

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Ю.Л. Александров

«15» июля 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и
организаций»

«Оборот розничной торговли: анализ и обоснование резервов роста»

Научный

руководитель:

Выпускник:



подпись, дата



подпись, дата

доцент, к.э.н.

ЭП-12-13

Т.И. Берг

А.Д. Абилов

Красноярск 2017

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Оборот розничной торговли: анализ и экономическое обоснование резервов роста» содержит 68 страниц текстового документа, 9 приложений, 33 использованных источника, 11 рисунков, 28 таблиц.

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, АНАЛИЗ, ПЛАНИРОВАНИЕ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, ФАКТОРЫ, ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ, РЕЗЕРВЫ РОСТА ОБОРОТА, МЕРОПРИЯТИЯ.

Объект исследования – торговое предприятие ООО «Камитек» магазин «Ремонт» г.Красноярск.

Предмет исследования – оборот розничной торговли торгового предприятия.

Цель бакалаврской работы – провести анализ и планирование оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Камитек» магазин «Ремонт» и обосновать резервы его роста.

Задачи исследования:

- раскрыть понятие, сущность, виды оборота розничной торговли;
- рассмотреть методику анализа и планирования оборота розничной торговли и товарного обеспечения;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику торгового предприятия «Камитек»;
- провести анализ оборота розничной торговли и товарного обеспечения ООО «Камитек»;
- дать оценку влияния факторов на изменение оборота розничной торговли ООО «Камитек»;
- провести планирование оборота розничной торговли по общему объему, периодам года и ассортиментной структуре;
- выявить и экономически обосновать резервы роста оборота розничной торговли;
- - оценить риски торгового предприятия.

В результате проведенных исследований дана краткая организационно-экономическая характеристика предприятия, проведен анализ оборота розничной торговли, оценка влияния факторов на его изменение, проведен анализ товарных запасов.

Проведено планирование оборота розничной торговли по общему объему, периодам года, ассортиментной структуре. Выявлены и разработаны рекомендации, позволяющие повысить объем продаж исследуемого предприятия, такие как: внедрение в ассортимент товарной группы резиновая плитка «EcoStep»; распродажа залежалых товаров «Столешницы», что обеспечит прирост оборота розничной торговли по сравнению с отчетным годом и планом, увеличить прибыль от продаж.

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	5
1.1 Оборот розничной торговли: сущность, состав, значение, виды	5
1.2 Методика анализа оборота розничной торговли.....	9
1.3. Методика планирования оборота розничной торговли.....	13
2. АНАЛИЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «Камитек» МАГАЗИН «Ремонт».....	21
2.1. Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия ООО «Камитек» магазин «Ремонт».....	21
2.2. Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли ООО «Камитек».....	28
2.3. Факторный анализ оборота розничной торговли магазина «Ремонт».....	35
2.4. Анализ состояния товарных ресурсов магазина «Ремонт».....	42
3. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «Камитек» МАГАЗИНА «Ремонт».....	47
3.1 Экономическое обоснование общего объема оборота розничной торговли магазина «Ремонт » различными методами.....	47
3.2. Планирование оборота розничной торговли по периодам года и структуре.....	51
3.3. Резервы роста оборота розничной торговли и оптимизация его структуры.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время, когда современные торговые предприятия уже заняли свою нишу, для них становится актуальной проблема удержания и расширения доли рынка, привлечение новых покупателей и получение максимальной прибыли. В процессе достижения этих ориентиров оборот розничной торговли выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализованных товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема оборота розничной торговли, как основного фактора роста доходов и финансовой независимости.

Предприятие, ориентируясь на соотношение спроса и предложения, учитывая свои реальные возможности, обосновывает объем продажи товаров, обеспечивающий получение дохода, необходимого для своевременного и полного расчета с государством и партнерами, получения прибыли, достаточной для дальнейшего развития. Это положение требует использования оперативных методов планирования объема оборота розничной торговли.

Основная цель бакалаврской работы – провести анализ и планирование оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Камитек» магазина «Ремонт» и обосновать резервы его роста.

Основными задачами бакалаврской работы, обеспечивающими достижение поставленной цели, являются:

- раскрыть понятие, сущность, виды оборота розничной торговли;
- рассмотреть методику анализа и планирования оборота розничной торговли и;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику торгового предприятия «Камитек» магазина «Ремонт»;
- провести анализ оборота розничной торговли и товарного обеспечения магазина «Ремонт»;

- дать оценку влияния факторов на изменение оборота розничной торговли магазина «Ремонт»;

- провести планирование оборота розничной торговли по общему объему, периодам года и ассортиментной структуре;

-- выявить и экономически обосновать резервы роста оборота розничной торговли.

Теоретической основой бакалаврской работы являются труды отечественных специалистов в данной области: Берг Т.И., Брагин Л.В., Емельянова О.Н., К.А. Раицкий, А.Н. Соломатин, А.М. Смирнова, Терещенко Н.Н. и др.; законодательство Российской Федерации и его структур; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по Красноярскому краю; официальные инструктивно-методические материалы; публикации в периодической печати; результаты собственных исследований.

Методической основой написания бакалаврской работы является использование в процессе проводимых исследований следующих методов анализа: сравнения и группировки, относительных и абсолютных величин, индексный метод, метод разниц, и методов планирования: экономико-статистических, экономико-математического, прямого счета, экспертных оценок и др.

Предметом исследования в бакалаврской работе является оборот розничной торговли. Объектом исследования в работе - конкретное предприятие торговли – ООО «Камитек», магазин «Ремонт» в г.Красноярске.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложения. Общий объем работы 80 стр. Бакалаврская работа иллюстрирована 11 рисунками; 28 таблицами, 9 приложениями. Список использованных источников включает в себя 33 источника.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1оборот розничной торговли: сущность, состав, значение, виды

Розничная торговля является конечным этапом сбыта, необходимым звеном системы распределения, она обеспечивает продвижение товаров от изготовителя до конечного потребителя. Основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей население получает через торговлю. [30]

Оборот розничной торговли представляет собой последнюю, конечную стадию движения товаров в сфере обращения, когда они переходят в сферу потребления посредством осуществления акта купли-продажи. При этом товары потребляются полностью или образуют фонд личного потребления.

Оборот розничной торговли – это стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков.

В состав оборота розничной торговли формируется в соответствии с документами приказом Росстата «Основные сведения о деятельности организации» и приведен в приложении А [7].

Оборот розничной торговли учитывается в розничных ценах – фактических проданных ценах, включающих торговую наценку (надбавку), НДС.

Обязательным признаком операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (документов строгой отчетности, приравненные к чекам).

Объектами оборота розничной торговли являются потребительские товары, а субъектами выступают продавцы и покупатели этих товаров (рисунок 1.

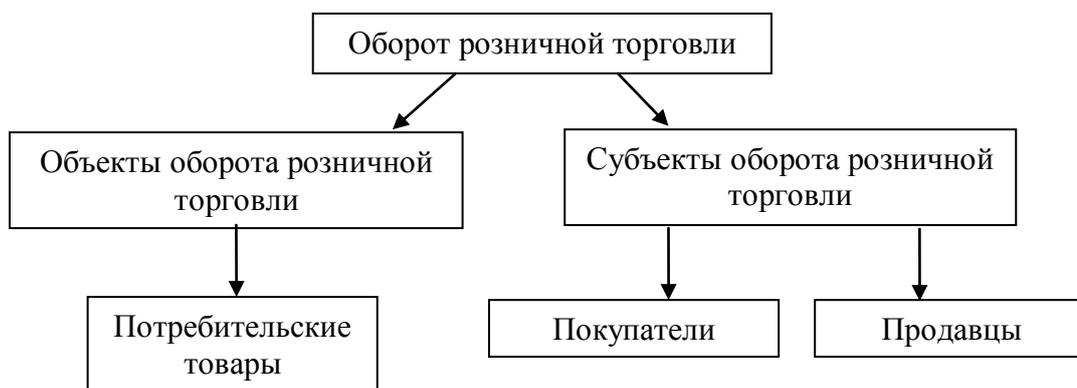


Рисунок 1 - Объекты и субъекты оборота розничной торговли [8]

Населению оборот розничной торговли производится за наличный расчет независимо от каналов их реализации. Она может быть произведена:

- юридическими лицами, осуществляющими розничную торговлю, для которых торговая деятельность является основной (магазины, универмаги, палатки и др.);
- юридическими лицами, осуществляющими торговлю, но для которых торговая деятельность не является основной (магазины при промышленных предприятиях и др.);
- физическими лицами, осуществляющими продажу товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках (без регистрации юридического лица).

Объемы продажи населению товаров физическими лицами на вещевых, смешанных и продовольственных рынках осуществляются на основе специальных обследований, осуществляемых региональными статистическими органами в соответствии со статистическим инструментарием.

Значение оборота розничной торговли следует рассматривать в двух аспектах: экономическом и социальном (рисунок 2).

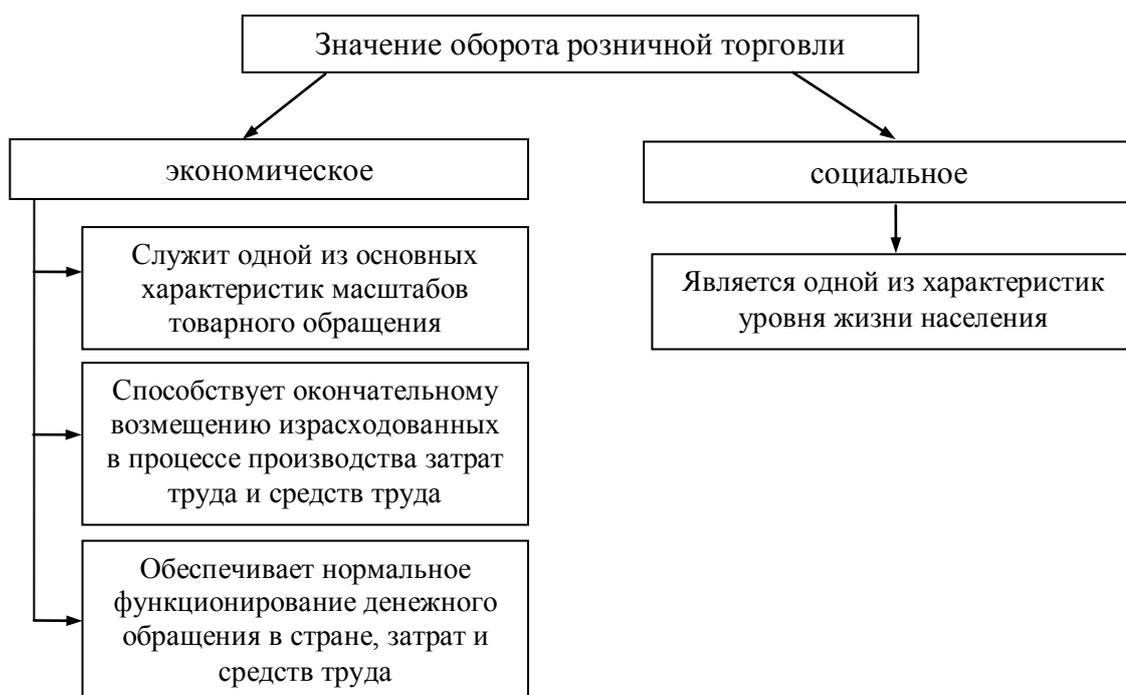


Рисунок 2 – Значение оборота розничной торговли [8]

Оборот розничной торговли - это важнейший показатель и торгового предприятия, он характеризует объем деятельности предприятия, от него зависит объем деятельности предприятия, от него зависит объем валового дохода и прибыли. Объем и структура оборота являются основой планирования других экономических показателей торгового предприятия, так как через оборот розничной торговли возмещаются все затраты общества на производство и обращение товаров.

Главной целью в настоящее время для торгового предприятия является получение максимальной прибыли, а оборот розничной торговли выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку розничное торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема оборота розничной торговли как основного фактора роста доходов и прибыли, относительно снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

Рассмотрев состав и значение оборота розничной торговли, необходимо рассмотреть виды оборота розничной торговли и их классификацию представленные в приложении Б [8].

Количественная и качественная сторона оборота розничной торговли тесно связаны с функциями торговли. Акт купли-продажи характеризует количественную сторону оборота розничной торговли. Обеспечение удовлетворения спроса на потребительские товары характеризует качественную сторону оборота розничной торговли.

Оборот розничной торговли измеряется стоимостными и натуральными показателями. К стоимостным показателям, характеризующим оборот розничной торговли, относятся следующие:

- Объем оборота розничной торговли в стоимостном выражении в действующих ценах, тыс.руб.;
- Объем оборота розничной торговли в стоимостном выражении в сопоставимых ценах, тыс.руб.;
- Ассортиментная структура оборота розничной торговли по отдельным группам товаров, тыс.руб.;
- Объем оборота розничной торговли в расчете на одного работника, в том числе работника торгово-оперативного персонала, тыс.руб./чел.;
- Объем оборота розничной торговли на 1 м^2 общей площади, в том числе торговой площади, тыс.руб./ м^2 .

Оборот розничной торговли может выступать как один из показателей, определяющих мощность торгового предприятия, т.к. по его величине можно судить об объеме деятельности предприятия. Оборот розничной торговли может быть использован для характеристик эффективности использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Так как оборот розничной торговли является показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с величиной затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) даст представление об эффективности их использования, т.к. в

обобщенном виде показатель эффективности есть соотношение результата и затрат. Оборот розничной торговли может быть использован для расчета трудоемкости, фондоемкости, затратноемкости, капиталоемкости ресурсов. С помощью этих показателей можно в первом приближении определить потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста оборота розничной торговли.

Развитие оборота розничной торговли должно быть тесно увязано с такими экономическими показателями, как спрос, поступление товаров, товарные запасы, прибыль, численность работников, расходы на оплату труда.

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 рисунке 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.

Важным направлением подготовительного этапа является определение круга необходимой для осуществления анализа первичной и вторичной информации.



Рисунок 3 - Характеристика этапов анализа оборота розничной торговли [8]

При анализе оборота розничной торговли используется, прежде всего, вторичная информация, включающая в себя:

- 1) внутренние источники информации (бухгалтерская и статистическая отчетность предприятия, материалы аудиторских проверок и т. п.)

2) внешние источники информации (статистические сборники и записки, материалы периодической печати).

При недостатке вторичной информации для осуществления анализа оборота розничной торговли используется первичная информация, которая может включать в себя материалы проведенных исследований товарных рынков; результаты исследований закупок потребительских товаров и оценки конкурентоспособности основных поставщиков и покупателей товаров; материалы по активизации и оптимизации сбытовой, ценовой, рекламной и др. стратегий и политики деятельности розничного предприятия и т. д. [11]

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.

Важным завершающим направлением подготовительного анализа оборота розничной торговли предприятия является изучение и оценка основных предпосылок, определяющих деятельность предприятия.

После окончания подготовительного этапа исследователи приступают к выполнению основного этапа анализа оборота розничной торговли, осуществляемого по ряду направлений: анализ динамики общего объема оборота розничной торговли; оценка его состава и структуры по видам продаж, анализ во временном и ассортиментном аспектах, факторный анализ оборота розничной торговли, анализ его товарного обеспечения.

При проведении анализа оборота розничной торговли могут использоваться как традиционные, так и математические методы экономического анализа, такие как: абсолютных, относительных величин, балансовый метод, индексный метод, метод сравнения, метод цепных подстановок, метод абсолютных разниц, метод группировки и др.

Анализ динамики общего объема оборота розничной торговли осуществляется за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах. Анализируя динамику оборота розничной торговли, определяют темп роста, темп прироста,

среднегодовой темп роста оборота розничной торговли (методика расчета показателей приведена в приложении В).

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 (методика расчета показателей приведена в приложении В).

Следующим направлением является анализ динамики оборота розничной торговли в ассортиментном разрезе, что позволяет выявить основные изменения в товарной структуре оборота и оценить влияния этих изменений на общий размер оборота. Методика расчета коэффициента абсолютных структурных сдвигов приведена в приложении В.

Важным направлением основного этапа анализа оборота розничной торговли является оценка влияния различных факторов на изменение оборота розничной торговли. Оборот розничной торговли подвержен влиянию множества факторов, которые можно подразделить на группы:

- связанные с ценами.
- связанные с товарными ресурсами.
- связанные с трудовыми ресурсами (численностью и производительностью труда).
- связанные с использованием основных средств.

Методика расчета вышеперечисленных факторов на изменение объема продаж представлена в приложении Г.

Завершающим направлением основного этапа анализа оборота розничной торговли является анализ его товарного обеспечения, который включает в себя два основных направления: анализ товарных запасов; оценка эффективности использования товарных запасов.

Основными показателями эффективности использования товарных запасов являются время товарного обращения и скорость товарного обращения

(или товарооборачиваемость в днях и в числе оборотов), уровень товарных запасов, сумма высвобожденных (вовлеченных) средств в оборот. Методика расчета показателей эффективности товарных запасов представлена в приложении Д.

На заключительном этапе анализа оборота розничной торговли осуществляется SWOT-анализ, и на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизации его структуры и состава.

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 оборота розничной торговли является одним из важнейших моментов деятельности торгового предприятия (рисунок 4).

Основными экономическими предпосылками планирования оборота розничной торговли являются:

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

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

3) анализ баланса денежных доходов и расходов населения за отчетный и прогнозируемый периоды;

4) основных показателей деятельности торгового предприятия за ряд предшествующих лет;

5) перспективы деятельности предприятия торговли в прогнозируемом периоде (прирост или выбытие торговых площадей, увеличение или сокращение численности работников и т.п.) [23]

Характеристика этапов планирования оборота розничной торговли представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 - Характеристика этапов планирования оборота розничной торговли [23]

Распространенные методы расчета оборота розничной торговли по общему объему представлены на рисунке 5.

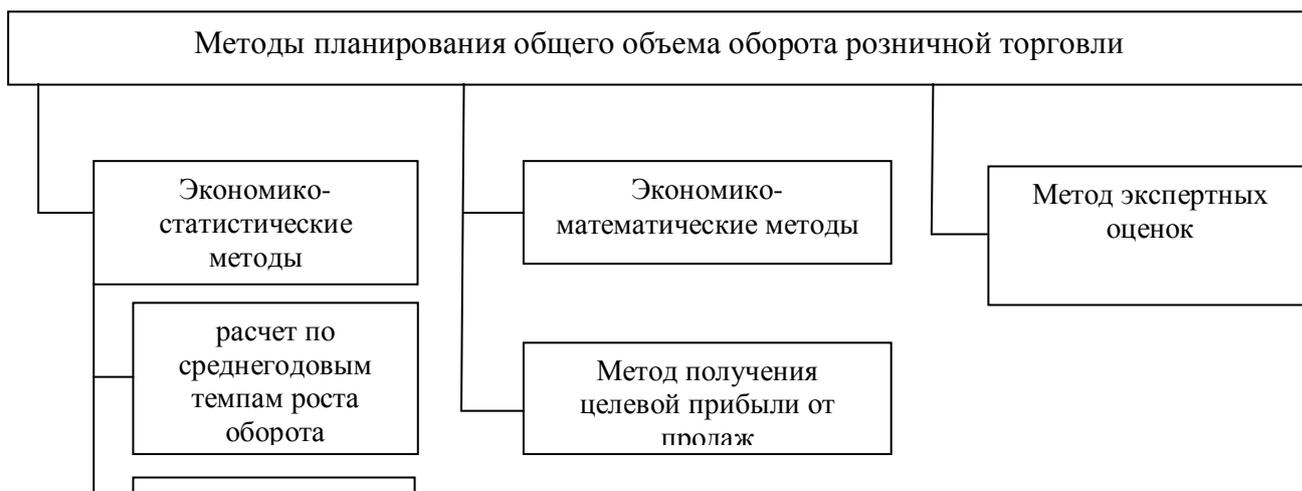


Рисунок 5 - Методы планирования оборота розничной торговли (по общему объему) [по источнику 13, 23, 31]

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:

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

где 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.

Планируемый объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле:

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (2)$$

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 оборота розничной торговли 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.

$$\Delta\bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1} \quad (3)$$

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\Delta\bar{K}. \quad (4)$$

Планируемый объем оборота розничной торговли предприятия определяется по следующей формуле:

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф}}{100}. \quad (5)$$

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

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

II этап – выбор математического уравнения, отражающего эту зависимость;

III этап – нахождение параметров данного уравнения;

IV этап – планирование оборота розничной торговли на основе выбранного уравнения;

V этап – расчет ошибки плана. [11]

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

Данный метод можно использовать на всех уровнях деятельности предприятия торговли.

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

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

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

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

$$П_{пр} = ВП - ИО \quad П_{пр} = \frac{P \cdot Y_{ВП}}{100} - \frac{P \cdot Y_{ИО}}{100} \quad (6-7)$$

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{П_{пр_{пл}}}{Y_{ВП_{пл}} - Y_{ИО_{пл}}} \cdot 100 \quad (8)$$

где $П_{пр_{пл}}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового предприятия, тыс. руб.; $Y_{ВП_{пл}}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %; $Y_{ИО_{пл}}$ – планируемый уровень издержек обращения, %. [13]

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 следующими методами (рисунок 6).



Рисунок 6 - Основные методы планирования оборота розничной торговли (по структуре и периодам времени) [23]

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 оборота розничной торговли 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 (методика расчета в приложении Е).

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) (методика расчета в приложении Е).

Использование метода экспертных оценок обусловлено в основном отсутствием достаточного объема достоверной статистики или при прогнозировании новых объектов. При распределении планового объема оборота розничной торговли по периодам времени в основном используются метод «комиссий» и метод «интервью».

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 (методика расчета в приложении Ж).

При планировании оборота розничной торговли по товарным группам также расчеты могут производиться на основе коэффициента эластичности (методика расчета в приложении Ж).

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

На заключительном этапе выявляются и обосновываются резервы роста объема оборота розничной торговли, оптимизация 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 структуры и состава.

Рассмотрев все теоретические аспекты сущности, состава, методiku анализа и планирования оборота розничной торговли, во второй главе бакалаврской работы будет проведен всесторонний анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Камитек» магазин «Ремонт ».

Заключение

Для эффективного функционирования и развития предприятия, ему, прежде всего, необходима устойчивость денежной выручки, достаточной для расплаты с поставщиками, кредиторами, своими работниками, местными органами власти, государством. Рост оборота, доходов и прибыли, содействующий наращиванию рентабельности, росту устойчивости предприятия, уменьшению вероятности его банкротства, необходим предприятию для эффективной деятельности.

Оборот розничной торговли выступает как важнейшее и необходимое условие получения максимальной прибыли. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализованных товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема оборота розничной торговли, как основного фактора роста доходов и прибыли.

В первой главе бакалаврской работы изложены экономическое содержание оборота розничной торговли и теоретические и методические основы его планирования.

Во второй главе дипломной работы проведен анализ оборота розничной торговли торгового предприятия ООО «Камитек» магазина «Ремонт» в г.Красноярске.

В целом деятельность предприятия оценивается положительно, так как происходит рост всех показателей финансовых результатов деятельности, валовой прибыли, прибыли от продаж, чистой прибыли и рентабельности деятельности, трудовые ресурсы, оборотные средства используются эффективно, однако обновление основных фондов привело к снижению фондоотдачи и фондорентабельности, что в дальнейшем обеспечит качество торгово-технологического процесса. Таким образом, в динамике деятельность предприятия можно признать условно положительной, так как происходит рост рентабельности конечной деятельности.

Оборот розничной торговли отчетного года больше оборота розничной торговли базисного года на 57,47%, тогда как анализируемый показатель увеличился по сравнению с предшествующим годом на 37,37%. Оборот за пять лет в сопоставимых ценах развивался динамично, и имел к концу периода рост.

Самыми напряженными в течение года выявлены 2 и 3 кварталы, что является типичным для реализации товаров для ремонта. По кварталам происходит достаточно равномерное развитие объема продаж почти 96%, колебания прослеживаются, как отмечалось во 2 и 3 кварталах года.

В основном на динамику физического объема продаж оказали интенсивные факторы: рост производительности труда всех работников, физического объема, стоимости и скорости обращения оборотных средств, оборота розничной торговли на метр квадратный.

Однако отрицательным является существенное влияние таких факторов как: рост цен на товары, рост стоимости основных фондов, и оборотных средств, снижение фондоотдачи, рост запасов товаров на конец года.

Товарные ресурсы на предприятие поступают равномерно, и формируются за счет двух поставщиков, специализирующихся на выпуске и реализации отдельных товаров белья для женщин.

Товарные запасы используются эффективно, о чем свидетельствует ускорение товарооборачиваемости и скорости обращения, что привело к высвобождению средств авансированных в товарные запасы из оборота.

В третьей главе дипломной работы проведено планирование оборота розничной торговли рассматриваемого предприятия, даны обоснованные рекомендации по повышению оборота розничной торговли, а, следовательно, и возможной прибыли.

Результаты планирования оборота розничной торговли различными методами позволили сделать вывод, что наиболее оптимальный объем оборот розничной торговли, это объем оборот розничной торговли, рассчитанный методом получения целевой прибыли от продаж. Оборот розничной торговли ООО «Камитек» магазина «Ремонт» на 2017 год должен составить 21300 тыс.

руб. Рассматривая оборот розничной торговли магазина «Ремонт» в квартальном разрезе, выбрали метод на основе индексов сезонности, что наибольший объем оборота розничной торговли, как и в предыдущие годы, будет приходиться на 2,3 кварталы, а наименьший оборот розничной торговли будет приходиться на 1 и 4 кварталы, несмотря на рост этого показателя в динамике.

По структуре оборот розничной торговли рассчитан на основе экономико- статистических методов по среднему удельному весу отдельных товарных групп в общем объеме и через коэффициент эластичности.

Повышение суммы оборота розничной торговли предполагает изменение его структуры. В планируемом году предполагается увеличение оборота розничной торговли по всем товарным группам, в среднем на 24,49%.

1. Магазины «Ремонт» для устойчивого положения на рынке, путем расширения реализуемого ассортимента товаров - внедрения резиновой плитки EcoStep. Поставщиком данной продукции будет ООО «ЭкоСтеп Красноярск, что позволит привлечь новых покупателей и увеличить оборот розничной торговли.

При введении новой товарной группы товаров «Плитка EcoStep», магазин «Ремонт» увеличит оборот розничной торговли на 882,0 тыс. руб. и валовую прибыль на 190 тыс. руб., прибыль от продаж составит 142 тыс.руб.

2. Анализ товарных запасов выявил неэффективное их использование, поэтому необходимо провести распродажу товаров, столешниц на сумму 500 тыс.руб..

Учитывая, что средний уровень торговой надбавки поданной группе 60%, предлагается снизить до 25%.

Магазин «Ремонт» увеличит оборот розничной торговли на 625 тыс. руб. и валовую прибыль на 125 тыс. руб., прибыль от продаж на 90 тыс.руб.

Кроме этого необходимо проводить ряд маркетинговых мероприятий способствующих увеличению оборота розничной торговли, таких как:

- Продажа подарочных сертификатов;

- Аудио ролик - о проходящих акциях в магазине;
- Оформление витрины согласно сезонности и проходящих акциях в магазине, развеска внутри зала стандартом мерчендайзинга;
- Постоянный анализ неудовлетворенного спроса покупателей;
- Тренинги для торгово-оперативного персонала и т.п.

Предложенные мероприятия позволят увеличить оборот розничной торговли почти на 39% по сравнению с отчетным годом. Так как не планируется увеличивать торговую площадь (останется 75 м), и численность всего и торгово-оперативного персонала (составит 5 человек и 4 человека соответственно), то оборот розничной торговли на один квадратный метр и производительность труда всех работников и торгово-оперативных возрастет в той же пропорции на 39%.

Валовая прибыль возрастет по сумме на 40,12%, но сократится по уровню 46,02% к обороту.

В связи с проведением мероприятий в планируемом периоде увеличится сумма издержек обращения на 2416 тыс. руб., но их уровень сократится на 1,71% и составит 40,72% к обороту.

Прибыль от продаж в планируемом году после проведения мероприятий увеличится в 2,3 раза и составит 1260 тыс.руб., а рентабельность продаж на 2,12% и составит 5,3% к обороту, что оценивается положительно.

Таким образом, проведение запланированных мероприятий положительно отразится на результатах деятельности торгового предприятия ООО «Камитек» и магазина «Ремонт», предприятие имеет возможности и резервы для повышения оборота розничной торговли в будущем году и для достижения большей эффективности деятельности предприятия их необходимо реализовать.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция РФ [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (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) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1, 2, 3, 4 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 г. №51-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Налоговый кодекс РФ : в 2 ч. [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 г. №146-ФЗ, 05.08.2000 г. №117-ФЗ г. №51-ФЗ // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Трудовой кодекс РФ. [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 28.07.2012 N 136-ФЗ) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
4. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998г. №14-ФЗ. - Режим доступа: Консультант Плюс.
5. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» : [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.10.2008 г №106-н; ред. от 27.04.2012 г №55-н. - Режим доступа: Консультант Плюс.
6. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» : [Электронный ресурс]: утв. приказом М-ва финансов Рос. Федерации от 06.10.2008 г №106-н; ред. от 27.04.2012 г №55-н. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. Указания по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы», № 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 Росстата от 24.10.2012 № 435. В ред. Приказа Росстата от 20.11.2016 № 611// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
8. 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.
9. Абрютина, М. С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие / М. С. Абрютина. – Москва: Дело и сервис, 2010. – 462 с.
10. Арзуманова Т. И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания [Электронный ресурс] / Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мочабели. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К.– Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430313>.

11. Абрютин М.С. Экономический анализ торговой деятельности : учеб. пособие / М.С. Абрютин.- М.: Дело и сервис, 2009.-512 с.
12. Баженов, Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли [Текст] : учебное пособие / Ю. К. Баженов, Г. Г. Иванов. – Режим доступа: <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=421955>
13. Берг, Т.И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли: учеб. пособие/ Т.И.Берг; Краснояр.гос.торг.-экон.ин-т.- Красноярск: КГТЭИ,2007.-138с.
14. Баканов М.И. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие/ М.И. Баканов.- 2-е изд. М.: Финансы и статистика, 2008.- 400 с.
15. Бланк И.А. Торговый менеджмент: учеб. курс/ И.А. Бланк.- Киев: Ника-Центр Эльга, 2009.-527 с.
16. Валевич Р.П. Экономика торгового предприятия/ Р.П. Валевич, Г.А. Давыдова.- Минск: Вышэйш. шк.,2008.-367 с.
17. Греховодова М.Н. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие/ М.Н. Греховодова.- Ростов н/Д : Феникс, 2010.-192 с.
18. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г.Г. Иванов – М.: Академия, 2013. – 318с.
19. Кузнецова, О.В.; Пионтовский, И.Н.; Лихачева, Формирование ассортимента товаров в коммерческой деятельности розничного торгового предприятия /О.В. Кузнецова И.Н. Пионтовский, И.Н. Лихачева //Экономика и социум. 2014 (2-5):1241-1245[Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22970892>
20. Раицкий К. А. Экономика и управление в организациях торговли: учеб. пособие / К. А. Раицкий. – М.: Аспект-Пресс, 2009.
21. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия :учебник / Г. В. Савицкая. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 536 с.
22. 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.
23. Терещенко Н.Н. Планирование деятельности торгового предприятия: учеб. пособие / Н.Н. Терещенко ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т.-Красноярск: Универс, 2005. -112 с.
24. Управление торговой организацией: Учебник / Г.Г. Иванов, И.С. Лебедева, Т.В. Панкина. – Москва: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. – 368 с
25. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества [Текст] : учебник / А. М. Фридман. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : "Дашков и К", 2015. - 655 с. – Режим доступа: <http://znaniium.com/bookread2.php?book=415065>
26. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес [Электронный ресурс] / В.А. Чернов. – Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=396159>

27. Экономика отрасли: торговля и общественное питание : учеб. пособие / Е.А. Карпенко, В.А. Ларионова, Л.А. Ольхова и др. – М. : Альфа – М; Инфра – М, - 2008. – 224 с.
28. Экономика предприятий торговли / под ред. Н. Максименко, Е. Шишковой. – М.: Высшая школа. – 2010. – 544с.
29. Экономика торгового предприятия. Торговое дело [Текст] : учебник для студентов вузов по экономическим специальностям / Российская экономическая академия [РЭА] им. Г.В. Плеханова ; под ред. Л. А. Брагин. - Москва : ИНФРА-М, 2010. - 313 с.
30. Экономика предприятия торговли и общественного питания: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения/ Ю.В.Лысенко, М.В. Лысенко, Э.Х. Таипова. – СПб.: Питер, 2016. – 416 с.
31. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / под ред. А. Н. Соломатина. – СПб: Питер, 2010. – 560 с.
32. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: учеб. пособие / под ред. Е. А. Карпенко [и др.] – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008. – 224 с.
33. Экономика предприятий торговли и общественного питания [Текст] : учеб. пособие для вузов / ред.: Т. И. Николаева, Н. Р. Егорова. – 3-е изд., стереотип. – Москва : КноРус, 2016. – 400 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А – Состав оборота розничной торговли [7]

Включается в оборот розничной торговли	Не включается в оборот розничной торговли
<p>✓ стоимость товаров, проданных по договорам комиссии (поручения или агентским договорам) по моменту продажи в размере полной стоимости товаров, включая вознаграждение;</p> <p>✓ полная стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателям);</p> <p>✓ стоимость товаров длительного пользования, проданных по образцам (по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);</p> <p>✓ 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;</p> <p>✓ стоимость товаров, проданных по почте; товары высылаются покупателю, который выбирает их по рекламным объявлениям, каталогам, образцам или другим видам рекламы;</p> <p>✓ стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;</p> <p>✓ полная стоимость лекарственных средств, отпущенных отдельным категориям граждан бесплатно или по льготным рецептам;</p> <p>✓ полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (угля, газа в баллонах, древесного топлива и т.п.);</p> <p>✓ стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета, без учета стоимости доставки);</p> <p>✓ стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;</p> <p>✓ стоимость проданной порожней тары.</p> <p>Оборот розничной торговли показывается, включая стоимость стеклянной посуды, проданной вместе с товаром (за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды) или принятой в обмен на товар.</p> <p>Стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые подразделения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям, пособиям и т.п. с последующей оплатой организациям торговли предприятиями, органами социального обеспечения или др., включается в оборот розничной торговли.</p>	<p>✓ стоимость товаров, выданных своим работникам в счет оплаты труда;</p> <p>✓ стоимость объектов недвижимости;</p> <p>✓ стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;</p> <p>✓ стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи;</p> <p>✓ стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам (в том числе и организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям.</p>

Приложение Б - Классификация видов оборота розничной торговли [9]

Признак классификации	Виды оборота розничной торговли
В зависимости от формы собственности	Оборот государственной (муниципальной) розничной торговли Оборот негосударственной (в т.ч. частной) розничной торговли)
В зависимости от форм расчета	Наличноденежный оборот Безналичный оборот Оборот по продаже товаров в кредит
По составу	Оборот торгующих организаций, предприятий Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках
По структуре оборота розничной торговли	Оборот продовольственных товаров Оборот непродовольственных товаров
В зависимости от влияния цен	Оборот в действующих ценах Оборот в сопоставимых ценах
В зависимости от измерителей	Оборот в стоимостных показателях Оборот в натуральных показателях
В зависимости от форм отчетности	Плановый оборот розничной торговли Фактический оборот розничной торговли Ожидаемый оборот розничной торговли Прогнозируемый (планируемый) оборот розничной торговли

Приложение В - Методика расчета показателей, используемых при анализе оборота розничной торговли

Направление анализа	Методика расчета
1. Анализ динамики оборота розничной торговли	<p>Расчет оборота розничной торговли в сопоставимых ценах: $P_{с.ц.} = \frac{P_{д.ц.}}{I_c}$.</p> <p>Темп роста и темп прироста оборота розничной торговли: $T_p = \frac{P_1}{P_0} \times 100$, $T_{np} = T_p - 100$.</p> <p>Процент выполнения плана: $\% P_{пл} = \frac{P_{ф}}{P_{пл}} \times 100$.</p> <p>Среднегодовой темп роста оборота розничной торговли: $\overline{T_p} = \sqrt[n]{\frac{P_n}{P_0}} \times 100$.</p>
2. Анализ ритмичности, равномерности и сезонности продаж	<p>Ритмичность и равномерность продаж характеризует бесперебойность работы предприятия в реализации товаров покупателям. Ритмичность развития оборота розничной торговли по периодам времени устанавливается отношением числа периодов, за которые выполнен план, к общему их количеству.</p> <p>Коэффициент равномерности: $K_p = 100 - V$, $V = \frac{\sigma \times 100}{\bar{X}}$, $\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}}$.</p> <p>Индекс сезонности: $I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}$, $\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}$.</p>
3. Анализ ассортиментного состава	<p>Коэффициент абсолютных структурных сдвигов в обороте розничной торговли: $K_{смп.сдв.} = \sqrt{\frac{\sum (F_i^1 - F_i^0)^2}{n}}$</p>

где $P_{с.ц.}$ – объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах, тыс. руб.; $P_{д.ц.}$ – оборот розничной торговли в действующих ценах, тыс. руб.; I_c – индекс розничных цен; T_p – темп роста, %; P_1 – объем оборота розничной торговли отчетного периода, тыс. руб.; P_0 – объем оборота розничной торговли базисного периода, тыс. руб.; T_{np} – темп прироста оборота розничной торговли, %; n – количество периодов; $\overline{T_p}$ – среднегодовой темп роста объема оборота розничной торговли, %; P_0 – оборот розничной торговли первого года в динамическом ряду, тыс. руб.; P_n – объем оборота розничной торговли последнего года в динамическом ряду в сопоставимых ценах к базисному периоду, тыс. руб.; $\%P_{пл}$ – процент выполнения плана, %; $P_{ф}$ – фактический оборот розничной торговли, тыс. руб.; $P_{пл}$ – плановый оборот розничной торговли, тыс. руб.; K_p – коэффициент равномерности, %; V – коэффициент вариации, %; σ – среднеквадратическое отклонение; \bar{X} – средний процент (темп роста) оборота к общему объему, %; x – процент (темп роста) оборота розничной торговли по отдельным временным периодам (месяцам, кварталам), %; \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.; $K_{смп.сдв.}$ – коэффициент абсолютных структурных сдвигов в обороте розничной торговли, %; F_i^0 – удельный вес i -ной группы в общем объеме оборота розничной торговли предшествующего года, %; F_i^1 – удельный вес i -ной группы в общем объеме оборота розничной торговли отчетного года, %; n – количество товарных групп.

Приложение Г – Методика расчета влияния факторов на изменение оборота розничной торговли

Наименование факторов	Методика расчета
Связанные с изменением цен и физического объема продаж	<p>Для расчета влияния цен и физического объема продаж на изменение оборота розничной торговли торгового предприятия используют формулы:</p> <p>Изменение объема оборота розничной торговли за счет изменения розничных цен ($\Delta P(\Delta J_{\phi})$): $\Delta P(\Delta J_{\phi}) = P \delta_{\phi,1} - P c_{\phi,1}$,</p> <p>Изменение объема оборота розничной торговли за счет изменения физического объема продаж ($\Delta P(\Delta P_{\phi})$): $\Delta P(\Delta P_{\phi}) = P c_{\phi,1} - P \delta_{\phi,0}$.</p> <p>Совокупное влияние данных двух факторов определяет общее изменение объема оборота розничной торговли торгового предприятия.</p>
Связанные с использованием товарных ресурсов	<p>Состав товарных ресурсов, влияющих на оборот розничной торговли, определяется формулой товарного баланса:</p> $3H + П = P + 3K + B, \quad P = 3H + П - 3K - B,$ <p>Используя вышеуказанную формулу, с помощью метода цепных подстановок можно определить влияние факторов, связанных с товарными ресурсами на объем оборота розничной торговли:</p> $P_0 = 3H_0 + П_0 - B_0 - 3K_0, \quad P' = 3H_1 + П_0 - B_0 - 3K_0, \quad P'' = 3H_1 + П_1 - B_0 - 3K_0, \quad P''' = 3H_1 + П_1 - B_1 - 3K_0, \quad P_1 = 3H_1 + П_1 - B_1 - 3K_1.$ <p>Далее рассчитывается влияние вышеперечисленных факторов на динамику оборота розничной торговли:</p> $\Delta P(\Delta 3H) = P' - P_0, \quad \Delta P(\Delta П) = P'' - P', \quad \Delta P(\Delta B) = P''' - P'', \quad \Delta P(\Delta 3K) = P_1 - P''', \quad \Delta P = \Delta P(\Delta 3H) + \Delta P(\Delta П) - \Delta P(\Delta B) - \Delta P(\Delta 3K).$ <p>Влияние элементов товарного баланса на изменение оборота розничной торговли можно определить простым способом, а именно:</p> $\Delta P(\Delta 3H) = 3H_1 - 3H_0, \quad \Delta P(\Delta П) = П_1 - П_0, \quad \Delta P(\Delta B) = -B_1 + B_0, \quad \Delta P(\Delta 3K) = -3K_1 + 3K_0.$
Связанные с использованием трудовых ресурсов	<p>Влияние факторов можно определить методом разниц или методом цепных подстановок, используя следующую формулу: $P = Ч \cdot ПП$</p> <p>При использовании метода разниц для определения влияния трудовых факторов на изменение оборота розничной торговли применяется методика:</p> <ul style="list-style-type: none"> — определяется влияние изменения численности работников ($\Delta Ч$) на изменение оборота розничной торговли торгового предприятия ($\Delta P(\Delta Ч)$) по формуле: $\Delta P(\Delta Ч) = \Delta Ч \times ПП_0 = (Ч_1 - Ч_0) \times ПП_0,$ — определяется влияние изменения производительности труда работников ($\Delta ПП$) на изменение оборота розничной торговли торгового предприятия ($\Delta P(\Delta ПП)$) по формуле: $\Delta P(\Delta ПП) = Ч_1 \times \Delta ПП = Ч_1 \times (ПП_1 - ПП_0)$ <p>Совокупное влияние данных двух факторов трудовых ресурсов равно изменению оборота розничной торговли торгового предприятия:</p> $\Delta P(\Delta Ч) + \Delta P(\Delta ПП) \approx \Delta P$ <p>При расчете влияния трудовых ресурсов на изменение объема оборота розничной торговли методом цепных подстановок применяется следующая методика:</p> $P = Ч_1 \times ПП_0, \quad P_0 = Ч_0 \times ПП_0, \quad P_1 = Ч_1 \times ПП_1, \quad \Delta P(\Delta Ч) = P' - P_0, \quad \Delta P(\Delta Ч) + \Delta P(\Delta ПП) \approx \Delta P.$

Окончание приложения Г

Наименование факторов	Методика расчета
– Связанные использованием основных средств	<p>с</p> <p>Влияние на изменение объема оборота розничной торговли размера торговой площади предприятия и нагрузки на 1м² торговой площади можно определить методом разниц и методом цепных подстановок, используя следующую формулу:</p> $P=S+P_s$ <p>При использовании метода разниц расчеты ведутся по формуле:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изменение оборота розничной торговли за счет изменения нагрузки на 1м² торговой площади ($\Delta P_{(\Delta P_s)}$): $\Delta P_{(\Delta P_s)} = (P_{s_1} - P_{s_0}) \times S_1,$ – изменение оборота розничной торговли за счет изменения нагрузки на 1м² торговой площади ($\Delta P_{(\Delta S)}$): $\Delta P_{(\Delta S)} = (S_1 - S_0) \times P_{s_1},$ <p>Совокупность влияния рассмотренных двух факторов определяет общее изменение объема оборота розничной торговли торгового предприятия:</p> $\Delta P_{(\Delta S)} + \Delta P_{(\Delta P_s)} \approx \Delta P.$ <p>При использовании метода цепных подстановок расчеты выполняются по другой методике:</p> $P_0 = S_0 \times P_{s_0}, \quad P'_1 = S_1 \times P_{s_0}, \quad P_1 = S_1 \times P_{s_1}, \quad \Delta P_{(\Delta S)} = P_1 - P_0, \quad \Delta P_{(\Delta P_s)} = P_1 - P'_1,$ $\Delta P_{(\Delta S)} + \Delta P_{(\Delta P_s)} \approx \Delta P.$

где \bar{q} - среднесписочная численность работников, чел.; $ПТ$ - производительность труда одного работника, тыс.руб./чел.; \bar{q}_1, \bar{q}_0 - среднесписочная численность работников предприятия в отчетном и прошлом периоде, чел.; $ПТ_1, ПТ_0$ - производительность труда одного работника в отчетном и предыдущем периоде, тыс.руб./чел.; $\overline{ОФ}$ - среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб.; $\overline{ОФ}_1, \overline{ОФ}_0$ - среднегодовая стоимость основных фондов в отчетном и прошлом периоде, тыс.руб.; $Ф_0$ - фондоотдача, тыс.руб./руб.; S - размер торговой площади, м²; P_s — оборот розничной торговли на 1м² торговой площади, тыс.руб./м²; S_1, S_0 - размер торговой площади в отчетном и прошлом периоде, м²; P_{s_1}, P_{s_0} - оборот розничной торговли на 1м² торговой площади в отчетном и прошлом периоде, тыс.руб./м²; $Зн$ — запасы товаров на начало периода, тыс. руб.; Π - поступление товаров, тыс. руб.; P - объем реализации товаров (оборот розничной торговли), тыс. руб.; B - прочее выбытие товаров, тыс. руб.; $Зк$ - запасы товаров на конец периода, тыс. руб.; $Зн_1, Зн_0$ - запасы товаров на начало периода отчетного и прошлого года, тыс. руб.; Π_1, Π_0 - поступление товаров в отчетном и прошлом периоде, тыс. руб.; B_0, B_1 - прочее выбытие товаров в отчетном и прошлом периоде, тыс. руб.; $Зк_1, Зк_0$ - запасы товаров на конец периода в отчетном и прошлом году, тыс. руб.

Приложение Д -Методика расчета показателей эффективности товарных запасов

Наименование факторов	Методика расчета
Время товарного обращения	характеризует продолжительность пребывания товара в сфере обращения и рассчитывается по формуле: $Oв = \frac{\overline{TЗ} \cdot Д}{P} = \frac{\overline{TЗ}}{\overline{Pдн}}$
Скорость товарного обращения	показывает, сколько оборотов совершает средний товарный запас за определенный период времени для получения объема продажи товаров, и рассчитывается по формуле: $Op = \frac{P}{\overline{TЗ}}$
Уровень товарных запасов	свидетельствует об обеспеченности торговых предприятий товарами и рассчитывается по формуле: $У_{ТЗ} = \frac{\overline{TЗ}}{P} \cdot 100$
Сумма высвобожденных (вовлеченных) средств в оборот	Сравнение времени обращения товарных запасов отчетного года с нормативной величиной или показателями прошлого года выявляют ускорение (-) или замедление (+) товарооборачиваемости. Рассчитывается по формуле: $(Oв_{\phi} - Oв_{н}) \cdot \overline{Pдн}_{\phi}$

где $\overline{TЗ}$ – средний товарный запас, тыс. руб.; P – объем оборота розничной торговли, тыс. руб.; $\overline{Pдн}$ – среднедневной оборот розничной торговли, тыс. руб.; $Д$ – количество дней в периоде; $Oв_{\phi}$ – время обращения товарных запасов в отчетном периоде фактическое, дней; $Oв_{н}$ – время обращения товарных запасов в отчетном периоде нормативное, дней; $\overline{Pдн}_{\phi}$ – фактический среднедневной оборот розничной торговли, тыс. руб.

Приложение Е - Методика расчета планирования оборота розничной торговли по периодам года

Показатели	Методика расчета
расчет на основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме оборота розничной торговли	
Расчет среднего удельного веса i -го квартала	$\overline{Уд}_i = \frac{Уд_{i_1} + Уд_{i_2} + \dots + Уд_{i_n}}{n}$
Плановый оборот i -го квартала	$P_{п.л.}^{1кв} = \frac{P_{п.л.}^{год} \cdot \overline{Уд}_{1кв}}{100} \quad P_{п.л.}^{2кв} = \frac{P_{п.л.}^{год} \cdot Уд.в._{2кв}}{100} \quad \text{и т.д.}$
на основе индекса сезонности соответствующего квартала	
Среднеквартальный плановый оборот	$\overline{P}_{кв.пл} = \frac{P_{п.л.}^{год}}{4}$ <p>где $P_{п.л.}^{год}$ – оборот розничной торговли планируемого года, тыс. руб.;</p> <p>4 – количество кварталов в году.</p>
Плановый оборот i -го квартала	$\overline{P}_c^{1кв} = P_{кв.пл} \cdot J_c^{1кв}$ <p>где $J_c^{1кв}$ - индекс сезонности первого квартала.</p>

Приложение Ж - Методика расчета планирования оборота розничной торговли по ассортиментной структуре

Показатели	Методика расчета
расчет на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оборота розничной торговли	
Расчет среднего удельного веса j -го товара	$\overline{Y\partial_j} = \frac{Y\partial_{j_1} + Y\partial_{j_2} \dots + Y\partial_{j_n}}{n}$
Плановый оборот j -го товара	$P_{н.л.}^{j\text{группа}} = \frac{P_{н.л.}^{год} \cdot \overline{Y\partial_j} \cdot \text{тов.гр}}{100}$
на основе коэффициента эластичности.	
Коэффициент эластичности ($K_{эл}$)	<p>$K_{эл}$ показывает, как изменится оборот розничной торговли по отдельной группе товаров при изменении общего объема оборота розничной торговли на единицу и определяется по следующей формуле: $K_{элj} = \frac{\Delta P_j}{P_{j0}} : \frac{\Delta P}{P_0}$,</p> <p>где ΔP_j и ΔP – отклонение оборота розничной торговли по j-й группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;</p> <p>P_{j0} и P_0 – базисное значение оборота розничной торговли по j-й группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.</p>
Плановый оборот j -го товара	$P_{j\text{н.л.}} = P_{j1} \times \frac{100 + (T_{нп}^{OPT\text{н.л.}} \cdot K_{элj})}{100}$ <p>где $P_{j\text{н.л.}}$ – оборот розничной торговли по j-й группе товаров в плановом году, тыс. руб.; $T_{нп}^{OPT\text{н.л.}}$ – плановый темп прироста оборота розничной торговли по общему объему, %.</p>