

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Ю.Л. Александров
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 20 __ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 “Экономика предприятий и организаций”

код – наименование направления

”Оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов
роста”

Научный руководитель/
руководитель _____ конд. экон. наук, доцент О.Н.Есина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ А.А. Янчук
подпись, дата инициалы, фамилия

Консультант:

_____ _____ _____
наименование раздела подпись, дата инициалы, фамилия

Нормоконтролер _____ _____
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Приложения.....71	2
ВВЕДЕНИЕ	3
1. Теоретические и методические основы анализа и планирования оборота розничной торговли	6
1.1 Оборот розничной торговли: понятие, состав, виды и их классификация.....	6
1.2 Методика анализа оборота розничной торговли	12
1.3 Методика планирования оборота розничной торговли.....	21
где $P_{пл}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового предприятия, тыс. руб.; $Y_{ВПпл}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %; $Y_{Иопл}$ – планируемый уровень издержек обращения, %.	26
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	30
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	34
Приложения.....

71

ВВЕДЕНИЕ

Количественная и качественная характеристика товарной массы, которая переходит из сферы производства в сферу потребления в соответствии с законами товарного обращения, находит свое выражение в показателях оборота розничной торговли. Экономические отношения, связанные с обменом денежных доходов на товары, выражают экономическую сущность оборота розничной торговли: оборот розничной торговли характеризует завершение процесса обращения, товары переходят в собственность потребителей, потребляются или же образуют потребительский фонд, т.е. выпадают из сферы обращения и перестают быть товарами.

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

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

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие, сущность, состав и виды оборота розничной торговли;

- изучить методику анализа и планирования оборота розничной торговли;
- исследовать товарные ресурсы торгового предприятия как основу обеспечения оборота розничной торговли;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику ООО «Электросила»;
- проанализировать динамику, общего объема и структуры оборота розничной торговли ООО «Электросила»;
- оценить влияние факторов на изменение оборота розничной торговли;
- провести анализ состояния товарных ресурсов торгового предприятия ООО «Электросила»;
- осуществить планирование общего оборота розничной торговли по общему объему, структуре и периодам года;
- экономически обосновать резервы роста оборота розничной торговли.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: А.Н. Соломатина, А.М. Смирновой, Н.Н. Терещенко и др.; законодательство Российской Федерации и ее структур; публикации в периодической печати; результаты собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа: анализа и синтеза, группировки и сравнения и других, входящих в экономико-статистические методы, а также метода экспертной оценки и методов планирования: метода средних величин и метода выравнивания динамического ряда по скользящей средней, входящих в экономико-

статистические методы, экономико-математического метода; метода получения целевой прибыли, а также методы экспертной оценки.

Предметом исследования в выпускной квалификационной работе является оборот розничной торговли. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ООО «Электросила».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 106 стр. Выпускная квалификационная работа иллюстрирована 8 рисунками; 27 таблицами; 11 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: понятие, состав, виды и их классификация.

Оборот розничной торговли относится к числу важнейших народнохозяйственных показателей. Он отражает экономические и социально-экономические процессы, происходящие в жизни страны. Оборот розничной торговли тесно связан со многими показателями развития народного хозяйства, с государственным бюджетом, денежным обращением [17].

Оборот розничной торговли — сложный и многогранный показатель. Во-первых, он характеризует объем товарной массы, перешедшей из сферы товарного обращения в сферу личного потребления [12].

Во-вторых, оборот розничной торговли, который представляет собой обмен товаров на деньги, в основном на денежные доходы населения, характеризует как денежную выручку торговли, так и сумму расходов на покупку товаров. Эта последняя складывается из части трудовых доходов населения, заработной платы, доходов колхозников и т. п., а также из общественных фондов потребления — пенсий, стипендий, денежных льгот и выплат и других источников [8].

В соответствии с дополнениями и изменениями к инструкции по заполнению унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения №№ П-1, П-2, П-3, П-4, П-5 (м) 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].

Исходя из выше приведенных определений сделаем следующее обобщение - оборот розничной торговли представляет собой выручку от продажи товаров непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.

В оборот розничной торговли также включаются [5]:

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

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

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

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

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

-стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;

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

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

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

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

-стоимость проданной порожней тары.

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

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

Не включаются в оборот розничной торговли:

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

-стоимость объектов недвижимости;

-стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

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

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

Объектами оборота розничной торговли являются потребительские товары, а субъектами выступают продавцы и покупатели этих товаров. К покупателям относится население, к продавцам относятся:

- юридические лица, осуществляющие розничную торговлю и общественное питание, для которых торговля является основной

- юридические лица, осуществляющие розничную торговлю и общественное питания, для которых торговля является неосновной

- физические лица, осуществляющие розничную торговлю на вещевых, смешанных и продовольственных рынках

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

Все показатели оборота розничной торговли взаимосвязаны между собой. В свою очередь они влияют на показатели использования ресурсов и на финансовый результат предпринимательской деятельности. Можно выделить два направления этого анализа: во-первых, изучение балансовой увязки всех показателей оборота розничной торговли и, во-вторых, выявление доли экстенсивных и интенсивных факторов в развитии торговли [17].

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

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

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

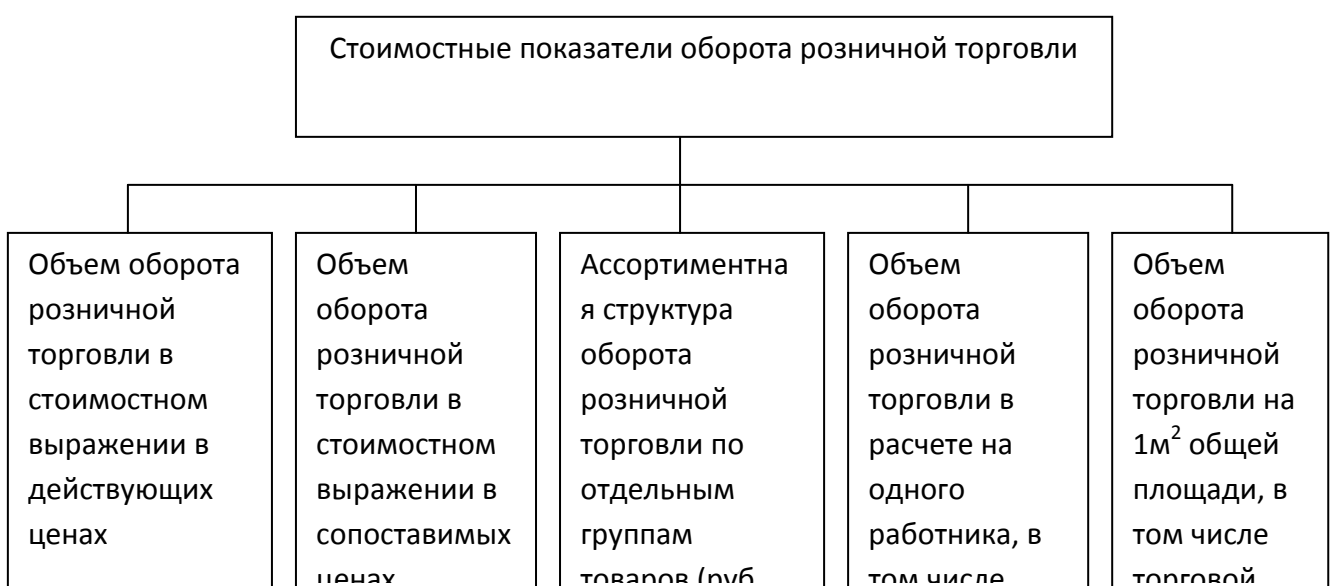


Рисунок 1.1 – Стоимостные показатели оборота розничной торговли [17]

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

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

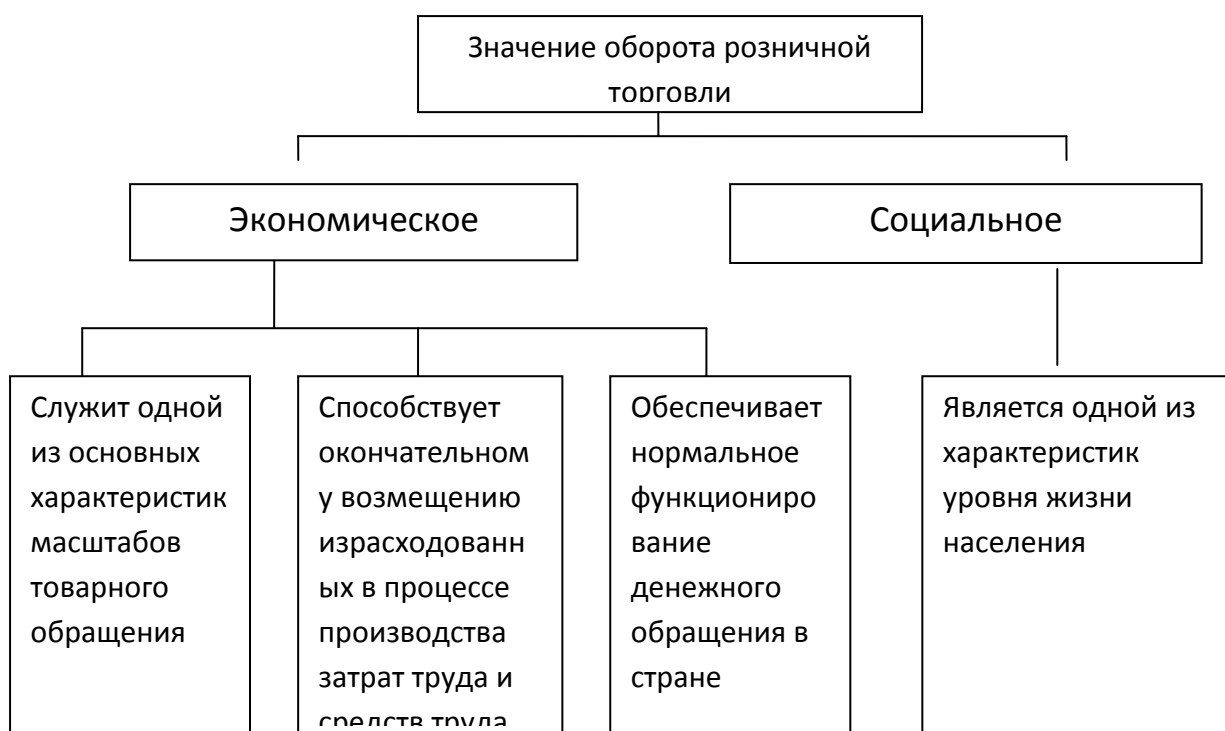


Рисунок 1.2 - Значение оборота розничной торговли [23].

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

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

1.2 Методика анализа оборота розничной торговли

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

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

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

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

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

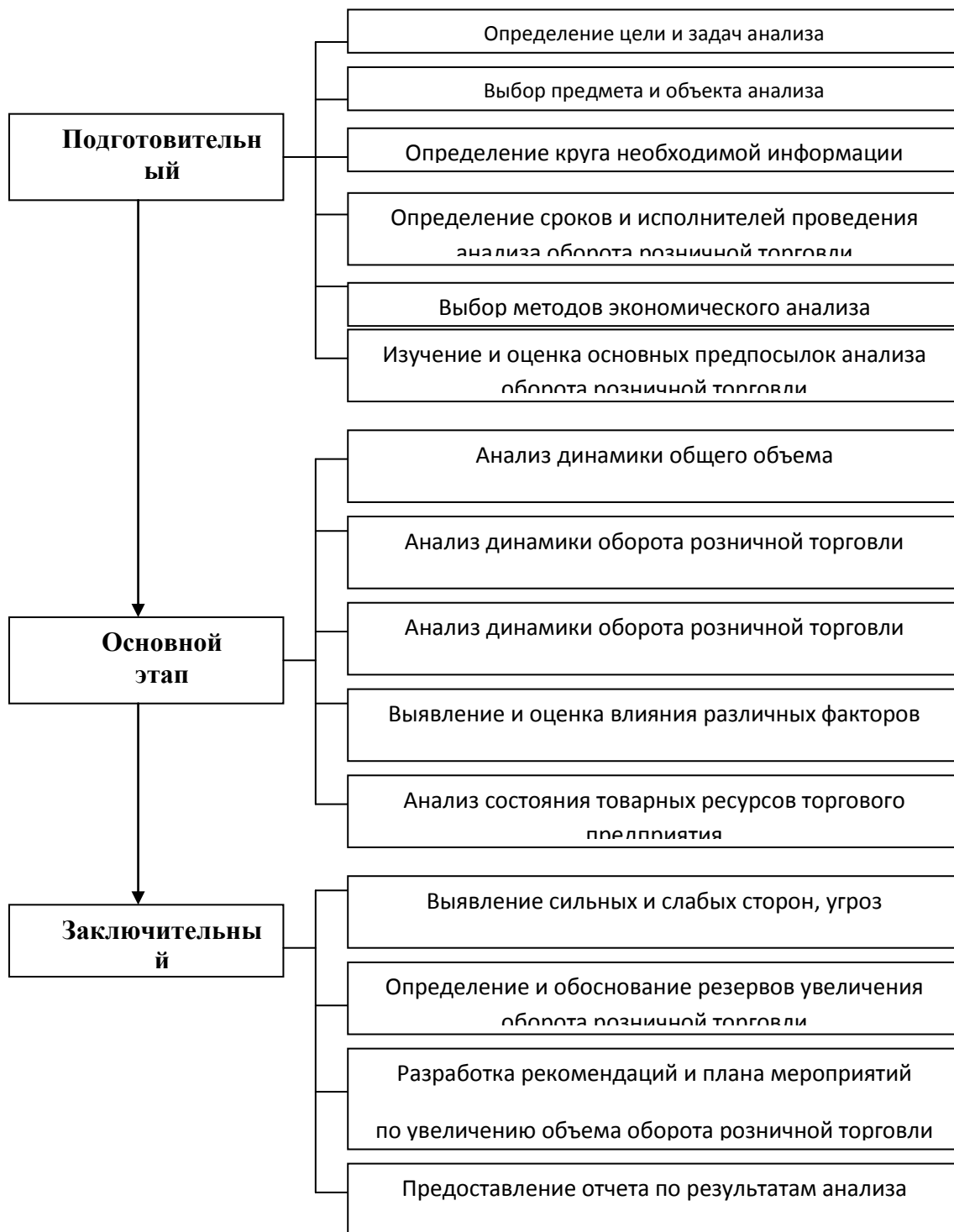


Рисунок 1.3 - Характеристика этапов анализа оборота розничной торговли предприятия [6]

- 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 (Kp) рассчитывается по следующим формулам:

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

где V – коэффициент вариации, %;

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

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

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

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

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

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

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

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2 \cdot P_{0i}}{\sum P_{0i}}}, \quad (8)$$

где x_i – темп изменения оборота розничной торговли по отдельным временным периодам, %; \bar{x} – средний темп изменения оборота по общему объему, %; P_{0i} – базисное значение оборота за период, тыс. руб.

Для оценки распределения оборота розничной торговли по отдельным месяцам и кварталам отчетного года целесообразно также осуществлять расчет индексов сезонности (I_c), которые рассчитываются по следующей формуле

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Таблица 1.2 – Факторный анализ оборота розничной торговли предприятия торговли

Фактор	Методика расчета
1. влияние изменения цен и физического объема оборота	
- изменение оборота за счет физического оборота розничной торговли	$\Delta P(\Phi P) = P_{1\text{оц}} - P_{0\text{оц}}$ (12)
-изменение оборота розничной торговли за счет изменения цен	$\Delta P(\text{Jц}) = P_{1\text{дц}} - P_{1\text{оц}}$ (13)
-изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Phi P) + \Delta P(\text{Jц})$ (14)
2. влияние изменения трудовых ресурсов	
-за счет изменения численности	$\Delta P(\Delta \text{ч}) = (\text{Ч}_1 - \text{Ч}_0) \times \text{ПТ}_0$ (15)
-за счет изменения производительности труда	$\Delta P(\Delta \text{пт}) = (\text{ПТ}_1 - \text{ПТ}_0) \times \text{Ч}_1$ (16)
-изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P_{(\Delta \text{ч})} + \Delta P_{(\Delta \text{пт})} = \Delta P$ (17)
3. влияние товарного обеспечения	

Продолжение таблицы 1.2

Фактор	Методика расчета
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на начало периода	$P_0 = \text{Зн}_0 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$ $P^I = \text{Зн}_1 + \text{П}_0 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$ $P^{II} = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_0 - \text{Зк}_0;$
- изменение оборота розничной торговли за счет поступления товаров	$P^{III} = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{Зк}_0;$ $P_1 = \text{Зн}_1 + \text{П}_1 - \text{В}_1 - \text{Зк}_1.$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения выбытия	$\Delta P(\Delta \text{Зн}) = P^I - P_0;$ $\Delta P(\Delta \text{П}) = P^{II} - P_0;$
- изменение оборота розничной торговли за счет изменения запасов товаров на конец года	$\Delta P(\Delta \text{В}) = P^{III} - P^{II};$ $\Delta P(\Delta \text{Зк}) = P_1 - P^{III}.$

4. влияние факторов, связанных с использованием основных фондов		
- за счет изменения среднегодовой стоимости основных фондов	$\Delta P(\Delta OF) = \Delta OF \times \Phi_0$	(18)
- за счет изменения фондоотдачи	$\Delta P(\Delta \Phi) = \Delta \Phi \times OF_1$	(19)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta OF) + \Delta P(\Delta \Phi)$	(20)
5. влияние факторов, связанных с использованием оборотных средств		
- за счет изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta P(\Delta OC) = \Delta OC \times OC_0$	(21)
- за счет изменения скорости обращения	$\Delta P(\Delta OC) = \Delta OC \times OC_1$	(22)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta OC) + \Delta P(\Delta OC)$	(23)
6. влияние факторов, связанных с использованием		
- за счет изменения средней стоимости товарных запасов	$\Delta P(\Delta TZ) = \Delta TZ \times OC_0$	(24)
- за счет изменения скорости обращения товарных запасов	$\Delta P(\Delta OC) = \Delta OC \times TZ_1$	(25)
- изменение оборота розничной торговли всего	$\Delta P = \Delta P(\Delta TZ) + \Delta P(\Delta OC)$	(26)
7. влияние факторов, связанных с использованием торговой площади		
- за счет изменения торговой площади	$\Delta P(\Delta S) = \Delta S \times Ps_0$	(27)
- за счет изменения оборота розничной торговли на 1 м ²	$\Delta P(\Delta Ps) = \Delta Ps \times S_1$	(28)
- изменение оборота розничной торговли	$\Delta P = \Delta P(\Delta S) + \Delta P(\Delta Ps)$	(29)

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

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

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

Планирование осуществляется в несколько этапов (табл. 1.3)

Таблица 1.3 - Этапы планирования оборота розничной торговли [6]

Название этапа	Характеристика этапа планирования
I. Предварительный этап	1.1. Определение цели и задач планирования
	1.2. Выбор источников информации, необходимой для планирования
	1.3. Выбор методов планирования оборота розничной торговли
	1.4. Изучение экономических предпосылок планирования оборота розничной торговли
II. Основной этап	2.1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему выбранными методами планирования
	2.2. Планирование оборота розничной торговли по структуре
	2.3. Планирование оборота розничной торговли по периодам

	времени
III. Заключительный этап	3.1. Выявление резервов роста оборота розничной торговли и совершенствование его структуры и состава
	3.2. Разработка программы мероприятий по увеличению объема оборота розничной торговли и совершенствование его состава и структуры

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

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

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

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

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

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

- финансирования прироста основных фондов;
- финансирования собственных оборотных средств;
- создания финансовых резервов;
- погашения кредитов;
- приобретения ценных бумаг;

- уплаты налогов и других отчислений из чистой прибыли;
- поощрения и социального развития коллектива;
- других целей.

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

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

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

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

или

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

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

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

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

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

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

Отсюда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле

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

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

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

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

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

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

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

Тогда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия

определяется по следующей формуле:

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

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

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

II этап – выбор математического уравнения, отражающего эту зависимость;

III этап – нахождение параметров данного уравнения;

IV этап – планирование товарооборота на основе выбранного уравнения;

V этап – расчет ошибки плана.

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

Данный метод можно использовать на всех уровнях деятельности предприятия торговли.

Метод экспертных оценок. Суть данного метода заключается в привлечении к планированию оборота розничной торговли группы экспертов из 5-10 представителей производителей товаров, работников предприятий торговли и общественного питания, экономистов, бухгалтеров, маркетологов и т. п. Эксперты должны отличаться высокой квалификацией, широким кругозором; быть независимыми в суждениях, иметь большой стаж и опыт работы в данной области.

Наиболее часто при планировании товарооборота используют методы коллективных экспертных оценок, такие, как метод Дельфи, метод мозговой атаки[25].

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):

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

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{Ппр_{пл}}{Y_{ВПпл} - Y_{ИОпл}} \cdot 100, \quad (39)$$

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

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

При обосновании плана оборота розничной торговли важно обеспечить более высокие темпы роста продажи товаров населению по сравнению с темпами роста его денежных доходов, что позволит повысить

процент охвата оборотом розничной торговли денежных доходов населения или покупательных фондов населения.

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

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):

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

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.

$$\bar{P}_{с.}^{1кв} = P_{кв.пл.} \cdot J_{с}^{1кв}, \quad (41)$$

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

Расчет индексов сезонности (I_c), осуществляется по следующей формуле

$$I_c = \frac{\bar{P}i}{\bar{P}}, \quad (42)$$

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.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}i}{4 \text{ или } 12}. \quad (43)$$

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

$$P_{нл.}^{1тов.гр} = \frac{P_{нл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в.}^{тов.гр.}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (44)$$

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:

$$K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (45)$$

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:

$$P_{i_{пл}} = P_{i_1} \times \frac{100 + T_{пр} \cdot K_{эл}}{100} \quad (56)$$

где $P_{i_{пл}}$ – оборот розничной торговли по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.; $T_{пр}$ – плановый темп прироста оборота по общему объему, %.

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

На заключительном этапе планирования оборота розничной торговли на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизации его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения объема оборота розничной торговли разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту его объема и рационализации состава и структуры.

Изучение оборота розничной торговли как основного показателя деятельности торгового предприятия позволит провести анализ оборота розничной торговли ООО «Электросила» во второй главе выпускной квалификационной работы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы была проведена оценка перспектив роста оборота розничной торговли ООО «Электросила». Проведенный анализ в свою очередь позволяет сделать ряд выводов:

- деятельность ООО «Электросила» в отчетном году можно признать успешной. Отмечается рост оборота розничной торговли, чистой прибыли и рентабельности конечной деятельности предприятия, что свидетельствует об эффективном использовании ресурсов предприятия;

- 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 4302 тыс. руб.;

- в целом прирост оборота розничной торговли происходил равномерно, об этом свидетельствует коэффициент равномерности – 95,71%;

- 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 квартал. Полученные показатели целесообразно использовать для внутриквартального планирования годового оборота торговли;

- рост оборота розничной торговли в отчетном периоде был достигнут преимущественно за счет роста цен, что отрицательно характеризует деятельность предприятия;

- негативное влияние на оборот розничной торговли по себестоимости оказало увеличение товарных запасов на конец, благодаря данному фактору было недополучено торговой выручки на сумму 1728 тыс. руб. соответственно;

- в динамике растет доля поставок от компаний - производителей (в отчетном году данная доля выросла почти на 3,26%), которые занимают значительный удельный вес в поставках товара (63,02 % в отчетном году);

- положительное влияние на изменение объема оборота розничной торговли оказало изменение товарных запасов на начало года. Увеличение поступления на 6828 тыс.руб. или 6,71% также способствовало увеличению оборота розничной торговли по себестоимости;

- в анализируемом периоде время товарного обращения замедлилось с 67,15 до 68,40 дней. Это отрицательный момент в работе предприятия, способствующий вовлечению в оборот финансовых средств.

Проведем планирование оборота розничной торговли на основе следующих методов: экономико-статистического метода, а именно по среднегодовым темпам роста и выравнивание динамического ряда по скользящей средней, экономико-математического метода, а также методом получения целевой прибыли и экспертным методом.

Планирование оборота розничной торговли вышеперечисленными методами показало, что минимальный объем оборота розничной торговли на планируемый год был рассчитан с помощью экономико-математического метода (156907,37 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 2 квартал – 12678,66 тыс. руб., наименьший на 1 квартал – 10211,34 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли ООО «Электросила» в планируемом периоде займет товарная группа «перфораторы» – 10,0% или 15818,73 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «насосы» и «генераторы» – 2,5% или 3954,7 тыс. руб.

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

1) расширение ассортимента электроинструментов за счет введения в ассортимент триммеров. Для определения возможного объема продаж по каждому наименованию, на предприятии было проведена в течение 30 дней пробная реализация указанных наименований продукции

Резерв роста оборота розничной торговли за год составит 7420 тыс. руб.

2) Мероприятием по увеличению оборота розничной торговли является также внедрение системы ценовых скидок (дисконтных карт).

Кроме стимулирования за счет скидок, они выполняют еще одну важную функцию - внедрение в сознание покупателя торговой марки. Дисконтные карты предлагается вручать всем покупателям, совершившим покупку от 10 тыс. руб., размер скидки составляет 5%.

Прирост оборота розничной торговли составит 994 (тыс. руб.). Сумма прибыли от продаж станет равна 82,94 (тыс. руб.).

Предложенные рекомендации приведут к росту оборота розничной торговли на 5,32% по сравнению с планируемым годом и на 11,65% по сравнению с отчетным годом.

Валовая прибыль увеличится соответственно на 4,60% и 10,88%. В связи с тем что издержки обращения ООО «Электросила» будут расти более медленными темпами по сравнению с валовой прибылью, прибыль от продаж возрастет на 1715,25 тыс. руб. по сравнению с планируемым годом и составит 11475,41 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет на 0,72% по сравнению с отчетным годом.

Таким образом, внедрение предложенных мероприятий по расширению ассортимента и проведению рекламной компании приведет к увеличению оборота розничной торговли на 8164 тыс. руб. или 5,16% 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. Баженов, Ю.К. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов/ Ю.К. Баженов - Москва: Экономика, 2014. - 238 с.
10. Бондарь, Н.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Бондарь. – Кемерово : МАУП, 2012. – 432 с.
11. Иванов, Г.Г. Управление торговой организацией: учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. - Москва: Инфра-М, 2013. - 368 с.
12. Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник / Г.Г. Иванов. -Москва: Академия, 2010 - 320 с.
13. Ерохина, Л.И. Экономика предприятия (в сфере товарного обращения): учебник / Л.И. Ерохина, Е.В. Башмачникова, Т.И. Марченко. - Москва: КНОРУС, 2009.-304с.
14. Лысенко, Ю.В. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / Ю.В. Лысенко, М.В. Лысенко – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 416 с.
15. Пястолов, С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / С.М. Пястолов. - 9-е изд., перераб. и доп. - Москва: Академия, 2011. - 384 с.
16. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2011. – 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 - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.- 68 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.

Цель и задачи анализа оборота розничной торговли [8]

Определение	Сущность
Цель анализа оборота розничной торговли	изучение возможностей его увеличения и максимизации прибыли на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.
Задачи анализа оборота розничной торговли	<ul style="list-style-type: none">— изучение основных факторов, определяющих условия деятельности розничного предприятия и развития его товарооборота;— 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 розничного оборота и повышения рентабельности деятельности предприятия в целом.

Информационное обеспечение анализа оборота розничной торговли [23]

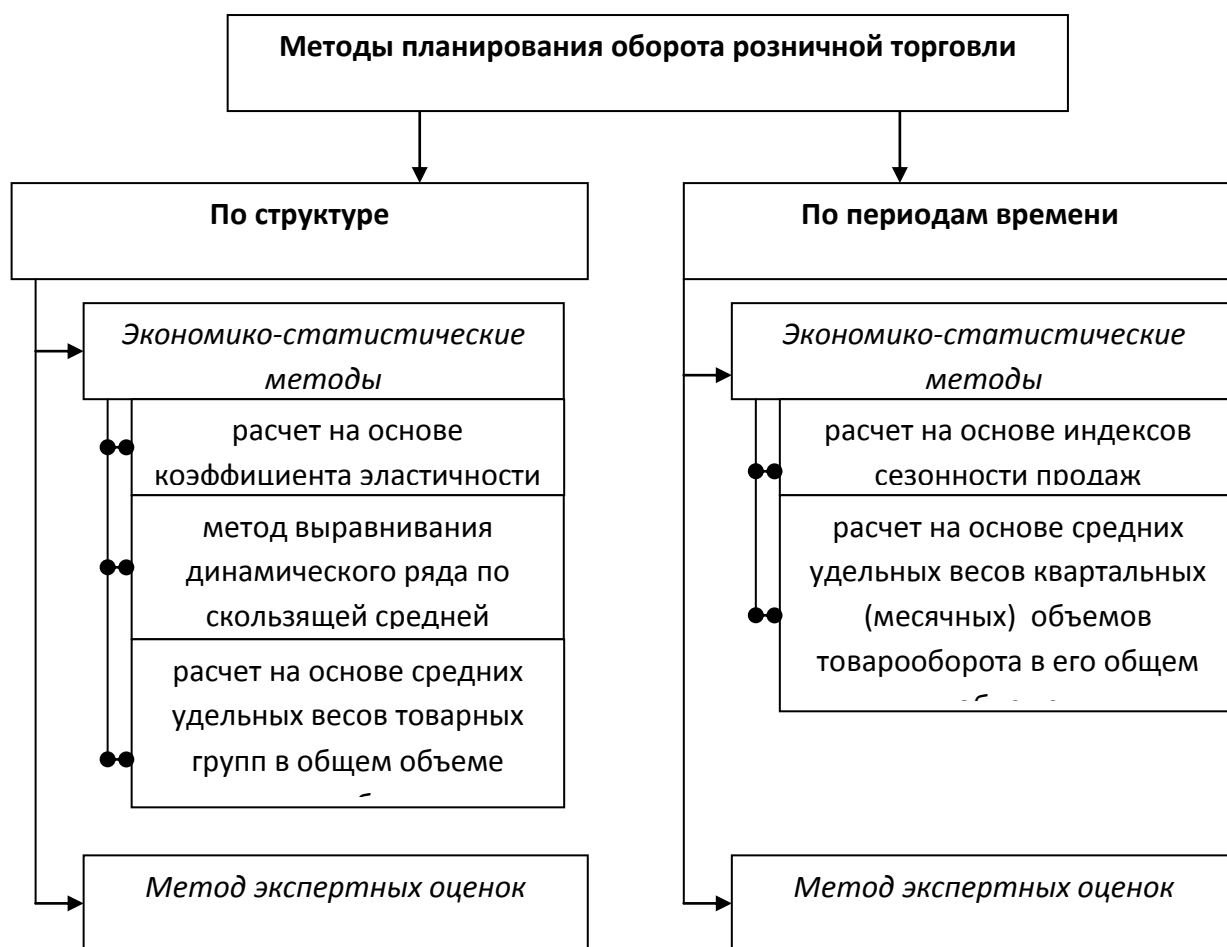
Виды источников информации	Состав источников информации
Внутренние	<ul style="list-style-type: none"> — бухгалтерская и статистическая отчетность розничного предприятия (баланс, форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках», форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», оперативная бухгалтерская 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.
--	---

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 » 06 20 17 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

код – наименование направления

”Оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов
роста”

Научный руководитель
руководитель



подпись, дата

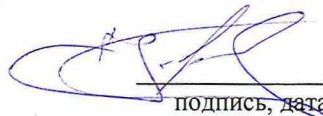
конд. экон. наук, доцент

должность, ученая степень

О.Н.Есина

инициалы, фамилия

Выпускник



подпись, дата

ЭП-12-13

группа

А.А. Янчук

инициалы, фамилия

Красноярск 2017