимо размещать рекламу как минимум в двух местах.

- 3) поиск новых поставщиков, при этом предпочтение должно отдаваться крупным компаниям, способным осуществлять ритмичные поставки

- 4) изменение размера торговой надбавки раз в квартал по отдельным товарным группам в зависимости от ситуации на рынке и объеме спроса – сниже-

ние размера торговых надбавок при падении спроса и увеличении торговых надбавок при увеличении количества покупок

предложенные рекомендации приведут к росту оборота розничной торговли на 3,46% по сравнению с отчетным годом.

Валовая прибыль увеличится соответственно на 3,33%. Так как произойдет снижение уровня издержек обращения ИП «Викторов А.С.» с учетом рекомендаций на 0,29%, то прибыль от продаж возрастет на 125,39 тыс. руб. по сравнению с плановым годом и составит 2048,1 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет на 0,26% 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// Справочная правовая система «КонсультантПлюс».– Режим доступа: <http://www.consultant.ru>..

6. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия: практикум / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т; сост. Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова. – Красноярск, 2006. – 115 с.
7. Арзуманова, Т. И. Экономика организации: учебник для бакалавров / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. - М.: Дашков и К, 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. - М: Дашков и К, 2009- 276 с.
9. Берг, Т.И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли: учеб. пособие/ Т.И.Берг; Краснояр.гос.торг.-экон.ин-т.-Красноярск: КГТЭИ,2007.-138с.
- 10.Бондарь, Н.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Бондарь. – Кемерово : МАУП, 2012. – 432 с.
- 11.Васильева, Н.А. Экономика торгового предприятия / Н.А. Васильева, Н.Г. Миронов. – Москва : Высшее образование, 2011. – 191 с.
- 12.Збруев, А.А. Экономика торгового предприятия / А.А. Збруев. – Москва : Дело, 2013. – 342 с.
- 13.Иванов, Г.Г. Управление торговой организацией: учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - Москва: Инфра-М, 2013. - 368 с.
- 14.Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник / Г.Г. Иванов. - Москва: Академия, 2010 - 320 с.
- 15.Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 416 с.
- 16.Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и Ко, 2013. – 1012 с.
- 17.Смирнова, А.М. Оборот розничной торговли и товарные ресурсы торгового предприятия: сущность, методика анализа и оценка эффективности использования: конспект лекций/А.М. Смирнова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2007. – 44с.

- 18.Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб.пособие для вузов /В.А.Чернов, под ред. Проф. М.И.Баканова. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 686 с.
- 19.Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / под ред. А. Н. Соломатина. - Санкт-Петербург: Питер, 2010. - 560 с.
- 20.Экономика отрасли: торговля и общественное питания: учеб. пособие/ Е.А. Карпенко [и др.] - Москва: Альфа-М, 2008. - 224с.
- 21.Экономика предприятия (фирмы): учебник / под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2009. - 608 с.
- 22.Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина [и др.]. Москва : КНОРУС, 2012. - 298 с.
- 23.Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / под ред. Т. И. Николаевой, Н. Р. Егоровой. - 3-е изд., стер. - Москва: КНОРУС, 2008.-400с.

Информационное обеспечение анализа оборота розничной торговли [23]

Виды источников информации	Состав источников информации
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> – бухгалтерская и статистическая отчетность розничного предприятия (баланс, форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках», форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», оперативная бухгалтерская и статистическая отчетность и т. п.); – материалы аудиторских проверок, ревизий и т. п.; – служебные, докладные записки; материалы производственных совещаний и т. п.
Внешние	<ul style="list-style-type: none"> – статистические сборники и записки (информация по региону деятельности розничного предприятия об уровне цен, ставок, тарифов; об изменении основных СТЭП-факторов, определяющих условия деятельности розничного предприятия и т. п.); – материалы периодической печати; путеводителей по закупкам, ярмаркам, конференций, совещаний, отраслевые реестры (информация о конкурентном окружении розничного предприятия, о состоянии и тенденциях развития конъюнктуры товарных рынков; о прогрессивных способах и методах товародвижения и продажи товаров и т. д.); – материалы проведенных исследований товарных рынков и рынка потребительских товаров региона деятельности розничного предприятия; – результаты исследований закупок потребительских товаров и оценки конкурентоспособности основных поставщиков и покупателей товаров; – материалы исследований по активизации и оптимизации сбытовой, ценовой, рекламной и др. стратегий и политики деятельности розничного предприятия и т. д.

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	$\Delta P(\Phi P) = P_{1 \text{ фф}} - P_{0 \text{ фф}}$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения цен	$\Delta P(\text{Жц}) = P_{1 \text{ жц}} - P_{1 \text{ фф}}$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Phi P) + \Delta P(\text{Жц})$
2. влияние изменения трудовых ресурсов	
- за счет изменения численности	$\Delta P(\Delta \text{ч}) = (\text{Ч}_1 - \text{Ч}_0) \times \text{ПТГ}_0$
- за счет изменения производительности труда	$\Delta P(\Delta \text{пт}) = (\text{ПТГ}_1 - \text{ПТГ}_0) \times \text{Ч}_1$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P_{(\Delta \text{ч})} + \Delta P_{(\Delta \text{пт})} = \Delta P$
3. влияние товарного обеспечения	
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на начало периода	$P_0 = \text{ЗН}_0 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{ЗК}_0;$ $P' = \text{ЗН}_1 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{ЗК}_0;$
- изменение оборота розничной торговли за счет поступления товаров	$P'' = \text{ЗН}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_0 - \text{ЗК}_0;$ $P''' = \text{ЗН}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{ЗК}_0;$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения выбытия	$P_1 = \text{ЗН}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{ЗК}_1.$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на конец года	$\Delta P(\Delta \text{ЗН}) = P^1 - P_0;$ $\Delta P(\Delta \text{П}) = P'' - P_0;$ $\Delta P(\Delta \text{В}) = P''' - P'';$
4. влияние факторов, связанных с использованием основных фондов	
- за счет изменения среднегодовой стоимости основных фондов	$\Delta P(\Delta \text{ОФ}) = \Delta \text{ОФ} \times \Phi_0$
- за счет изменения фондоотдачи	$\Delta P(\Delta \Phi) = \Delta \Phi \times \text{ОФ}_1$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ОФ}) + \Delta P(\Delta \Phi)$
5. влияние факторов, связанных с использованием оборотных средств	
- за счет изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta P(\Delta \text{ОС}) = \Delta \text{ОС} \times \text{Ос}_0$
- за счет изменения скорости обращения	$\Delta P(\Delta \text{Ос}) = \Delta \text{Ос} \times \text{Ос}_1$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ОС}) + \Delta P(\Delta \text{Ос})$
6. влияние факторов, связанных с использованием товарных запасов	
- за счет изменения средней стоимости товарных запасов	$\Delta P(\Delta \text{ТЗ}) = \Delta \text{ТЗ} \times \text{Ос}_0$
- за счет изменения скорости обращения товарных запасов	$\Delta P(\Delta \text{Ос}) = \Delta \text{Ос} \times \text{ТЗ}_1$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{ТЗ}) + \Delta P(\Delta \text{Ос})$
7. влияние факторов, связанных с использованием торговой площади	
- за счет изменения торговой площади	$\Delta P(\Delta \text{S}) = \Delta \text{S} \times \text{Ps}_0$
- за счет изменения оборота розничной торговли на 1 кв.м.	$\Delta P(\Delta \text{Ps}) = \Delta \text{Ps} \times \text{S}_1$
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta \text{S}) + \Delta P(\Delta \text{Ps})$

Где P – объем оборота розничной торговли, тыс. руб.; $\bar{Ч}$ – среднесписочная численность работников, чел.; $ПТ$ – производительность труда работника, тыс. руб. /чел.; $Зн$ – запасы товаров на начало периода, тыс. руб.; $П$ – поступление товаров, тыс. руб.; $В$ – прочее выбытие товаров, тыс. руб.; $Зк$ – запасы товаров на конец периода, тыс. руб.; $\bar{ОС}$ – средняя стоимость оборотных средств, тыс. руб.; $Ос$ – скорость обращения оборотных средств, обороты; $\bar{TЗ}$ – средняя стоимость товарных запасов, тыс. руб.; $Ос$ – товарооборачиваемость, обороты, S – размер торговой площади

Классификация и состав товарных запасов [16]

Признаки классификации товарных запасов	Вид товарных запасов
По своему назначению	- текущие товарные запасы; - товарные запасы сезонного хранения и досрочного завоза; - товарные запасы целевого назначения.
По срокам (по отношению к плановому периоду):	- отчетные товарные запасы; - начальные (входные) товарные запасы; - конечные (выходные) товарные запасы.
По величине:	- максимальные товарные запасы (в день завоза товара); - минимальные товарные запасы (в день перед завозом товара); - средние товарные запасы.
По единицам измерения:	- в абсолютном размере (стоимостные в рублях или натуральные в килограммах, штуках); - в относительном размере (в днях, в разгах оборота).

Показатели эффективности использования товарных запасов

Показатели эффективности	Методика расчета
Время товарного обращения	$Oд = \frac{\bar{TЗ} \cdot Д}{P} = \frac{\bar{TЗ}}{\bar{P}дн.},$ <p>где $Oд$ – время товарного обращения, дней; $\bar{TЗ}$ – средний товарный запас, тыс. руб.; P – объем оборота розничной торговли, тыс. руб.; $\bar{P}дн.$ – среднедневной оборот розничной торговли, тыс. руб.; $Д$ – количество дней в периоде.</p>
Скорость товарного обращения	$Oр = \frac{P}{\bar{TЗ}}$
Средний товарный запас	$\bar{TЗ} = \frac{1/2TЗ_1 + TЗ_2 + \dots + TЗ_{n-1} + 1/2TЗ_n}{n-1},$ <p>где $TЗ_1, TЗ_2, \dots, TЗ_{n-1}, TЗ_n$ – размер товарных запасов на определенную дату, тыс. руб.; n – количество дат.</p>
Средневзвешенная товарооборачиваемость	$Oвзв = \frac{(Дн \cdot \bar{O}н) + (Дп \cdot \bar{O}п)}{100 \times 100},$ <p>где $Oвзв$ – средневзвешенная товарооборачиваемость; $Дн, Дп$ – доля непродовольственных и продовольственных товаров в общем объеме оборота, %; $\bar{O}н, \bar{O}п$ – средняя оборачиваемость непродовольственных и продовольственных товаров, дней.</p>
Уровень товарных запасов	$У_{ТЗ} = \frac{\bar{TЗ}}{P} \cdot 100,$ <p>где $У_{ТЗ}$ – уровень товарных запасов, %.</p>
Рентабельность использования товарных запасов	$R_{ТЗ} = \frac{Ппр.}{\bar{TЗ}}$ <p>где $П пр.$ – прибыль от продаж, тыс. руб.</p>
Сумма высвобожденных (вовлеченных) средств в оборот	$(Oвф - Oвн) \cdot \bar{P}дн.ф,$ <p>где $Oвф$ – время обращения товарных запасов в отчетном периоде фактическое, дней; $Oвн$ – время обращения товарных запасов в отчетном периоде нормативное, дней; $\bar{P}дн.ф$ – фактический среднедневной оборот, тыс. руб.</p>

Приложение Г

Методы планирования оборота розничной торговли



Методы планирования оборота розничной торговли (по общему объему) [6]



Основные методы планирования оборота розничной торговли (по структуре и периодам времени) [6]

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 » 05 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»

« Оборот розничной торговли предприятия: анализ и обоснование резервов
роста.»

(на материалах ИП «Викторов А.С.» город Красноярск, ул. Дачная, 37\1)

Руководитель



подпись, дата

кн. эк .наук , доцент

должность, ученая степень

Есина О.Н.

инициалы, фамилия

Студент

ЭП-12-1з

номер группы

1101161з

номер зачетной книжки



подпись, инициалы, фамилия

Губанов А.С.

Красноярск 2017