

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль «Экономика предприятий и организаций»

код, направление и профиль подготовки

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое

обоснование резервов роста

Руководитель _____
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук
должность, ученая степень

Э.А. Батраева
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

ЭП 12-1
группа

И.Д. Мартынов
инициалы, фамилия

Красноярск 2016

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов роста» содержит 96 страниц текстового документа, 6 приложений, 25 использованных источников.

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, АНАЛИЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ, РЕКОМЕНДАЦИЯ И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

Объект бакалаврской работы – предприятие ОАО «Енисейская торговая компания».

Цель бакалаврской работы: экономическое обоснование оборота розничной торговли на основе его анализа на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания».

Задачи бакалаврской работы: изучить сущность и виды оборота розничной торговли на предприятии; рассмотреть методику анализа и планирования оборота розничной торговли на предприятии; провести анализ оборота розничной торговли на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»; провести планирование оборота розничной торговли на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»; обосновать введенное мероприятие, направленное на увеличение оборота розничной торговли на рассматриваемом предприятии.

В результате проведенного исследования были получены основные результаты: проведен анализ оборота розничной торговли, выявлены факторы, влияющие на оборот розничной торговли, проведено планирование оборота розничной торговли, предложено практическое мероприятие по увеличению оборота розничной торговли.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Оборот розничной торговли предприятия: сущность и виды

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

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

Объем и тенденции изменения оборота розничной торговли в значительной степени характеризуют собой уровень жизни населения. Именно через оборот розничной торговли реализуются доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством затраченного труда. Это находит выражение в динамике развития оборота розничной торговли и его доли в фонде потребления. [16]

В соответствии с порядком заполнения и предоставления унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения: № П-1, П-2, П-3, П-4, П-5, утвержденными постановлениями федеральной службы государственной статистики от 26.10.2015 года №498 в составе розничного товарооборота выделяется оборот розничной торговли и товарооборот общественного питания. [6]

По строке 22 показывается оборот розничной торговли, который представляет собой выручку от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт (электронных денег).

В оборот розничной торговли также включаются:

- 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;
- стоимость товаров, проданных при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет 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.

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 и т.п.) и индивидуальным предпринимателям. [6]

В соответствии с существующими формами статистической отчетности оборот розничной торговли можно классифицировать по следующим признакам. Они представлены ниже, в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Классификация видов оборота розничной торговли [16]

Признак классификации	Виды оборота розничной торговли
1. В зависимости от формы собственности	1.1 Оборот государственной розничной торговли
	1.2 Оборот негосударственной розничной торговли
2. В зависимости от формы расчета	2.1 Налично-денежный оборот
	2.2 Безналичный оборот
	2.3 Оборот по продаже товаров в кредит
3. По составу	3.1 Оборот торгующих организаций, предприятий
	3.2 Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынков
4. По структуре	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 времени изучения	7.1 Фактический оборот розничной торговли
	7.2 Ожидаемый оборот розничной торговли
	7.3 Плановый оборот розничной торговли
	7.4 Прогнозируемый оборот розничной торговли

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

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

Оборот розничной торговли приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи. [6]

В процессе розничной реализации товары полностью переходят из сферы обращения в сферу потребления. В качестве продавцов выступают, как правило, организации розничной торговли: магазины, аптеки, палатки, павильоны и киоски. Однако место, где совершается купля-продажа товаров, не является важным моментом в экономической характеристике оборота розничной торговли. Продажа потребительских товаров для личного потребления может производиться также на продовольственных и непродовольственных рынках, со складов предприятий-изготовителей и оптовых предприятий, на аукционах и т.д.

Признак, характеризующий статус продавца, - не главный или единственный при отнесении реализации к обороту розничной торговли. Главными являются цели приобретения товаров – для личного или производственного потребления. Поэтому в последнее время, в состав оборота розничной торговли включается также продажа товаров организациям, через которые осуществляется совместное потребление товаров. К таким организациям относят: санатории и дома отдыха, больницы, детские сады и ясли, дома для пожилых людей. [17]

По своей сущности оборот розничной торговли – показатель синтетический, поскольку он складывается из отдельных актов купли-

продажи, продаж отдельных товаров, оборота розничной торговли всех фирм или всех регионов. Общий объем оборота розничной торговли равен произведению реализованного количества товаров каждого наименования на цену за единицу товара.

Как экономический показатель, оборот розничной торговли имеет ряд недостатков, его рост не всегда означает действительное удовлетворение спроса. Например, при росте объема реализации в стоимостных показателях может наблюдаться его снижение в натуральном выражении. [21]

Структура и объем оборота розничной торговли характеризуют уровень потребления товаров населением, рост или снижение благосостояния населения. Посредством розничной продажи оказывается постоянное воздействие на развитие объема и структуры производства товаров народного потребления: увеличение производства недостающих товаров или сокращение производства тех товаров, которые не пользуются спросом у покупателей. [22]

Обобщая вышеизложенный материал, можно сформулировать следующие тезисы:

- оборот розничной торговли – это стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков и т.д.;
- состав оборота розничной торговли торговой организации, классифицируется по видам продаж;
- ассортиментный состав проданных товаров по группам или отдельным товарным наименованиям характеризует структуру оборота розничной торговли и является его качественной характеристикой;
- оборот розничной торговли используется для определения мощности торгового предприятия, так как по его величине можно судить об объеме его деятельности, характеристики эффективности использования ресурсов организации и общей суммы расходов на реализацию товаров.

1.2 Методика анализа оборота розничной торговли в современных условиях

Методику анализа оборота розничной торговли можно разделить на три основных этапа:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

I. Подготовительный этап

1. Постановка целей и задач анализа оборота розничной торговли.

Цели анализа оборота розничной торговли:

- изучение возможностей увеличения оборота розничной торговли и максимизации прибыли;
- определение основных факторов, влияющих на увеличение оборота розничной торговли.

Задачи анализа оборота розничной торговли:

- оценка объема и структуры оборота розничной торговли;
- оценка оборота розничной торговли в динамике (за ряд лет, по кварталам, по месяцам);
- оценка ассортимента оборота розничной торговли (по товарным группам, по товарным позициям);
- расчет и обоснование объема оборота розничной торговли на основе изучения спроса;
- выявление резервов роста оборота розничной торговли и оптимизации его структуры.

2. Выбор предмета и объекта анализа оборота розничной торговли.

Предметом анализа является оборот розничной торговли.

Объектом анализа является предприятие ОАО «Енисейская торговая компания».

3. Определение информационной базы для анализа оборота розничной торговли.

Данный этап крайне важен для экономиста. От него зависит правильность расчетов анализируемой величины оборота розничной торговли. На практике, информационной базой для анализа служат данные годового и периодических отчетов. Например: статистическая отчетность, бухгалтерская отчетность, данные отдела кадров, акты ревизий, проверок и т.д. [20]

4. Выбор методов анализа оборота розничной торговли.

При анализе оборота розничной торговли чаще всего используются метод сравнения и метод группировки. Данные методы анализа являются достаточно простыми в освоении и поэтому, активно используются на практике. Однако выбор методов анализа напрямую зависит от компетентности того, кто их использует.

II. Основной этап

1. Анализ динамики оборота розничной торговли по группам товаров за ряд лет. (продовольственные товары и непродовольственные)

2. Расчет средневзвешенных индексов цен.

Используемая формула:

$$J_{\text{ср.ц}} = (J_{\text{прод.}} + J_{\text{непрод.}}) / 2 \quad (1.1)$$

3. Анализ динамики общего объема оборота розничной торговли за ряд лет.

Используемая формула:

$$\text{ОРТ}_{\text{соп.}} = \frac{\text{ОРТ}_{\text{действ.}}}{\text{Иц.}} \quad (1.2)$$

4. Анализ оборота розничной торговли по кварталам и месяцам.

5. Расчет равномерности развития оборота розничной торговли.

Используемая формула:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{X}) * (x - \bar{X})}{n}} \quad (1.3)$$

6. Расчет индексов сезонности оборота розничной торговли по месяцам.

Используемая формула:

$$J_c = \frac{ОРТ_i}{ОРТ} \quad (1.4)$$

7. Анализ оборота розничной торговли по ассортименту.

Используемая формула:

$$d(ОРТ_{i-я\ группа}) = \frac{ОРТ(i-я\ группа)}{ОРТ} * 100 \quad (1.5)$$

8. Расчет коэффициента абсолютных структурных сдвигов в обороте розничной торговли.

Используемая формула:

$$Ka.c.c. = \sum_{i=1}^n \frac{|f_i - f_i^0|^2}{n} \quad (1.6)$$

9. Анализ оборота розничной торговли по товарным группам за ряд лет.

10. Анализ влияния цен и физического объема продаж на изменение оборота розничной торговли.

11. Анализ влияния трудовых ресурсов на изменение оборота розничной торговли.

Используемые формулы:

$$\Delta ОРТ(\Delta Ч) = (Ч_1 - Ч_0) * ПТ_0 \quad (1.7)$$

$$\Delta ОРТ(\Delta ПТ) = (ПТ_1 - ПТ_0) * Ч_1 \quad (1.8)$$

12. Анализ влияния факторов товарного обеспечения на изменение оборота розничной торговли.

Используемая формула:

$$ОРТ_{себ.} = ТЗ_н + П - ТЗ_к - В \quad (1.9)$$

13. Анализ влияния изменения стоимости товарных запасов и эффективности их использования на изменение оборота розничной торговли.

Используемые формулы:

$$\Delta ОРТ(\Delta ТЗ) = (ТЗ_1 - ТЗ_0) * c_0 \quad (1.10)$$

$$\Delta \text{ОРТ}(c) = (c_1 - c_0) * TЗ_1 \quad (1.11)$$

14. Анализ влияния изменения стоимости оборотных средств и эффективности их использования на изменение оборота розничной торговли.

Используемые формулы:

$$\Delta \text{ОРТ}(\Delta \text{ОС}) = (\text{ОС}_1 - \text{ОС}_0) * c_0 \quad (1.12)$$

$$\Delta \text{ОРТ}(c) = (c_1 - c_0) * \text{ОС}_1 \quad (1.13)$$

15. Анализ влияния изменения торговой площади и эффективности ее использования на изменение оборота розничной торговли.

Используемые формулы:

$$\Delta \text{ОРТ}(\Delta S) = (S_1 - S_0) * \text{ОРТ}_{(M)0} \quad (1.14)$$

$$\Delta \text{ОРТ}(c) = (\text{ОРТ}_{(M)1} - \text{ОРТ}_{(M)0}) * \text{ОС}_1 \quad (1.15)$$

16. Анализ влияния изменения стоимости основных фондов и эффективности их использования на изменение оборота розничной торговли.

Используемые формулы:

$$\Delta \text{ОРТ}(\Delta S) = (\text{ОФ}_1 - \text{ОФ}_0) * \Phi_{00} \quad (1.16)$$

$$\Delta \text{ОРТ}(c) = (\Phi_{01} - \Phi_{00}) * \text{ОФ}_1 \quad (1.17)$$

17. Анализ товарного обеспечения оборота розничной торговли.

18. Анализ эффективности использования товарных запасов.

Используемые формулы:

$$\overline{TЗ} = (TЗ_н + TЗ_к) / 2 \quad (1.18)$$

$$C_{\text{обр.}} = \text{ОРТ} / t_{\text{обр.}} \quad (1.19)$$

III. Заключительный этап

Заключительный этап включает в себя:

- выявление резервов роста оборота розничной торговли;
- разработку мероприятий, направленных на увеличение оборота розничной торговли. [16]

Методика анализа оборота розничной торговли осуществляется с помощью методов анализа. Это означает, что в процессе анализа, могут быть использованы различные методы анализа, но которые будут дополнять друг друга, а не противоречить.

1.3 Методика и методы планирования оборота розничной торговли предприятия и пути его увеличения

Методику планирования оборота розничной торговли можно разделить на три основных этапа:

- подготовительный;
- основной;
- заключительный.

I. Подготовительный этап

1. Постановка целей и задач планирования оборота розничной торговли.

Цели планирования оборота розничной торговли:

- экономическое обоснование оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса, потребностями рынка и возможностями предприятия;
- приведение структуры оборота розничной торговли в соответствии с изменениями спроса и предложения;
- обеспечение рационального распределения планируемого оборота розничной торговли во времени и пространстве.

Задачи планирования оборота розничной торговли:

- определение потребностей существующих и потенциальных потребителей;
- оценка спроса потребителей;
- изучение товарного предложения на рынке и тенденций его развития;
- расчет и обоснование объема оборота розничной торговли на основе изучения спроса;
- выявление резервов роста оборота розничной торговли и оптимизации её структуры и состава. [9]

2. Выбор предмета и объекта планирования.

Предметом планирования является оборот розничной торговли.

Объектом планирования является предприятие ОАО «Енисейская торговая компания».

3. Определение информационной базы для планирования оборота розничной торговли.

Этот этап крайне важен для экономиста. От него зависит правильность расчетов планируемой величины оборота розничной торговли. На практике, информационной базой для планирования служат данные годового и периодических отчетов. Например: статистическая отчетность, бухгалтерская отчетность, данные отдела кадров, акты ревизий, проверок и т.д.

4. Выбор методов планирования оборота розничной торговли.

При планировании оборота розничной торговли следует понимать, что одним методом не обойтись. Обычно экономисты рассчитывают параллельно несколькими методами, чтобы выбрать именно тот, результаты которого устраивает действующее руководство предприятия. Но, использование метода планирования сопровождается имеющейся информацией о показателях. То есть, при определенном ограничении в информации, экономист не может использовать любой из методов, а только тот, который подходит. [23]

Кратко рассмотрен подготовительный этап планирования оборота розничной торговли. На практике, данный этап намного объемнее. Но, самое главное, что данный этап является плацдармом для следующих этапов.

II. Основной этап

1. Планирование оборота розничной торговли по общему объему.

1.1 Анализ динамики общего объема оборота розничной торговли за ряд лет.

Используемая формула:

$$\text{ОРТ}_{\text{соп.}} = \frac{\text{ОРТ}_{\text{действ.}}}{\text{Иц.}} \quad (1.20)$$

1.2 На основании проведенного анализа, рассчитывается $\text{ОРТ}_{\text{пл.}}$.

2. Планирование оборота розничной торговли по составу и структуре.

2.1 Анализ оборота розничной торговли в ассортиментном разрезе за анализируемый период.

Используемая формула:

$$d(\text{ОРТ}_{i\text{-я группа}}) = \frac{\text{ОРТ}(i\text{-я группа})}{\text{ОРТ}} * 100 \quad (1.21)$$

2.2 На основании проведенного анализа, рассчитывается $\text{ОРТ}_{\text{пл.}}$.

3. Планирование оборота розничной торговли по периодам года.

3.1 Определяется среднеквартальный оборот розничной торговли будущего года.

$$\overline{\text{ОРТ}}_{\text{пл.кв}} = \frac{\text{ОРТ}_{\text{пл.}}}{4} \quad (1.22)$$

3.2 Определяются индексы сезонности на будущий год.

$$J_c = \frac{\text{ОРТ}_i}{\text{ОРТ}} \quad (1.23)$$

3.3 Планируется оборот розничной торговли по периодам года.

$$\text{ОРТ}_{\text{пл.}}^{1\text{кв}} = \text{ОРТ}_{\text{пл.}} * J_c^{1\text{кв}} \quad (1.24)$$

4. Планирование и нормирование товарных запасов.

4.1 Расчет нормы товарных запасов по группам товаров по элементам и в целом по предприятию.

4.2 Расчет норматива товарных запасов по группам товаров и в целом по предприятию.

4.3 Определение прироста норматива товарных запасов текущего хранения будущего года по сравнению с нормативом товарных запасов текущего хранения текущего года.

4.4 Определение норматива товарных запасов по периодам года.

5. Расчет товарного обеспечения оборота розничной торговли на будущий год.

Задачей планирования товарного обеспечения является обеспечение соответствия между оборотом розничной торговли и товарными запасами по общему объему и структуре. [25]

5.1 Расчет потребности предприятия в товарных ресурсах необходимых для обеспечения планируемой реализации товаров. На этом этапе учитывается состояние товарных запасов на начало будущего года.

5.2 Необходимость их пополнения до норматива и в связи с изменениями оборота розничной торговли.

5.3 Ресурсы необходимые для возмещения потерь от естественной убыли и уценки товаров.

$$П_{пл.} = P_{пл.} + Z_{к.пл.} + B_{пл.} - Z_{н.пл.} \quad (1.25)$$

III. Заключительный этап

1. Выявление резервов роста оборота розничной торговли и совершенствование его структуры и состава.

2. Обоснование размера прироста оборота розничной торговли в разрезе отдельных ассортиментных групп.

3. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оборота розничной торговли и контроль над его выполнением.

Методика планирования оборота розничной торговли осуществляется с помощью методов планирования. Это означает, что для каждого подпункта в методике можно применять только определенные методы планирования. [15]

Необходимо отметить, что методика планирования оборота розничной торговли в современных условиях меняется от ряда факторов:

- наличие профессиональных знаний в экономике для того, кто осуществляет процесс планирования;
- наличие доступа к достоверным внутренним источникам предприятия, не допуская при этом придумывания чисел;
- наличие научно-оснащенного помещения, которое предназначено именно под занятие научной деятельностью.

Следующим этапом в главе 1.3 данной бакалаврской работы является характеристика методов планирования оборота розничной торговли предприятия в современных условиях.

Методы планирования оборота розничной торговли подразделяются на:

- экономико-статистические методы;
- экономико-математические методы;

- балансовый метод;
- нормативный метод;
- метод получения целевой прибыли;
- метод экспертных оценок.

1. Экономико-статистические методы планирования.

Их суть заключается в определении на основе имеющейся статистической информации, среднего значения показателя или среднего его изменения за ряд лет, которое и принимается за базу при планировании. К экономико-статистическим методам относят:

- 1.1 Метод среднегодовых темпов роста;
- 1.2 Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней;
- 1.3 Метод на основе средних удельных весов (средних уровней) показателя за ряд лет, определяемых на основе средней арифметической;
- 1.4 Метод планирования с помощью коэффициента эластичности.

1.1 Метод среднегодовых темпов роста. Он предполагает первоначально расчет среднегодового темпа изменения показателя за ряд лет на основе среднегеометрической формулы.

$$\bar{T}_p = \sqrt[n-1]{\frac{ОРТ_{т.г.}}{ОРТ_{баз.}}} * 100 \quad (1.26)$$

, где $ОРТ_{т.г.}$ – оборот розничной торговли текущего года;

$ОРТ_{баз.}$ – оборот розничной торговли базисного года.

$$ОРТ_{пл.} = \frac{ОРТ_{т.г.} * \bar{T}_p}{100} * \text{Иц. пл.} \quad (1.27)$$

Достоинства данного метода:

- наличие информации;
- простота расчетов и низкая трудоемкость.

Недостатки данного метода:

- не учитывает внутри динамическое изменение показателя за используемый период.

Область применения. Используется в случаях, когда показатель или его изменения из года в год растут. [24]

1.2 Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней. Его суть в том, что нужно определить средние изменения показателя путём плавного его расчета по промежуткам времени динамического ряда.

$$\overline{K1} = \frac{K1+K2+K3}{3} \quad (1.28)$$

$$\overline{K2} = \frac{K2+K3+K4}{3} \quad (1.29)$$

$$\overline{K3} = \frac{K3+K4+K5}{3} \quad (1.30)$$

$$\Delta K = \frac{\overline{Kn} - \overline{K1}}{n-1} = \frac{\overline{K3} - \overline{K1}}{3-1} \quad (1.31)$$

$$K_6 = K_5 + \Delta K \quad (1.32)$$

$$K_6 = K_4 + 2\Delta K \quad (1.33)$$

$$ОРТ_{пл.} = \frac{ОРТ_{т.г.} * K_6}{100} * J_{ц.пл.} \quad (1.34)$$

Достоинства данного метода:

- простота расчетов;
- наличие информационной базы;
- учитываются внутри динамические изменения показателя.

Недостатки данного метода:

- данный метод предполагает перенос негативных закономерностей развития показателя на перспективу.

Область использования.

Целесообразно использовать в стабильных условиях хозяйствования.

1.3 Метод средних удельных весов. В основе данного метода первоначально лежит расчет либо среднего уровня, либо среднего удельного веса показателя за ряд лет на основе средней арифметической.

$$ОРТ_{пл.}^{1кв} = \frac{ОРТ_{пл.} * \overline{Уд.в.}^{1кв}}{100} \quad (1.35)$$

$$ОРТ_{пл.}^{2кв} = \frac{ОРТ_{пл.} * \overline{Уд.в.}^{2кв}}{100} \quad (1.36)$$

$$ОРТ_{пл.}^{3кв} = \frac{ОРТ_{пл.} * \bar{У}_{д.в.}^{3кв}}{100} \quad (1.37)$$

$$ОРТ_{пл.}^{4кв} = \frac{ОРТ_{пл.} * \bar{У}_{д.в.}^{4кв}}{100} \quad (1.38)$$

Достоинства данного метода:

- простота расчетов;
- низкая трудоемкость;
- наличие информационной базы.

Недостатки данного метода:

- невысокая точность планирования.

Область применения.

Данный метод используется либо для расчета относительных величин (уровень доходов, уровень издержек и т.д.), либо для распределения планируемых показателей во времени и пространстве. [15]

1.4 Метод планирования с помощью коэффициента эластичности. В основе данного метода лежит расчет коэффициента эластичности, который показывает, как изменится показатель при изменении фактора на 1%.

$$K_{эл.} = \frac{\Delta y}{y_0} : \frac{\Delta x}{x_0} \quad (1.39)$$

, где Δy – изменение показателя в отчетном году по сравнению с прошлым; Δx – изменение фактора, влияющего на показатель в отчетном году по сравнению с прошлым годом.

$$y_2 = y_1 * \frac{T_{пр.х} * K_{эл.} + 100}{100} \quad (1.40)$$

Достоинства данного метода:

- наличие информационной базы;
- простота расчетов;
- возможность учета влияния различных факторов.

Недостатки данного метода:

- возможность учета влияния только одного фактора.

Область применения.

Применяется данный метод в относительно стабильных условиях хозяйствования при наличии небольшой информационной базы. [25]

2. Экономико-математические методы планирования оборота розничной торговли.

Их суть заключается в выявлении математической закономерности развития показателя и построение на данной основе модели развития показателя в будущем.

Последовательность процесса планирования с помощью экономико-математических методов.

1. Анализ показателя за ряд предшествующих лет, сбор информации о его развитии, выявление факторов влияющих на развитие показателя;

2. Выбор наиболее значимо-влияющих факторов на показатель, расчет коэффициента корреляции;

3. Построение графика зависимости от изменения фактора;

4. Выбор модели и нахождение её параметров.

$$\sum y = n \cdot a_0 + a_1 \cdot \sum t ; \quad (1.41)$$

$$\sum y \cdot t = a_0 \cdot \sum t + a_1 \cdot \sum t^2. \quad (1.42)$$

Планирование показателя на будущий год с помощью выбранной модели.

Расчет ошибки прогноза:

$$\Theta = \left| \sum \frac{y_{\text{факт.}} - y_{\text{урасч.}}}{y_{\text{урасч.}}} \right| * 100 \quad (1.43)$$

Если ошибка прогноза по расчетам предприятия более 5%, то считается, что выбранная модель неточно описывает развитие показателя. И поэтому, она не может быть использована в последующих расчетах.

Достоинства математических методов планирования:

- возможность учета влияния множества факторов на показатели;
- высокая точность расчетов;

Недостатки математических методов планирования:

- высокая трудоемкость;

- отсутствие сопоставимой информации за ряд лет;
- наличие ЭВМ.

Область применения.

Данные методы используются на предприятиях, имеющих стаж работы 5 и более лет. Применяется на предприятиях, работающих в стабильных условиях хозяйствования. [24]

3. Балансовый метод.

Сущность балансового метода заключается в обеспечении количественных соответствий между ресурсами и потребностями, хозяйственными мероприятиями и ожидаемыми результатами. Балансовый метод исходит из того, что каждый вид продукции, работы, услуги с одной стороны результат деятельности, а с другой ресурс для потребления, что позволяет планомерно устанавливать и увязывать натурально-вещественные и стоимостные пропорции в экономике. Он означает, что план производства обосновывается составлением баланса, в котором предварительно определяются потребности и источники удовлетворения этих потребностей.

Выделяют по видам следующие балансы:

- материальные;
- трудовые;
- финансовые.

На предприятии, в части разработки материальных балансов, они базируются на формуле балансовой взаимосвязи между выручкой и ресурсами ее обеспечения.

$$Z_n + П = Z_k + P + B \quad (1.44)$$

, где Z_n – запасы товаров на начало периода, $П$ – поступление товаров, Z_k – запасы товаров на конец периода, B – прочее выбытие товаров, P – розничный товарооборот.

Достоинства балансового метода планирования:

- невысокая трудоемкость;

- при наличии необходимой информации высокая точность расчетов.

Недостатки балансового метода планирования:

- отсутствие качественного информационного обеспечения процесса планирования.

Область использования.

Данный метод может применяться в условиях не стабильной экономики, а также при незначительном периоде работы предприятия. [15]

4. Нормативный метод планирования.

Нормативный метод планирования оборота розничной торговли основан на использовании при расчетах норм и нормативов (физиологических норм потребления продовольственных товаров, рациональных норм потребления непродовольственных товаров, обеспеченности товарами на 1000 жителей или 100 семей и т.д.).

Достоинства нормативного метода планирования:

- простота расчетов;
- высокая точность при наличии информации.

Недостатки нормативного метода планирования:

- высокая трудоемкость;
- отсутствие экономически-грамотных разработанных норм и нормативов, приближенных к реальным условиям хозяйствования.

Область применения данного метода.

Он применяется в условиях незначительного периода работы предприятия.

5. Метод получения целевой прибыли.

В основе данного метода лежит расчет предполагаемой целевой прибыли от продаж, которую предприятие будет стремиться достигнуть в будущем периоде.

Последовательность применения данного метода:

1. Определяется необходимая величина прибыли предприятия, направляемая на производственное и социальное развитие предприятия и удовлетворение интересов собственников;

2. Осуществляется увязка рассчитанной потребности прибыли с возможностями ее получения в будущем объеме деятельности. В этих целях планируется необходимый размер валовой прибыли и допустимый уровень издержек обращения.

$$\text{ПП}_{\text{цел.}} = \frac{\text{ОРТ} * \text{Увп}}{100} - \frac{\text{ОРТ} * \text{Уио}}{100} \quad (1.45)$$

3. После необходимых корректировок осуществляется расчет оборота розничной торговли на будущий год.

$$\text{ОРТ}_{\text{пл.}} = \frac{\text{ПП}_{\text{цел.}}}{\text{Увп} - \text{Уио}} * 100 \quad (1.46)$$

Достоинства данного метода:

- простота расчетов;
- низкая трудоемкость.

Недостатки метода планирования целевой прибыли:

- сложность расчета целевой прибыли;
- относительная точность планируемых значений.

Область применения.

Данный метод может применяться при стабильных условиях хозяйствования, а также для вновь открываемых предприятий, где в качестве расчетных величин используются среднеотраслевые значения. [23]

6. Метод экспертных оценок.

Его суть заключается в применении «мозговых атак» для определения возможных вариантов развития. Их использование позволяет получить продуктивные результаты за короткий период времени и вовлечь всех экспертов в активный творческий процесс.

Последовательность применения метода экспертных оценок:

1. Формирование группы участников «мозговой атаки» по численности и составу;

2. Составление проблемной записки участника «мозговой атаки»;
3. Генерация идей;
4. Систематизация идей, высказанных на этапе генерации;
5. Специализированная процедура оценки идей на практическую реализуемость в процессе «мозговой атаки», когда каждая из них подвергается всесторонней критике со стороны участников;
6. Оценка критических замечаний и составление списка практически применимых идей.

Достоинства данного метода:

- не требует большого количества исходной информации.

Недостатки данного метода:

- много субъективности в принятии решений;
- высокая трудоемкость;
- относительная точность планируемых значений.

Область применения.

Данный метод очень широк для использования. Его можно применять как к вновь открываемым предприятиям, так и к предприятиям со стабильным хозяйствованием. Более того, это единственный из представленных методов, который является качественным. [15]

В заключение данной главы бакалаврской работы необходимо рассмотреть пути увеличения оборота розничной торговли. Его можно увеличить, используя следующие виды ресурсов: материальные, трудовые и финансовые. Ниже представлена соответствующая таблица.

Таблица 1.2 – Пути повышения оборота розничной торговли на предприятии

Факторы, влияющие на оборот розничной торговли	Повышение оборота розничной торговли за счет фактора
1. Оборотные средства	ускорение товарооборачиваемости
	увеличение скорости оборота
	снижение прочего выбытия товаров

Продолжение таблицы 1.2

Факторы, влияющие на оборот розничной торговли	Повышение оборота розничной торговли за счет фактора
1. Оборотные средства	ускорение товарооборачиваемости
	увеличение скорости оборота
	снижение прочего выбытия товаров
1.1 Наличие и эффективность использования оборотных средств	снижение коэффициента загрузки оборотных средств
	увеличение рентабельности оборотных средств
	увеличение коэффициента оборачиваемости оборотных средств
1.2 Товарные ресурсы	нормирование товарных запасов
	рациональное определение страхового запаса, исходя из товарных групп
1.3 Эффективность использования товарных запасов	снижение удельного веса товарных запасов в их общей величине на конец года, по сравнению с удельным весом товарных запасов на начало года
	абсолютный прирост товарных запасов на конец отчетного периода
	снижение товарных запасов на единицу реализованного товара без ущерба для качества, надежности, эксплуатационных свойств
2. Трудовые ресурсы	снижение трудоемкости
	увеличение выработки
2.1 Численность работников	своевременная замена работников в связи с несоблюдением трудового распорядка
	материальное поощрение работников, которые добросовестно отнеслись к своим обязанностям
	проведение переаттестаций для всех работников
2.2 Производительность труда	внедрение комплексной автоматизации
	увеличение меры ответственности для управляющих
	проведение выездных оздоровительных мероприятий, направленных на улучшение здоровья работников и их сплочение
3. Основные фонды	повышение нагрузки на 1 м ² торговой площади
	повышение фондоотдачи
	увеличение выработки на условное рабочее место в смену.
3.1 Использование торговой площади	эффективное размещение торгового оборудования (стеллажей, витрин, холодильного оборудования...)
3.2 Наличие и эффективность использования основных фондов	повышение фондоотдачи
	снижение фондоемкости
	повышение рентабельности основных средств

Продолжение таблицы 1.2

Факторы, влияющие на оборот розничной торговли	Повышение оборота розничной торговли за счет фактора
3.3 Состояние и эффективность использования материально-технической базы	сокращение простоев оборудования и повышение коэффициента его сменности
	замена и модернизация изношенного и устаревшего оборудования
	внедрение новейших технологий
	быстрое освоение вновь вводимых мощностей

Обобщая вышеизложенное в данном разделе бакалаврской работы, можно отметить, что планирование оборота розничной торговли без его анализа невозможно.

Планирование – это процесс разработки и установления предприятием количественных и качественных показателей его развития, которое определяет темпы пропорции, тенденции развития данного предприятия, как в текущем периоде, так и на перспективу.

В процессе планирования должны соблюдаться следующие принципы планирования:

- научность;
- системность;
- оптимальность;
- комплексность;
- адаптивность;
- ограниченность ресурсных возможностей.

Также, стоит отметить, что процесс планирования не возможен без использования в нем методов планирования. То есть, без использования совокупности приемов и способов мышления, позволяющих вывести суждения определенной достоверности относительно будущего процесса, на основе ретроспективных данных существующих или предполагаемых связей.

3.3 Резервы роста оборота розничной торговли предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» и их экономическое обоснование

На основании проведенного анализа предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» предлагается мероприятие по увеличению оборота розничной торговли.

Руководству ОАО «Енисейская торговая компания» предлагается расширить имеющийся ассортимент товаров. Для выявления возможностей по расширению ассортимента был проведен опрос 150 покупателей. Результаты опроса представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Результаты опроса для выявления возможностей по расширению ассортимента на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»

Вопросы / ответы	Число ответивших, чел.
1. Какую товарную группу, или какой товар Вы хотели бы видеть на полках нашей торговой сети?	150
- целебные травы	29
- гироскутер	4
- солнцезащитные очки	6
- набор снастей для рыбной ловли	5
- березовый сок	33
- набор для шитья	7
- дикие ягоды	30
- детские настольные игры	5
- семена овощей	28
- зонт	3

На основании проведенного опроса было выявлено, что потребители хотели бы видеть в ассортименте торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» целебные травы, березовый сок, дикие замороженные ягоды и семена овощей. В связи с этим, принято решение руководством данного предприятия о вводе данных товарных групп (товаров) с целью определения эффективности их пробных продаж.

I. Целебные травы

В целях определения целесообразности ввода целебных трав в ассортимент, был осуществлен пробный завоз для определения уровня спроса. Результаты пробной реализации целебных трав в период с 02.05.2015 по 16.05.2015 показаны в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Результаты пробной продажи целебных трав торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» в период с 02.05.2015 по 16.05.2015

Товарные группы (товары)	Ед.изм	Продажи				План продаж
		02.05-06.05	07.05-11.05	12.05-16.05	средние	
1. Целебные травы	шт.	22	25	28	25	17
1.1 Дазифора	шт.	8	9	11	9	7
1.2 Карагана гривастая	шт.	7	10	9	9	5
1.3 Саган-Дайля	шт.	7	6	8	7	5

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Травы Сибири», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Свердловская 3д, офис 209. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи лечебных трав. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» закупает у предприятия ООО «Травы Сибири» траву «Дазифора» по цене 140 руб. за 1 шт., траву «Карагана гривастая» по цене 160 руб. за 1 шт. и траву «Саган-Дайля» по цене 150 руб. за 1 шт. Расходы по доставке целебных трав включены в стоимость приобретения.

Для определения величины общего оборота розничной торговли с продажи целебных трав, рассчитывается оборот розничной торговли. Все расчеты представлены в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Расчет годового оборота розничной торговли и суммы годовой валовой прибыли по целебным травам на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» за 2015 год

Ассортимент	Среднедневная продажа, ед.	Продажа в год, ед.	Цена приобретения, руб.	Уровень торговой надбавки, %	Розничная цена, руб.	Оборот розничной торговли, тыс.руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Валовая прибыль, тыс.руб.
1.Дазифора	1,8	648	140	35	223	144,5	90,7	53,8
2. Карагана гривастая	1,8	648	160	30	245	158,8	103,7	55,1
3. Саган-Дайля	1,4	504	150	32	233	117,4	75,6	41,8
Итого	-	-	-	-	-	420,7	270	150,7

Таблица 3.15 показывает, что оборот розничной торговли с продажи целебных трав за 2015 год составил 420,7 тыс.руб. Себестоимость целебных трав составила 270 тыс.руб. Как следствие, валовая прибыль с продажи лечебных трав составила 150,7 тыс.руб.

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» в связи с вводом целебных трав в свой ассортимент товаров, имеет связанные с их реализацией переменные издержки обращения. А именно, расходы на хранение, подработку, подсортировку, и упаковку товаров и расходы на тару. Для того чтобы определить величину переменных издержек обращения с вводимого мероприятия, необходимо удельный вес данных переменных издержек 2015 года умножить на оборот розничной торговли, полученный от данного мероприятия. То есть:

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}} = d(\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}})_{2015} * \text{ОРТ}_{2015(\text{лечебные травы})} : 100 = 6,22 * 420,7 : 100 = 26,2 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}} = d(\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}})_{2015} * \text{ОРТ}_{2015(\text{лечебные травы})} : 100 = 2,78 * 420,7 : 100 = 11,7 \text{ (тыс.руб.)}$$

То есть, за 2015 год переменные издержки обращения от продажи лечебных трав составят 37,9 тыс.руб.

Для размещения лечебных трав, у предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» возникла необходимость в торговом стеллаже. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Сервисный центр Надежда», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Красноярский рабочий 27. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи торгового стеллажа. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» приобретает у предприятия ООО «Сервисный центр Надежда» торговый стеллаж по цене 3000 руб. В данную цену входит доставка торгового стеллажа и его монтаж.

В связи с учетной политикой предприятия ОАО «Енисейская торговая компания», стоимость торгового стеллажа переносится на издержки обращения.

В итоге, общие издержки обращения от продажи лечебных трав за 2015 год составили 40,9 тыс.руб.

II. Березовый сок

В целях определения целесообразности ввода березового сока в ассортимент, был осуществлен пробный завоз для определения уровня спроса. Результаты пробной реализации березового сока в период с 02.05.2015 по 16.05.2015 показаны в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Результаты пробной продажи березового сока торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» в период с 02.05.2015 по 16.05.2015

Товарные группы (товары)	Ед.изм.	Продажи				План продаж
		02.05-06.05	07.05-11.05	12.05-16.05	средние	
Березовый сок	л.	159	172	183	171	150

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Свой Сад», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Северное шоссе 31г. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи березового сока. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» закупает у предприятия ООО «Свой Сад» березовый сок по цене 25 руб. за 1 литр. Расходы по доставке березового сока включены в стоимость приобретения.

Для определения величины общего оборота розничной торговли с продажи березового сока, рассчитывается оборот розничной торговли. Все расчеты представлены в таблице 3.17.

Таблица 3.17 – Расчет годового оборота розничной торговли и суммы годовой валовой прибыли по березовому соку на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» за 2015 год

Ассортимент	Среднедневная продажа, ед.	Продажа в год, ед.	Цена приобретения, руб.	Уровень торговой надбавки, %	Розничная цена, руб.	Оборот розничной торговли, тыс.руб.	Себестоимость, тыс.руб.	Валовая прибыль, тыс.руб.
Березовый сок	34	12240	25	45	43	526,3	306	220,3
Итого	-	-	-	-	-	526,3	306	220,3

Таблица 3.17 показывает, что оборот розничной торговли с продажи березового сока за 2015 год составил 220,3 тыс.руб. Себестоимость березового сока составила 306 тыс.руб. Как следствие, валовая прибыль с продажи березового сока составила 220,3 тыс.руб.

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» в связи с вводом березового сока в свой ассортимент товаров, имеет связанные с их реализацией переменные издержки обращения. А именно, расходы на хранение, подработку, подсортировку, и упаковку товаров и расходы на тару.

Для того чтобы определить величину переменных издержек обращения с вводимого мероприятия, необходимо удельный вес данных переменных издержек 2015 года умножить на оборот розничной торговли, полученный от данного мероприятия. То есть:

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}} = 6,22 * 220,3 : 100 = 13,7 (\text{тыс.руб.})$$

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}} = 2,78 * 220,3 : 100 = 6,1 (\text{тыс.руб.})$$

То есть, за 2015 год переменные издержки обращения от продажи березового сока составят 19,8 тыс.руб.

Для размещения березового сока, у предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» возникла необходимость в морозильном ларе. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Сервисный центр Надежда», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Красноярский рабочий 27. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи морозильного ларя. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» приобретает у предприятия ООО «Сервисный центр Надежда» морозильный ларь «ИНЕЙ» по цене 18000 руб. В данную цену входит доставка морозильного ларя и его монтаж.

В связи с учетной политикой предприятия ОАО «Енисейская торговая компания», стоимость морозильного ларя переносится на издержки обращения.

В итоге, общие издержки обращения от продажи березового сока за 2015 год составили 37,8 тыс.руб.

III. Дикie замороженные ягоды

В целях определения целесообразности ввода диких замороженных ягод в ассортимент, был осуществлен пробный завоз для определения уровня спроса. Результаты пробной реализации диких замороженных ягод в период с 02.05.2015 по 16.05.2015 показаны в таблице 3.18.

Таблица 3.18 – Результаты пробной продажи диких замороженных ягод торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» в период с 02.05.2015 по 16.05.2015

Товарные группы (товары)	Ед.изм.	Продажи				План продаж
		02.05-06.05	07.05-11.05	12.05-16.05	средние	
1. Дикie ягоды	кг.	69	77	88	78	56
1.1 Земляника	кг.	15	16	18	16	10
1.2 Лесная смородина	кг.	13	14	16	14	10
1.3 Костяника	кг.	12	13	15	13	10
1.4 Княженика	кг.	8	9	13	10	8
1.5 Голубика	кг.	11	13	14	13	10
1.6 Облепиха	кг.	10	12	12	11	8

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «МЕХРОНА», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Шахтеров 49ж. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи диких замороженных ягод. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заинтересовано в следующих видах ягод: земляника, лесная смородина, костяника, княженика, голубика и облепиха. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» закупает у предприятия ООО «МЕХРОНА» землянику по цене 110 руб. за кг, лесную смородину по цене 130 руб. за кг, костянику по цене 140 руб. за кг, княженику по цене 110 руб. за кг, голубику по цене 155 руб. за кг и облепиху по цене 75 руб. за кг.

Для определения величины общего оборота розничной торговли с продажи диких замороженных ягод, рассчитывается оборот розничной торговли. Все расчеты представлены в таблице 3.19.

Таблица 3.19 – Расчет годового оборота розничной торговли и суммы годовой валовой прибыли по диким замороженным ягодам на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» за 2015 год

Ассортимент	Среднедневная продажа, ед.	Продажа в год, ед.	Цена приобретения, руб.	Уровень торговой надбавки, %	Розничная цена, руб.	Оборот розничной торговли, тыс.руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Валовая прибыль, тыс.руб.
1. Земляника	3,27	1177,2	110	50	195	229,5	129,5	100
2. Лесная смородина	2,87	1033,2	130	35	207	213,9	134,3	79,6
3. Костяника	2,67	961,2	140	40	231	222	134,6	87,4
4. Княженика	2	720	110	46	189	136,1	79,2	56,9
5. Голубика	2,53	910,8	155	42	259	235,9	141,2	94,7
6. Облепиха	2,27	817,2	75	43	127	103,8	61,3	42,5
Итого	-	-	-	-	-	1141,2	680,1	461,1

Таблица 3.19 показывает, что оборот розничной торговли с продажи диких замороженных ягод за 2015 год составил 1141,2 тыс.руб. Себестоимость диких замороженных ягод составила 680,1 тыс.руб. Как следствие, валовая прибыль с продажи диких замороженных ягод составила 461,1 тыс.руб.

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» в связи с вводом диких замороженных ягод в свой ассортимент товаров, имеет связанные с их реализацией переменные издержки обращения.

То есть:

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}} = d(\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}})_{2015} * \text{ОРТ}_{2015(\text{дикие замороженные ягоды})} : 100 = 6,22 * 1141,2 : 100 = 71 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}} = d(\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}})_{2015} * \text{ОРТ}_{2015(\text{дикие замороженные ягоды})} : 100 = 2,78 * 1141,2 : 100 = 31,7 \text{ (тыс.руб.)}$$

То есть, за 2015 год переменные издержки обращения от продажи диких замороженных ягод составят 102,7 тыс.руб.

Для размещения диких замороженных ягод, у предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» возникла необходимость в морозильном ларе. Но, морозильный ларь уже куплен и учтен в издержках обращения от продажи березового сока. Поэтому, дикие замороженные ягоды и березовый сок будут продаваться в одном морозильном ларе, по соседству.

В итоге, общие издержки обращения от продажи диких замороженных ягод за 2015 год составили 102,7 тыс.руб.

IV. Семена овощей

В целях определения целесообразности семян овощей в ассортимент, был осуществлен пробный завоз для определения уровня спроса. Результаты пробной реализации семян овощей в период с 02.05.2015 по 16.05.2015 показаны в таблице 3.20.

Таблица 3.20 – Результаты пробной продажи семян овощей торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» в период с 02.05.2015 по 16.05.2015

Товарные группы (товары)	Ед.изм.	Продажи				План продаж
		02.05-06.05	07.05-11.05	12.05-16.05	средние	
1. Семена овощей	шт.	358	409	480	416	360
1.1 Баклажан “Южная ночь”	шт.	43	48	54	48	40
1.2 Фасоль овощная “Черный жемчуг”	шт.	41	47	52	47	40
1.3 Томат “Алая Каравелла”	шт.	51	57	63	57	50
1.4 Огурец “Малахитовая шкатулка”	шт.	46	55	64	55	50
1.5 Редис “Королева Марго”	шт.	39	47	59	48	40
1.6 Морковь “Королева осени”	шт.	45	51	62	53	50
1.7 Горох “Ползунок”	шт.	52	57	66	58	50
1.8 Репа “Белая ночь”	шт.	41	47	60	49	40

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Успех», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Затонская 46ж. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи семян овощей. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» закупает у предприятия ООО «Успех» баклажан «Южная ночь» по цене 10 руб. за 1 шт., фасоль овощную «Черный жемчуг» по цене 20 руб. за 1 шт., томат «Алая Каравелла» по цене 15 руб. за 1 шт., огурец «Малахитовая шкатулка» по цене 16 руб. за 1 шт., редис «Королева Марго» по цене 8 руб. за 1 шт., морковь «Королева осени» по цене 10 руб. за 1 шт., горох «Ползунок» по цене 13 руб. за 1 шт. и репу «Белая ночь» по цене 10 руб. за 1 шт.

Для определения величины общего оборота розничной торговли с продажи семян овощей, рассчитывается оборот розничной торговли. Все расчеты представлены в таблице 3.21.

Таблица 3.21 – Расчет годового оборота розничной торговли и суммы годовой валовой прибыли по семенам овощей на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» за 2015 год

Ассортимент	Среднедневная продажа, ед.	Продажа в год, ед.	Цена приобретения, руб.	Уровень торговой надбавки, %	Розничная цена, руб.	Оборот розничной торговли, тыс.руб.	Себестоимость, тыс. руб.	Валовая прибыль, тыс.руб.
1. Баклажан “Южная ночь”	10	3600	10	41	17	61,2	36	25,2
2. Фасоль овощная “Черный жемчуг”	9	3240	20	47	34	110,2	64,8	45,4
3. Томат “Алая Каравелла”	11	3960	15	39	25	99	59,4	39,6
4. Огурец “Малахитовая шкатулка”	11	3960	16	44	27	106,9	63,4	43,5
5. Редис “Королева Марго”	10	3600	8	55	15	54	28,8	25,2
6. Морковь “Королева осени”	11	3960	10	50	18	71,3	39,6	31,7
7. Горох “Ползунок”	12	4320	13	55	24	103,7	56,2	47,5
8. Репа “Белая ночь”	10	3600	10	57	19	68,4	36	32,4
Итого	-	-	-	-	-	674,7	384,2	290,5

Таблица 3.21 показывает, что оборот розничной торговли с продажи семян овощей за 2015 год составил 674,7 тыс.руб. Себестоимость семян овощей составила 384,2 тыс.руб. Как следствие, валовая прибыль с продажи семян овощей составила 290,5 тыс.руб.

Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» в связи с вводом семян овощей в свой ассортимент товаров, имеет связанные с их реализацией переменные издержки обращения. А именно, расходы на хранение, подработку, подсортировку, и упаковку товаров и расходы на тару. Для того чтобы определить величину переменных издержек обращения с вводимого мероприятия, необходимо удельный вес данных переменных издержек 2015 года умножить на оборот розничной торговли, полученный от данного мероприятия. То есть:

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на хранение)}} = 6,22 * 674,7 : 100 = 42 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{ИО}_{\text{пер. (расходы на тару)}} = 2,78 * 674,7 : 100 = 18,8 \text{ (тыс.руб.)}$$

То есть, за 2015 год переменные издержки обращения от продажи семян овощей составят 60,8 тыс.руб.

Для размещения семян овощей, у предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» возникла необходимость в торговой стойке с корзинами. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» заключило договор с предприятием ООО «Сервисный центр Надежда», которое находится по адресу г. Красноярск, ул. Красноярский рабочий 27. Данное предприятие оказывает услугу предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» на предмет продажи торговой стойки с корзинами. Предприятие ОАО «Енисейская торговая компания» приобретает у предприятия ООО «Сервисный центр Надежда» торговую стойку с корзинами «ПР-41» по цене 3300 руб. В данную цену входит доставка данной торговой стойки.

В связи с учетной политикой предприятия ОАО «Енисейская торговая компания», стоимость торговой стойки с корзинами «ПР-41» переносится на издержки обращения.

В итоге, общие издержки обращения от продажи семян овощей за 2015 год составили 64,1 тыс.руб.

На основании вышеприведенной информации, предприятию ОАО «Енисейская торговая компания» предлагаются следующие действия. Отразить оборот розничной торговли от введенного мероприятия

(расширение ассортимента) по каждой товарной группе. Ниже приведена соответствующая таблица.

Таблица 3.22 – План оборота розничной торговли по товарным группам на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» с учетом расширения ассортимента

Товарные группы	2015 год	2016 год	Результаты мероприятий (расширение ассортимента)	2016 год с учетом мероприятий	Темп изменения по сравнению, %	
					с 2015 годом	с 2016 годом
Хлеб и хлебобулочные изделия	5047,4	5664,4	-	5664,4	112,22	100
Молоко и кисломолочная продукция	9750,6	10735,5	-	10735,5	110,1	100
Мясо, птица	12618,4	14161	-	14161	112,23	100
Рыба и рыбопродукты	8374,1	9313,1	-	9313,1	111,21	100
Колбасные изделия	10783,1	12075,1	-	12075,1	111,98	100
Полуфабрикаты	13994,9	15455,9	-	15455,9	110,44	100
Вкусовые товары	9865,3	11054,5	420,7	11475,2	116,32	103,81
Алкогольная и безалкогольная продукция	24548,6	27473,6	526,3	27999,9	114,06	101,92
Прочие продовольственные товары	9773,5	10563,3	1815,9	12379,2	126,66	117,19
Бытовые химические товары	3285,8	3635,9	-	3635,9	110,65	100
Товары для активного отдыха	1593,1	1792,5	-	1792,5	112,52	100
Печатная продукция	865,4	976	-	976	112,78	100
Товары для животных	597,4	695,3	-	695,3	116,39	100
Прочие непродовольственные товары	3615,4	4433,3	-	4433,3	122,62	100
Итого	114713	127576,3	2762,9	130339,2	113,62	102,17

Таблица 3.22 показывает, что расширение ассортимента привело к увеличению оборота розничной торговли на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» на 2762,9 тыс.руб.

Более того, данное расширение коснулось только 3 товарных групп из 14 представленных. То есть, увеличение оборота розничной торговли по вкусовым товарам составило 420,7 тыс.руб., по алкогольной и безалкогольной продукции составило 526,3 тыс.руб., по прочим продовольственным товарам составило 1815,9 тыс.руб.

Темп изменения 2016 года с учетом мероприятия по сравнению с 2015 годом варьируется от 110,1% до 126,66%. А темп изменения 2016 года с учетом мероприятия по сравнению с 2016 годом варьируется от 100% до 117,19%.

Для определения прибыли от продаж от введенных мероприятий, необходимо спланировать уровень валовой прибыли и уровень издержек обращения.

Выбранный метод планирования уровня валовой прибыли – экономико-статистический метод на основе среднего уровня реализации торговых надбавок за ряд предшествующих лет. Выбор данного метода основан на том, что средний уровень реализованной торговой надбавки на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» менялся незначительно.

Таблица 3.23 – Исходные данные для планирования уровня валовой прибыли экономико-статистическим методом на основе среднего уровня реализованной торговой надбавки на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»

Годы	Уровень валовой прибыли, %	Уровень реализованной торговой надбавки, %
2011	32,38	47,89
2012	31,9	46,84
2013	31,77	46,56
2014	31,78	46,58
2015	31,78	46,58

На основании данных таблицы 3.23, можно рассчитать средний уровень реализованной торговой надбавки по средней арифметической простой.

$$\bar{y}_{\text{ТН}} = (47,89+46,84+46,56+46,58+46,58)/5 = 46,89 (\%)$$

$$Y_{\text{ВПпл.}} = (100*46,89)/(100+46,89) = 31,92 (\%)$$

Выбранный метод планирования уровня издержек обращения – экономико-статистический метод на основе среднего уровня издержек обращения за ряд предшествующих лет. Выбор данного метода основан на том, что уровень издержек обращения на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» менялся незначительно.

Таблица 3.24 – Исходные данные для планирования уровня издержек обращения экономико-статистическим методом на основе среднего уровня издержек обращения на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»

Годы	Уровень издержек обращения, %
2011	23,25
2012	23,97
2013	22,01
2014	25,42
2015	23,91

На основании данных таблицы 3.24, можно рассчитать средний уровень издержек обращения по средней арифметической простой.

$$\bar{y}_{\text{ИОпл.}} = (23,25+23,97+22,01+25,42+23,91)/5 = 23,71 (\%)$$

Спланированный уровень издержек обращения на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» ниже уровня издержек обращения за 2015 год на 0,2%. Это означает, что выбранный метод планирования издержек обращения является экономически обоснованным.

На основании вышеприведенных расчетов в главе 3.3 можно сформировать план прибыли от продаж.

Таблица 3.25 – Формирование плана прибыли от продаж с учетом введенных мероприятий на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания»

Показатели	2015 год	2016 год	Результаты мероприятий (расширение ассортимента)	2016 год с учетом мероприятий	Отклонение (+;-) по сравнению с		Темп изменения по сравнению, %	
					2015 годом	2016 годом	2015 годом	2016 годом
Оборот розничной торговли, тыс.руб.	114713	127576,3	2762,9	130339,2	15626,2	2762,9	113,62	102,17
Валовая прибыль, тыс.руб.	36455,8	40722,4	1122,6	41845	5389,2	1122,6	114,78	102,76
Уровень валовой прибыли, %	31,78	31,92	0,18	32,1	0,32	0,18	-	-
Издержки обращения, тыс.руб.	27423	30248,3	245,5	30493,8	3070,8	245,5	111,2	100,81
Уровень издержек обращения, %	23,91	23,71	-0,31	23,4	-0,51	-0,31	-	-
Прибыль от продаж, тыс.руб.	9032,8	10474,1	877,1	11351,2	2318,4	877,1	125,67	108,37
Рентабельность продаж, %	7,87	8,21	0,5	8,71	0,84	0,5	-	-

Таблица 3.25 показывает, что введенные мероприятия повлияли на прибыль от продаж в размере 11351,2 тыс.руб. Также, стоит заметить, что темп роста прибыли от продаж с учетом мероприятия по сравнению с 2016 годом составляет 108,37%. То есть, данный тем роста больше темпа роста издержек на 7,56% и больше темпа роста оборота розничной торговли на 6,2%. Данная ситуация оценивается положительно. Более того, прибыль от продаж 2016 года с учетом мероприятий больше прибыли от продаж 2015 года в абсолютном выражении на 2318,4 тыс.руб. и в относительном выражении на 25,67%.

Заключение

В заключении, на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» в период с 2014 года по 2015 год, оборот розничной торговли предприятия увеличился на 11,67% в относительной форме или на 11984 тыс. руб. в абсолютном выражении и составил в отчетном периоде анализа 114713 тыс. руб.

На предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» оборот розничной торговли по продовольственным товарам в период с 2011 года по 2015 год увеличился с 81520 тыс.руб. до 104756 тыс.руб. А оборот розничной торговли по непродовольственным товарам за аналогичный период снизился с 10791 тыс.руб. до 9957 тыс.руб.

На предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» оборот розничной торговли в сопоставимых ценах имеет устойчивую тенденцию к снижению. А именно, за период с 2011 года по 2015 год оборот розничной торговли в сопоставимых ценах снизился с 92311 тыс.руб. до 82885 тыс.руб. Оборот розничной торговли в действующих ценах, напротив, увеличился с 92311 тыс.руб. до 114713 тыс.руб. В период с 2013 года по 2014 год наблюдается самое сильное снижение оборота розничной торговли в сопоставимых ценах, а именно в размере -4892 тыс.руб.

Оборот розничной торговли по кварталам и месяцам на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» развивается относительно равномерно. То есть, за 2014 год оборот розничной торговли за 1 месяц варьировался от 8101 тыс.руб. до 9240 тыс.руб. А за 2015 год оборот розничной торговли варьировался от 9361 тыс.руб. до 9792 тыс.руб.

Проведенный анализ показал, что большую долю в обороте розничной торговли занимает товарная группа – алкогольная и безалкогольная продукция. За 2014 год ее доля составила 21,7%, а в 2015 году снизилась на 0,3%. Однако, в абсолютной форме продажи по данной товарной группе

увеличились в динамике на 2256,4 тыс. руб., с 22292,2 тыс. руб. до 24548,6 тыс. руб.

Оборот розничной торговли предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» по товарным группам в период с 2011 года по 2015 год меняется в незначительной степени. Так, по каждой из товарных групп удельный вес в динамике не меняется по отношению друг к другу больше, чем на 1%.

На предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» на изменение оборота розничной торговли влияют множество факторов, которые в большинстве своем повлияли положительно на оборот розничной торговли. Однако, негативно на изменение оборота розничной торговли повлияло изменение физического объема продаж, изменение производительности труда, прочее выбытие и изменение товарных запасов на конец года.

На основании проведенного опроса было выявлено, что потребители хотели бы видеть в ассортименте торгового предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» целебные травы, березовый сок, дикие замороженные ягоды и семена овощей.

В связи с этим, было предложено руководству предприятия ОАО «Енисейская торговая компания» расширить ассортимент на вышеперечисленные товарные позиции.

Расширение ассортимента привело к увеличению оборота розничной торговли на предприятии ОАО «Енисейская торговая компания» в течение 1 года на 2762,9 тыс.руб.

Более того, данное расширение коснулось только 3 товарных групп из 14 представленных. То есть, увеличение оборота розничной торговли по вкусовым товарам составило 420,7 тыс.руб., по алкогольной и безалкогольной продукции составило 526,3 тыс.руб., по прочим продовольственным товарам составило 1815,9 тыс.руб. Самое сильное увеличение оборота розничной торговли получилось по прочим продовольственным товарам.

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 05.04.2015 №2-ФКЗ – Режим доступа: Консультант плюс.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части 1, 2, 3 и 4: с изм. и доп. на 15.03.2015 г. – Москва: Эксмо, 2015. – 736 с.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая и вторая: с изм. и доп. на 01.02.2015 г. – Москва: Эксмо, 2015. – 880 с.

4. Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях», № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», № П-5(М) «Основные сведения о деятельности организации» [Электронный ресурс]: приказ Федеральной службы гос. статистики Российской Федерации от 26 октября 2015 г. №498.- Режим доступа: КонсультантПлюс.

5. Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения: [Электронный ресурс]: приказ Росстата №428 от 28 октября 2013, ред. от 23.10.2014 №625. - Режим доступа: Консультант Плюс.

6. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом Министерства финансов РФ от 06.07.1999 г. №43н ред. 07.08.2014 г. – Режим доступа: КонсультантПлюс.

7. ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля. Классификация предприятий. - Введ. 01.01.02. – Москва.: Госстандарт России, 2001. – 16 с.

8. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. - Введ. 01.01.2011. – Москва: Стандартинформ, 2010. – 14 с.
9. Арзуманова Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мочабели. – Москва: Дашков и К, 2011 – 274 с.
10. Баженов Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли: учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 96 с.
11. Брагин Л.А. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / Л.А. Брагин. – Москва: ИНФРА-М, 2008. – 314 с.
12. Горфинкель В.Я. Экономика предприятия: учебник / В.Я. Горфинкель. – Москва: ЮНИТИ, 2008. – 718 с.
13. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник / Г.Г. Иванов. - Москва: Академия, 2010. - 320 с.
14. Любушин Н.П. Экономический анализ: учебник / Н.П. Любушин. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 575 с.
15. Лысенко Д.В. Экономический анализ / Д.В. Лысенко. - Москва: Проспект, 2010. – 376 с.
16. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия): учебник / К.А. Раицкий.- Москва: Дашков и К, 2008. - 1012 с.
17. Саталкина Н.И. Экономика торговли: учеб. Пособие для среднего профобразования / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2011. – 26 с.
18. Сафронова Н.А. Экономика организации (предприятия): учебник / Н.А. Сафронова. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 37 с.
19. Сулова Ю.Ю. Доходы предприятия торговли: учебное пособие/ Ю.Ю. Сулова, Н.Н. Терещенко; Сиб. федер. ун-т. – Красноярск, 2014. – 55 с.
20. Суша Г.З. Экономика предприятия / Г.З. Суша. – Москва: Новое знание, 2011. – 117 с.

21. Терещенко Н.Н. Анализ эффективности деятельности предприятий торговли: учеб. пособие / Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельянова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2006. – 102 с.

22. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник/ А.М. Фридман. – Москва: Дашков и К, 2013. -656 с.

23. Экономика отрасли: торговля и общественное питания: учеб. пособие / Е.А. Карпенко и[др.] – Москва: Альфа-М, 2008. – 224 с.

24. Экономика предприятия торговли и общественного питания: учеб. пособие / под ред. Т.И. Николаевой, Н.Р. Егоровой. – Москва: КНОРУС, 2008. – 400 с.

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

Приложение Б

Форма информационной карты заявки на размещение

выпускной квалификационной работы на сайте университета

Наименование поля данных	Информация
1 Автор (фамилия, имя, отчество студента)	Мартынов Иван Дмитриевич
2 Руководитель (фамилия, имя, отчество), должность, ученая степень, ученое звание	Батраева Элина Александровна, и.о. декана ФЭУ, доцент, канд. эконом. наук
3 Код Государственного рубрикатора научно-технической информации (ГРНТИ)	06.81.12
4 Заглавие (тема/название работы)	Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов роста
5 Тип документа: выпускная квалификационная работа бакалавра, дипломная работа специалиста, дипломный проект специалиста, магистерская диссертация	Выпускная квалификационная работа бакалавра
6 Код и наименование направления (специальности) /профиля/ программы	38.03.01 «Экономика», профиль 38.03.01.09 «Экономика предприятий и организаций»
7 Институт, кафедра	ТЭИ. СФУ. Кафедра экономики и планирования
8 Год издания/защиты (текущий)	2016
9 Место издания	Красноярск
10 Издатель	Сибирский федеральный университет
11 Поле для загрузки файла с текстом работы	
12 E-mail руководителя ВКР	batraeva60@mail.ru
13 Пароль	
14 Заявление о соблюдении авторских прав	<i>Я подтверждаю, что выпускная работа написана в соответствии с правилами академической этики и не нарушает авторских прав иных лиц</i>
15 Наличие соавторов (да/нет)	нет
16 Наличие конфиденциальной информации в тексте выпускной квалификационной работы	<i>а) Я подтверждаю, что текст ВКР не содержит сведений, составляющих государственную тайну, а также производственных, технических, экономических, организационных и других сведений, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах</i>

Окончание приложения Б

Наименование поля данных	Информация
	<i>осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется)</i>
	<i>б) Из текста ВКР изъяты производственные, технические, экономические, организационные и другие сведения, в том числе о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, в соответствии с решением правообладателя (публикуется с учетом изъятия)</i>
	<i>в) Текст ВКР содержит сведения, содержащие государственную тайну (не публикуется)</i>

Примечания:

1) Все поля информационной карты обязательны для заполнения.

2) Пункты 3, 5-7 выбираются из словаря.

