

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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

код – наименование направления

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и обоснование резервов
роста
тема
(на материалах ОАО «Искра»)

Научный руководитель/

руководитель _____
подпись, дата

доцент, к. э. н.
должность, ученая степень

Л. И. Подачаина
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

ЭП-13-1з
группа

А. В. Онищенко
инициалы, фамилия

Красноярск, 2018

ВВЕДЕНИЕ

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

- 1.1оборот розничной торговли: сущность, состав, виды и их классификация.....6
- 1.2 Методика анализа оборота розничной торговли.....12
- 1.3 Методы планирования оборота и их характеристика.....16

2. АНАЛИЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ИСКРА»

- 2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия ОАО «Искра».....25
- 2.2 Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли предприятия ОАО «Искра».....35
- 2.3 Факторный анализ оборота розничной торговли предприятия ОАО «Искра».....43

3. ПЛАНИРОВАНИЕ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ОАО «ИСКРА»

- 3.1 Планирование оборота розничной торговли по общему объему.....45
- 3.2 Планирование оборота розничной торговли по товарным группам и периодам года.....51
- 3.3 Мероприятия, направленные на повышение доходов в ОАО «Искра»..56

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

В сфере розничной торговли показатель оборот розничной торговли является важнейшей характеристикой деятельности предприятия. Он оказывает большое влияние на все количественные и качественные показатели работы торговых предприятий и организаций. От объема и структуры оборота розничной торговли зависят также такие показатели, как: доходы, прибыль, рентабельность, сумма и уровень издержек обращения, фонд заработной платы, численность торговых работников, финансовое состояние предприятий и др.

Любая деятельность предприятия регулируется через принятие плановых решений. Поэтому планирование представляет собой умение предвидеть цели предприятия, результат его деятельности и ресурсы, необходимые для достижения поставленных целей. Планирование заключается в систематическом поиске возможностей действовать и прогнозировать последствия этих действий в заданных условиях, а также в предложении альтернативных эффективных и допустимых действий в пределах целей и ограничений.

Планирование оборота розничной торговли является одним из важнейших моментов деятельности торгового предприятия. Одна из главных задач управления предприятием состоит в том, чтобы наиболее точно определить в условиях неопределенности, что и в каких количествах оно может продавать на рынке.

Актуальность темы состоит в том, что в современных рыночных условиях стабилизации экономической обстановки, когда современные торговые предприятия уже заняли свою нишу, для них становится актуальной проблема удержания и расширения своей доли рынка, привлечение новых покупателей и получение максимальной прибыли. В процессе достижения этой цели оборот розничной торговли выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель.

Целью написания выпускной квалификационной работы является выявление резервов роста оборота розничной торговли на основе его планирования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность, состав, виды и классификацию оборота розничной торговли;
- изучить методику и методы планирования оборота розничной торговли;
- изучить организационно-экономическую характеристику предприятия;
- провести анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли;
- провести планирование оборота розничной торговли по общему объему, структуре и по периодам времени;
- выявить пути повышения оборота розничной торговли.

В качестве теоретической основы были использованы работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам (Э.А.Батраевой, Н.Н. Терещенко, А.Н. Соломатина, К.А. Раицкого, А.М. Фридмана и др.); законодательство Российской Федерации и его структур; данные Роскомстата РФ, в т. ч. по Красноярскому краю; учебники и учебные пособия; официальные инструктивно-методические материалы, публикации периодической печати, и материалы собственных исследований.

Методической основой явились использованные в ходе выполнения работы следующие методы традиционного анализа: абсолютных и относительных величин, метод сравнения, индексный метод; методы планирования оборота розничной торговли: экономико-статистические (в том числе метод расчета общего объема оборота розничной торговли по среднегодовым темпам роста, метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней, метод планирования квартального оборота с помощью индексов сезонности оборота розничной торговли), экономико-математический метод и метод получения целевой прибыли.

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является оборот розничной торговли. Объектом исследования является ОАО «Искра»

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 33 источника; иллюстрирована 6 рисунками, 33 таблицами. Общий объем работы 68 страниц.

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

1.1оборот розничной торговли: сущность, состав, виды и их классификация

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

Рыночные методы хозяйствования объективно привели к отказу от примата показателя оборота розничной торговли и позволили перейти к управлению торговым процессом на основе экономических регуляторов (цены, налоги и т.д.). 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. Поскольку 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, относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда. [27]

Оборот розничной торговли характеризует заключительную стадию движения товаров, когда они переходят из сферы обращения в сферу личного потребления, в личную собственность потребителей. Этот переход осуществляется путем купли-продажи, [28] т.е. население приобретает необходимые ему товары в обмен на свои денежные доходы. При этом происходит смена форм собственности, товар превращается в деньги, в результате чего создаются условия для нового цикла воспроизводства.

Экономические отношения, связанные с этим обменом, выражают сущность розничного оборота розничной торговли. [25]. Оборот розничной торговли как экономический показатель представляет собой продажу потребительских товаров конечным потребителям, то есть населению независимо от каналов их реализации.

В соответствии с Приказом Росстата от 12.11.2008 №278 (в ред. от 14.03.2012) «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», оборот розничной торговли – это выручка от продажи товаров населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по поручению физических лиц без открытия счета, посредством платежных карт, что также учитывается как продажа за наличный расчет.

В состав оборота розничной торговли торгового предприятия включается:

- стоимость товаров, проданных по договорам комиссии (поручения или агентским договорам) по моменту продажи в размере полной стоимости товаров, включая вознаграждение;
- полная стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателям);
- стоимость товаров длительного пользования, проданных по образцам (по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);
- стоимость товаров, проданных в порядке электронной торговли (электронная торговля - это продажа товаров по заказам от покупателей, поступивших в интерактивном режиме (ON-LINE), где цена и (или) условия продажи приняты или оговорены по Интернету, электронной почте и т.п.) по

времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от формы расчета и времени фактической оплаты товара покупателем;

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

- стоимость товаров, проданных через торговые автоматы;

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

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

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

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

- стоимость проданной порожней тары [5]

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

Стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые подразделения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям, пособиям и т.п. с последующей оплатой организациям торговли предприятиями, органами социального обеспечения или др., включается в оборот розничной торговли [5].

Не включается в оборот розничной торговли [5]:

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

- стоимость объектов недвижимости;

- стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

- стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карт, карт экспресс-оплаты услуг связи;
- стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам (в том числе и организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям.[5]

Кроме того, внесено еще одно уточнение, в соответствии с которым под данное определение попадает деятельность, осуществляемая на основе договоров розничной купли-продажи. Данное уточнение не противоречит терминологии гражданского законодательства, согласно ст. 492 ГК РФ по договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью [2].

Оборот розничной торговли приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи. [5]

Обязательным признаком операции, относимой к розничной торговле, является наличие кассового чека (документов строгой отчетности, приравниваемых к чекам). [25]

Ассортиментный состав продовольственных и непродовольственных товаров по группам или отдельным товарным наименованиям характеризует структуру оборота розничной торговли и является его качественной характеристикой. Количественная и качественная сторона оборота розничной торговли тесно связаны с функциями торговли. Акт купли-продажи характеризует количественную сторону оборота розничной торговли. Обеспечение удовлетворения спроса населения на потребительские товары характеризует качественную сторону оборота розничной торговли.

На рисунке 1.1 приведена схема формирования оборота розничной торговли.

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

Оборот розничной торговли измеряется стоимостными и натуральными показателями. К стоимостным показателям, характеризующим оборот розничной торговли, относятся следующие (таблица 1):

Таблица 1- Стоимостные показатели оборота розничной торговли [25]

<i>Показатели, характеризующие оборот розничной торговли</i>
Объем оборота розничной торговли в стоимостном выражении в действующих ценах
Объем оборота розничной торговли в стоимостном выражении в сопоставимых ценах
Ассортиментная структура оборота розничной торговли по отдельным группам товаров (руб., %)
Объем оборота розничной торговли в расчете на одного работника, в том числе работника торгово-оперативного персонала
Объем оборота розничной торговли на 1м ² общей площади, в том числе торговой площади

Классификация видов оборота розничной торговли представлена в табл. 2.

Таблица 2 - Классификация и виды оборота розничной торговли[25,28]

Признак классификации	Виды оборота розничной торговли
1. В зависимости от форм собственности	1.1. Оборот государственной (муниципальной) розничной торговли 1.2. Оборот негосударственной (в т.ч. частной) розничной торговли
2. В зависимости от форм расчета	2.1. Налично-денежный оборот 2.2. Безналичный оборот 2.3. Оборот по продаже товаров в кредит
3. По составу	3.1.Оборот торгующих организаций, предприятий 3.2.Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках
4. По структуре оборота розничной торговли	4.1. Оборот продовольственных товаров 4.2.Оборот непродовольственных товаров
5. В зависимости от влияния цен	5.1.Оборот в действующих ценах 5.2.Оборот в сопоставимых ценах
6. В зависимости от измерителей	6.1.Оборот в стоимостных показателях 6.2.Оборот в натуральных показателях

Окончание таблицы 2

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

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

Товарная структура оборота розничной торговли включает в себя продовольственные и непродовольственные товары, которые разделены на ассортиментные группы и подгруппы в соответствии со статистической ф. № 1 – торговля. [25]

Значение оборота розничной торговли выражается в следующем (рисунок 1):

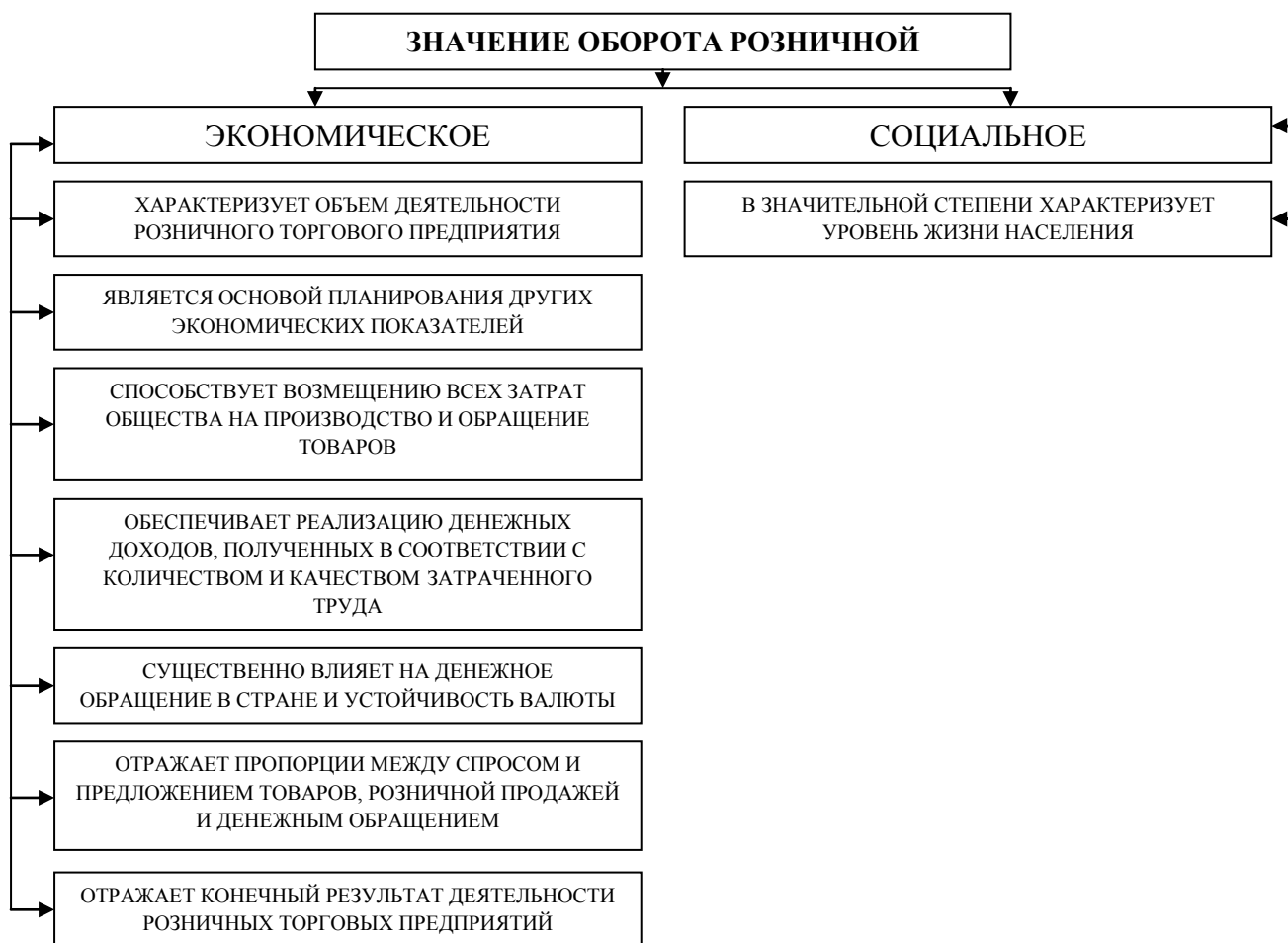


Рисунок 1 - Значение оборота розничной торговли [19]

В данном пункте главы ознакомились с определением оборота розничной торговли. Подробно рассмотрели его сущность, состав, виды и их классификацию. Для наиболее полного изучения данной темы необходимо рассмотреть методику планирования оборота розничной торговли.

1.2 Методика планирования оборота розничной торговли

Оборот розничной торговли является основным, исходным показателем деятельности предприятия торговли, от размера и структуры которого зависит размер всех экономических показателей работы предприятия (доходов, расходов, прибыли, рентабельности и т. д.). Поэтому планирование оборота розничной торговли занимает первостепенное значение в системе планов

деятельности предприятия торговли. Планирование оборота розничной торговли представляет собой непрерывный процесс, начинающийся с изучения спроса на потребительские товары и заканчивающийся реализацией товаров непосредственным потребителям.[20]

Планирование оборота розничной торговли осуществляется по этапам:

1.Подготовительный

- постановка целей и задач планирования;
- выбор объекта и предмета исследования;
- сбор и обработка экономической информации для осуществления

процесса планирования;

- изучение экономических предпосылок планирования;
- выбор методов планирования;

2. Основной

- планирование оборота розничной торговли по общему объему;
- планирование оборота розничной торговли во временном аспекте;
- расчет на следующий год оборота розничной торговли по структуре;
- планирование, нормирование товарных запасов;
- расчет товарного обеспечения на следующий год

3. Заключительный

- разработка рекомендаций, направленных на увеличение оборота розничной торговли на следующий год.

Рассмотрим далее более подробно каждый этап планирования оборота розничной торговли.

Подготовительный этап.

Основными целями планирования оборота розничной торговли являются следующие:

1. Экономическое обоснование объема оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса населения и возможностями торгового предприятия;

2. Приведение структуры оборота в соответствие с изменениями спроса и предложения;

3. Обеспечение рационального распределения планируемого оборота розничной торговли во времени и пространстве.

Основными задачами планирования оборота розничной торговли являются следующие:

- определение потребностей существующих и потенциальных покупателей, оценка их спроса на потребительские товары;
- изучение товарного предложения на рынке потребительских товаров и тенденций его развития;
- расчет и обоснование общего объема оборота розничной торговли на основании результатов изучения спроса для более полного его удовлетворения;
- экономическое обоснование структуры оборота розничной торговли в соответствии со спросом населения, с одной стороны, и с другой – необходимостью обеспечения максимальной рентабельности продаж;
- планирование оборота по периодам времени (кварталам, месяцам и т. д.) с целью обеспечения равномерности развития оборот розничной торговли;
- экономическое обоснование оборота розничной торговли в разрезе отдельных структурных подразделений предприятия, организации;
- планирование и нормирование товарных запасов с целью оптимизации их размера;
- расчет товарного обеспечения оборота розничной торговли;
- выявление резервов роста оборота розничной торговли и оптимизации его структуры и состава.[21]

Непосредственному планированию оборота розничной торговли предшествуют изучение и оценка основных предпосылок планирования. Основными экономическими предпосылками планирования оборота розничной торговли являются следующие:

1. Изучение законодательных, нормативных документов по вопросам регламентации и учета оборота розничной торговли, социально-экономическому развитию страны и регионов, в том числе развитию торговли;

2. Решения правительства и местных органов власти по вопросам социального и экономического развития страны (государственное регулирование сферы товарного обращения и торгового предпринимательства, размеры таможенных пошлин, ставок налогов и льгот по ним, уровень инфляции и т.п.);

3. Изучение социально-экономических показателей развития отдельных регионов страны (уровень производства, структура экспорта и импорта товаров, динамика численности и состава населения, размер денежных доходов населения и уровень покупательной способности и т. .);

4. Изучение и оценка конъюнктуры конкретного товарного рынка страны и отдельного региона, оценка микроспроса на реализуемый товар;

5. Прогноз спроса и предложения на реализуемые товары на региональном потребительском рынке;

6. Анализ баланса денежных доходов и расходов населения за отчетный и на прогнозируемый периоды;

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

8. Оценка перспектив деятельности предприятия торговли в планируемом периоде (прирост или выбытие торговых площадей, увеличение или сокращение численности работников), изменение размера основных фондов и оборотных средств. [21]

После рассмотрения методики планирования оборота розничной торговли, для более глубокого изучения данного вопроса перейдем к методам планирования и их характеристике.

Основной этап. При планировании оборота розничной торговли используются различные методы планирования, как количественные, так и качественные, выбор которых зависит от ряда следующих факторов:

- направление и задачи планирования оборота розничной торговли;
- требования к точности плана и степени его достоверности;
- период упреждения плана;
- наличие необходимой информации, степени ее достоверности и полноты;
- наличия квалифицированных специалистов, соответствующей техники и ее программного обеспечения и т. д.[21]

Расчеты структуры оборота розничной торговли предполагают определение оборота либо по отдельным товарам и товарным группам, либо по продовольственным и непродовольственным товарам.

В п. 1.3 более подробно рассмотрены методы планирования оборота розничной торговли.

На заключительном этапе планирования разрабатываются рекомендации, направленные на увеличение оборота розничной торговли на следующий год.

Далее перейдем к изучению методов планирования оборота розничной торговли в следующем пункте курсовой работы.

1.3 Методы планирования оборота и их характеристика

Рассмотрим основные методы планирования общего объема оборота розничной торговли (рис. 2).

Экономико-статистические методы основаны на определении статистических средних за предыдущие периоды и расчете на этой основе розничного 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:



Рисунок 2 – Методы планирования оборота розничной торговли по общему объему[20]

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

где \bar{T} – среднегодовой темп роста оборота розничной торговли, %; P_n – оборот розничной торговли за отчетный период в сопоставимых ценах к базисному периоду, тыс. руб.; P_0 – оборот розничной торговли за базисный период, тыс. руб.; n – число лет в периоде [21]

Расчет оборота розничной торговли по общему объему возможно осуществлять с использованием ряда методов, представленных на рисунок 6.

Отсюда планируемый объем розничного оборот 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.

Отсюда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (3)$$

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.

Изменение $\bar{\Delta K}$ равно:

$$\bar{\Delta K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1}. \quad (4)$$

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\bar{\Delta K}. \quad (5)$$

Тогда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия определяется по следующей формуле [21]:

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф}}{100}. \quad (6)$$

Экономико-математические методы планирования оборота розничной торговли заключаются в выявлении математической закономерности развития показателя и построения на этой основе модели развития показателя в будущем. При планировании оборота розничной торговли могут использоваться как однофакторные модели, так и многофакторные модели.

Наиболее простой однородной моделью является трендовая модель

развития оборота розничной торговли:

$$y = a_0 + bt, \quad (7)$$

где y – объем оборота розничной торговли, тыс. руб.; a, b – параметры модели; t – фактор времени.

При планировании оборота розничной торговли также может быть использована и многофакторная модель типа:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (8)$$

где y – объем оборота розничной торговли, тыс. руб.; $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ – параметры уравнения; $x_0, x_1, x_2, \dots, x_n$ – факторы, оказывающие наибольшее количественное влияние на объем оборота розничной торговли (размер торговой площади предприятия, индекс розничных цен; изменение производительности труда; временной фактор и т. д.).

Достоинствами данного метода является возможность планирования оборота в зависимости от многих факторов, его определяющих (уровня доходов населения, его численности и т. п.), высокая точность плана, а также возможность использования метода на всех уровнях управления. Основной недостаток данного метода – отсутствие возможности сбора необходимой информационной базы для планирования в сопоставимом виде (за 7-10 лет).[20]

Метод экспертных оценок основан на субъективном мнении экспертов о тенденциях и перспективах развития оборота розничной торговли на основе заданных ограничений (размера торговой площади, численности работников, объема финансовых ресурсов и т. п.) и перспектив развития предприятия. При планировании оборота розничной торговли могут использоваться как метод индивидуальных экспертных оценок, так и методы коллективных экспертных оценок (метод Дельфи, метод мозговой атаки и т. д.).

Данный метод расчета используется в случае недостатка информации и невозможности использования других методов расчета по тем или иным причинам (например, значительном изменении в структуре деятельности предприятия).

Достоинства данного метода заключаются в учете влияния многих

факторов посредством учета мнения экспертов и в достаточно высокой точности расчетов при соответствующей квалификации экспертов. Недостатком данного метода является субъективизм экспертов, возможность ошибки планирования при недостаточной квалификации экспертов и специалиста, проводящего исследования.[21]

Планирование оборота розничной торговли по структуре.

При использовании метода средних удельных весов сначала рассчитывают средние удельные веса оборотов конкретных товарных групп за последние два-три года работы предприятия по формуле средней арифметической:

$$\bar{Уд.В.}_{тов.гр} = \frac{Уд.В._{1года\text{-}й\text{тов.гр.}} + Уд.В._{2года\text{-}й\text{тов.гр.}} + Уд.В._{3года\text{-}й\text{тов.гр.}}}{3}; \quad (9)$$

Тогда оборот розничной торговли *i*-й товарной группы в будущем году можно рассчитать по следующей формуле:

$$P_{пл.}^{1\text{тов.гр}} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.В.}_{тов.гр.}}{100}, \quad (10)$$

Планирование структуры оборота розничной торговли в отношении товаров возможно осуществлять с помощью расчета коэффициента эластичности.

Коэффициент эластичности в данном случае рассчитывается по формуле:

$$КЭл = \frac{\Delta y}{y_0} : \frac{\Delta x}{x_0}, \quad (11)$$

где Δy и Δx – отклонение розничного оборот розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;

y_0 и x_0 – базисное значение розничного оборот розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.

Рассчитанный коэффициент эластичности показывает, как изменится оборот розничной торговли *i*-той товарной группы на 1 %.

В качестве основных факторов, оказывающих количественное влияние на

объем оборота розничной торговли при расчете коэффициента эластичности, как правило, используется общий объем оборота предприятия или размер среднедушевых денежных доходов потребителей.[21]

Планирование оборота розничной торговли по периодам года

Основной метод планирования оборота розничной торговли на будущий год по периодам года является экономико-статистический.

Экономико-статистический включает:

3.1 Планирование оборота розничной торговли по периодам года на основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме оборота розничной торговли. Сначала рассчитывают средние удельные веса квартальных оборотов за последние два-три года работы предприятия по средней арифметической:

$$\begin{aligned} \bar{Yд.в.1кв} &= \frac{Yд.в.1год1кв + Yд.в.2год1кв + Yд.в.3год1кв}{3} ; \\ \bar{Yд.в.2кв} &= \frac{Yд.в.1год2кв + Yд.в.2год2кв + Yд.в.3год2кв}{3} \end{aligned} \quad (12)$$

Тогда квартальные обороты розничной торговли в будущем году будут равны:

$$\begin{aligned} O_{пл.}^{1кв} &= \frac{O_{пл.}^{год} \times \bar{Yд.в.1кв}}{100} , \\ O_{пл.}^{2кв} &= \frac{O_{пл.}^{год} \times \bar{Yд.в.2кв}}{100} \end{aligned} \quad (13)$$

3.2 Планирование квартальных оборотов розничной торговли с помощью индексов сезонности оборота розничной торговли. При использовании данного метода информационная база берется не менее чем за три года. Расчеты осуществляются умножением среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности соответствующего квартала (уточнение):

$$\bar{P}_{кв.пл.} = \frac{P_{пл.}^{год}}{4} , \quad (14)$$

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

$$P_{с.}^{-1кв} = P_{кв.пл.} \cdot J_c^{1кв}, \quad (15)$$

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

Индексов сезонности (I_c), которые рассчитываются по следующей формуле

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (16)$$

где \bar{P}_i – средний оборот розничной торговли за отдельный период времени (месяц, квартал), тыс. руб.; \bar{P} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота розничной торговли, тыс. руб [21] .

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (17)$$

3.3 Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней проводится по выше приведенной методике в планировании оборота розничной торговли по объему.

При планировании структуры оборота розничной торговли на практике могут использоваться следующие методы: метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней и расчет на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме розничного оборот розничной торговли.

Расчеты структуры оборота розничной торговли предполагают определение оборота либо по отдельным товарам и товарным группам, либо по продовольственным и непродовольственным товарам. Метод выравнивания по скользящей средней рассмотрен при планировании общего объема оборота розничной торговли.

При использовании метода расчета на основе средних удельных весов

оборотов товарных групп в годовом объеме оборота сначала рассчитывают средние удельные веса оборотов конкретных товарных групп за последние два-три года работы предприятия по формуле средней арифметической:

$$\bar{Уд.В.}_{тов.гр} = \frac{Уд.В._{1года\text{-}й\text{тов.гр.}} + Уд.В._{2года\text{-}й\text{тов.гр.}} + Уд.В._{3года\text{-}й\text{тов.гр.}}}{3} \quad (18)$$

Тогда оборот розничной торговли i -й товарной группы в будущем году будет равен.

$$P_{пл.}^{1\text{тов.гр}} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.В.}_{тов.гр.}}{100} \quad (19)$$

В основе планирования оборота розничной торговли по ассортиментным позициям должен быть учет следующих факторов:

- результаты изучения и оценки спроса потребителей региона на конкретные товары и товарные группы;
- результаты прогнозирования спроса на конкретные товары и товарные группы;
- анализ объема и структуры оборот розничной торговли региона деятельности предприятия розничной торговли;
- оценка тенденций развития структуры объема розничной торговли исследуемого предприятия торговли за ряд предшествующих лет;
- оценка предстоящих изменений в деятельности предприятия в будущем периоде.[20]

При планировании розничного оборот розничной торговли по товарным группам также расчеты могут производиться на основе коэффициента эластичности.

При этом $K_{эл}$ показывает, как изменится розничный товарооборот по отдельной группе товаров при изменении общего объема розничного оборот розничной торговли на единицу и определяется по следующей формуле:

$$K_{эл_i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i_0}} \div \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (20)$$

где $\square P_i$ и $\square P$ – отклонение розничного оборот розничной торговли по

отдельной группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;

P_{i_0} и P_0 – базисное значение розничного оборот розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.

Для определения размера розничного оборот розничной торговли по отдельной группе товаров в плановом периоде расчеты осуществляются по следующей формуле:

$$P_{i_{пл}} = P_{i_1} \times \frac{100 + T_{нр} \cdot K_{эл}}{100} \quad (21)$$

где $P_{i_{пл}}$ – розничный товарооборот по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.; $T_{нр}$ – плановый темп прироста розничного оборот розничной торговли по общему объему, %.[21]

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

После ознакомления с целями и задачами планирования оборота розничной торговли и изучения методов планирования, далее проведем анализ оборота розничной торговли ООО «Триал-Спорт», полученные данные станут основой для планирования на буду

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель работы – планирование оборота розничной торговли на основе всестороннего анализа.

Предмет исследования – оборот розничной торговли.

Объект исследования – предприятие розничной торговли ОАО «Искра», расположенное по адресу Красноярский край, г.Ужур, ул. Ленина 82б.

Основная цель деятельности предприятия – получение прибыли.

ОАО «Искра» предлагает своим клиентам обширный перечень колбасной продукции, мясных полуфабрикатов, мяскокопченостей и субпродуктов, а также весь ассортимент разделанного мяса.

Наибольший удельный вес в продажах ОАО «Искра» занимают колбасные изделия – 68,9 %, так как являются основой товарной группой. По сравнению с прошлым годом пропорции незначительно изменились, по субпродуктам, мяскокопченостям, пельменям и фаршам доля сократилась на 6,1; 3,9; 2 и 1,2 % соответственно и составила в 2016 году 1,2; 3,2; 7,4 и 5,8% соответственно.

Как в 2015, так и в 2016 году наибольшая доля в продажах приходится по изделиям из мясного сырья – это 87% в 2015 году и 86,6% в 2016 году от общего объема выручки.

Следует отметить, что по всем видам продукции согласно виду сырья выявлен рост объема продаж. За 2016 год было продано продукции из мясного сырья на 5,17% больше чем в 2015 году, что составило 41141,2 тыс.руб. за отчетный год .

На продукцию из субпродуктового сырья приходится 13 % от общего объема реализации в 2015 года и 13,4% в 2016 году, при этом было продано на 17,68.

Ассортимент товаров ОАО «Искра» является достаточно сбалансированным, имеет хорошие показатели широты, устойчивости и

обновляемости, однако значение показателя рациональности ассортимента 0,61 свидетельствует о не полном соответствии фактического ассортимента товаров организации предпочтительному, что требует разработки оптимизационных мер и стратегических направлений развития относительно формирования ассортиментной политики ОАО «Искра».

На основе проведенного анализа было осуществлено планирование оборота розничной торговли, как основного показателя, оказывающего влияние на формирование доходов, так и непосредственно доходов ОАО «Искра».

В результате планирования оборота розничной торговли в качестве оптимального значения был выбран В качестве оптимального значения выберем оборот розничной торговли, рассчитанный методом получения целевой прибыли. И в 2017 году данный показатель составит 186 430 тыс. руб. в действующих ценах и 169 482 тыс. руб. в сопоставимых ценах. Выбор метода планирования оборота розничной торговли будет обусловлен тем, что он учитывает динамику важных показателей, таких как уровень валовой прибыли и уровень издержек обращения за ряд лет работы предприятия.

При планировании оборота розничной торговли по товарным группам в качестве оптимальных выбраны значения, полученные с использованием такого экономико-статистического метода, как выравнивание динамического ряда по скользящей средней (1 способ). При данном способе расчета не отмечается значительных отклонений от показателей отчетного года. Тогда в 2017 году, наибольшим спросом у покупателей также, как и в предыдущих периодах, будет пользоваться такая товарная группа, как «мясо разделное замороженное» – 30,22% в структуре оборота розничной торговли. Наибольший прирост продаж в относительной форме в будущем году будет отмечаться по такой группе товаров, как «мясо разделное замороженное». Оборот розничной торговли увеличится на 20,22% в относительной форме или 370 тыс. руб. в абсолютном выражении. В результате в 2017 году он составит 2 200 тыс. руб. по данной группе товаров. Наименьший прирост объема продаж в относительной форме будет наблюдаться по такой товарной группе, как

«субпродукты». Он составит 11,59%. В результате объем оборота розничной торговли достигнет 10 030 тыс. руб., что больше отчетного года на 1 042 тыс. руб.

Далее оборот розничной торговли был спланирован по периодам года.

Для планирования применялись метод на основе среднего уровня за ряд лет и метод на основе индекса сезонности. За основу был выбран метод на основе индекса сезонности, потому что он учитывает сезонные колебания оборота.

В качестве резервов роста оборота руководству предприятия можно порекомендовать следующее.

- уделять большее внимание проводимой предприятием ассортиментной политики, с целью увеличения прибыли от продаж;
- выбирать оптимальный уровень торговых надбавок, обеспечивающий рост уровня валовой прибыли;
- повышать культуру торгового обслуживания покупателей;
- повышать квалификацию персонала.

В качестве мер по увеличению товарооборота ОАО «Искра» было предложено и экономически обосновано расширение ассортимента.

На основании исследования предприятию ОАО «Искра» рекомендовано расширения ассортимента мясных полуфабрикатов:

- пельмени «Домашние Экстра»;
- вареники с картофелем, картофелем и грибами;
- шашлык свиной;
- колбаски для жарки и др.

Реализация этого проекта будет направлена на решение двух основных задач:

- завоевание большей доли рынка Красноярского края;
- рост прибыли и других экономических показателей деятельности предприятия.

В пользу реализации предложенного проекта потенциальные возможности предприятия:

- наличие в структуре управления сотрудников, имеющих опыт закупок, хранения, транспортировки и реализации продукции;
- энергичный кадровый состав, обладающий большим опытом организации подобного вида производства;
- отработанность технологического процесса производства;
- развитая система основных и вспомогательных средств;
- наличие необходимой площади для установки нового оборудования, необходимого для открытия нового производства.

Объем производства увеличится на 603,3 тн и составит 52020,66 тн, в 2016 г. он составлял – 4599,66. Выручка в прогнозируемом периоде так же увеличится на 63,71 млн.руб. и составит 109036 тыс., в 2016 г. она составляла 45326 тыс.руб.

Полученные показатели в прогнозном периоде увеличатся, что является позитивной тенденцией. Так, показатель рентабельности продаж возрастет в 2 раза и составит в прогнозе 12%. Данное увеличение рентабельности станет возможным после ввода в действие нового проекта по производству полуфабрикатов (срок реализации полуфабрикатов 30 суток). Намечившаяся положительная тенденция благоприятно отразится и на других финансово-экономических показателях и позволит дальнейшее расширение производства с целью завоевания лидирующих позиций на рынке.

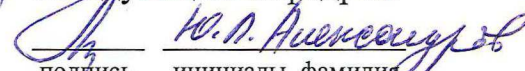
Таким образом, предлагаемое мероприятие, а именно расширение ассортимента, является экономически оправданным и приведет к росту оборота розничной торговли ОАО «Искра». Также данное мероприятие позволят рассматриваемому предприятию торговли достигнуть запланированных показателей оборота розничной торговли и доходов, что приведет к повышению доходности и эффективности работы в планируемом периоде.

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

Торгово-экономический институт Кафедра
экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой


подпись инициалы, фамилия
« 15 » 06 20 18 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика
предприятий и организаций (в сфере услуг)»
код – наименование направления

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и обоснование резервов
роста
тема
(на материалах ОАО «Искра»)

Научный руководитель

руководитель


подпись, дата 15.06.18
доцент, к. э. н.
датадолжность, ученая степень

Л. И. Подачина
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата
ЭП-13-1з
группа

А. В. Онищенко
инициалы, фамилия

Красноярск 2018