

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

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Ю.Л. Александров

(подпись)

(инициалы, фамилия)

« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов роста

Научный руководитель _____
подпись, дата

доцент, канд. экон. наук
должность, ученая степень

О.Н. Есина
инициалы, фамилия

Выпускник _____
подпись, дата

ЭП-13-11з
группа

О.В. Гапоян
инициалы, фамилия

Красноярск 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ..... | 5 |
| 1 ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 7 |
| 1.1 Оборот розничной торговли: понятие, состав, классификация и значение..... | 7 |
| 1.2 Методика анализа оборота розничной торговли..... | 11 |
| 1.3 Методика планирования оборота розничной торговли..... | 19 |
| 2 АНАЛИЗ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ООО «СИБТОРГ»..... | 28 |
| 2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности торгового предприятия..... | 28 |
| 2.2 Анализ динамики, состава и структуры оборота розничной торговли торгового предприятия..... | 35 |
| 2.3 Факторный анализ оборота розничной торговли торгового предприятия..... | 42 |
| 3 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ООО «СИБТОРГ» И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РОСТА..... | 49 |
| 3.1 Планирование оборота розничной торговли предприятия различными методами..... | 49 |
| 3.2 Экономическое обоснование резервов роста оборота розничной торговли ООО «СибТорг»..... | 62 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... | 68 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ..... | 71 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ..... | 74 |

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время, 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, 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.

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 прогнозных расчетов объема оборота розничной торговли. Изложенные обстоятельства предопределили актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы.

Основная цель выпускной квалификационной работы – определение резервов роста оборота розничной торговли ООО «СибТорг» на основе анализа показателя.

Основными задачами выпускной квалификационной работы, обеспечивающими достижение поставленной цели, являются:

- раскрыть сущность оборота розничной торговли, его состав, классификацию и значение;
- рассмотреть методику анализа и планирования оборота розничной торговли в современных условиях;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику торгового предприятия ООО «СибТорг»;

- провести анализ оборота розничной торговли ООО «СибТорг» по составу и структуре;
- выявить факторы влияния на изменение оборота розничной торговли ООО «СибТорг»;
- дать экономическое обоснование объема оборота розничной торговли различными методами;
- выявить и экономически обосновать резервы роста оборота розничной торговли ООО «СибТорг».

Предметом исследования выпускной квалификационной работы является оборот розничной торговли. Объектом исследования в работе служит конкретное предприятие торговли – ООО «СибТорг».

Теоретической основой исследования являются работы отечественных специалистов работающих в данной области: Александров Ю.Л., Терещенко Н.Н., Сулова Ю.Ю., Емельянова О.Н; законодательство Российской Федерации; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по Красноярскому краю; официальные инструктивно-методические материалы; публикации в периодической печати; результаты собственных исследований.

Методической основой написания выпускной квалификационной работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных приемов и методов анализа: группировки и сравнения, относительных и абсолютных величин, цепных подстановок и других, а также методов планирования: экономико-статистических, экономико-математических, экспертных и других методов. Применение каждого из данных приемов методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 72 стр. Выпускная квалификационная иллюстрирована 11 рисунками; 35 таблицами. Список использованных источников включает в себя 27 источников.

1 **Оборот розничной торговли как основной показатель деятельности торгового предприятия**

1.1 **Оборот розничной торговли: понятие, состав, классификация и значение**

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 населения получает через торговлю. [6]

Экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление выражают экономическую сущность оборота розничной торговли. Под оборотом розничной торговли понимается продажа товаров населению для удовлетворения личных потребностей в обмен на его денежные доходы.

Основой оборота розничной торговли служат товары, предназначенные для реализации и денежные доходы населения. Эту взаимосвязь можно представить в виде следующей схемы (рисунок 1.1).

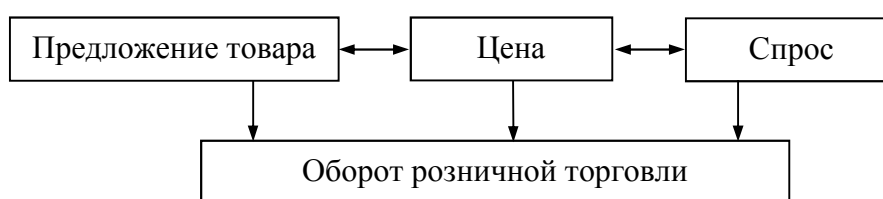


Рисунок 1.1 – Взаимосвязь оборота розничной торговли и денежных доходов населения [25]

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 потребительских товаров, проданных населению за наличный и безналичный расчет через различные каналы реализации.

В состав оборота розничной торговли включается [4]:

- стоимость потребительских товаров, проданных населению за наличный расчет;
- стоимость товаров, проданных по почте с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи);
- стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателям) в объеме полной стоимости товара;
- стоимость товаров, сданных на комиссию (по моменту продажи) в объеме комиссионных вознаграждений, если торговая организация не является собственником товаров; в размере полной стоимости, если она является собственником товаров;
- стоимость проданных по образцам товаров длительного пользования (по времени выписки счета-фактуры и доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);
- полная стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (лекарственных средств, топлива и т. п.);
- стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета без учета стоимости доставки);
- стоимость товаров, отправленных покупателям по почте, с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи);
- стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;
- стоимость проданной порожней тары;
- стоимость товаров, проданных через телемагазины и компьютерные сети (электронная торговля, включая Интернет) (по времени выписки счета-фактуры и доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);

- стоимость товаров, проданных через торговые автоматы.

В оборот розничной торговли не включается:

- стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим лицам (в т.ч. органам социальной сферы, спецпредприятиям) и индивидуальным предпринимателям;

- стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

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

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).

В соответствии с существующими формами статистической отчетности, оборот розничной торговли можно классифицировать по признакам (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Классификация видов оборота розничной торговли [21]

| Признак классификации | Виды оборота розничной торговли |
|--|--|
| 1. По форме собственности | 1.1 Оборот государственной (муниципальной) розничной торговли 1.2 Оборот негосударственной (в т.ч. частной) розничной торговли |
| 2. По форме расчета | 2.1 Наличноденежный оборот 2.2 Безналичный оборот 2.3 Оборот по продаже товаров в кредит |
| 3. По составу | 3.1 Оборот торгующих организаций, предприятий 3.2 Продажа товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках |
| 4. По структуре оборота розничной торговли | 4.1 Оборот продовольственных товаров 4.2 Оборот непродовольственных товаров |
| 5. В зависимости от влияния цен | 5.1 Оборот в действующих ценах 5.2 Оборот в сопоставимых ценах |
| 6. В зависимости от измерителей | 6.1 Оборот в стоимостных показателях 6.2 Оборот в натуральных показателях |
| 7. В зависимости от составления отчетности | 7.1 Фактический оборот розничной торговли 7.2 Ожидаемый оборот розничной торговли 7.3 Прогнозируемый (планируемый) оборот розничной торговли |

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. Его объем и структура являются основой планирования других экономических показателей торгового предприятия. Через оборот розничной торговли возмещаются все затраты общества на производство и обращение товаров.

Количественным выражением оборота розничной торговли является объем, то есть сумма денег, полученная за проданные товары и предоставленные населению услуги в определенный период времени. Качественной характеристикой оборота розничной торговли является его структура (ассортиментный состав, доля каждой товарной группы в обороте розничной торговли).

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.

Как любой стоимостной показатель, оборот розничной торговли имеет свои недостатки. На его размеры непосредственно влияют цены, и он может увеличиваться за счет реализации дорогих товаров, а не товары имеющих доступные для массового потребления цены. Это необходимо учитывать при оценке эффективности работы торгового предприятия [21].

Оборот розничной торговли может выступать как один из показателей, определяющих мощьность 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, финансо-

вых) 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.

Оборот розничной торговли существенно влияет на денежное обращение в стране и устойчивость валюты, поскольку обращение наличных денег связано главным образом с обслуживанием оборота розничной торговли. Развитие оборота розничной торговли отражает народнохозяйственные пропорции между производством и потреблением, спросом населения и потреблением товаров, розничной продажей и денежным обращением.

В соответствии с темой выпускной квалификационной работы в следующем пункте рассмотрена методика анализа оборота розничной торговли торгового предприятия.

1.2 Методика анализа оборота розничной торговли

Анализ оборота розничной торговли целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному. Содержание этапов представлено в Приложении А.

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.

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 в зависимости от цели и задач анализа может включать в себя материалы проведенных исследований товарных рынков и рынка потребительских товаров региональности розничного предприятия; результаты исследований закупок потребительских товаров и оценки конкурентоспособности основных поставщиков и покупателей товаров; материалы исследований по активизации и оптимизации сбытовой, ценовой, рекламной и др. стратегий и политики деятельности розничного предприятия и т. д. [23]

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. Основные виды традиционных методов анализа оборота розничной торговли представлены на рисунке 1.2.

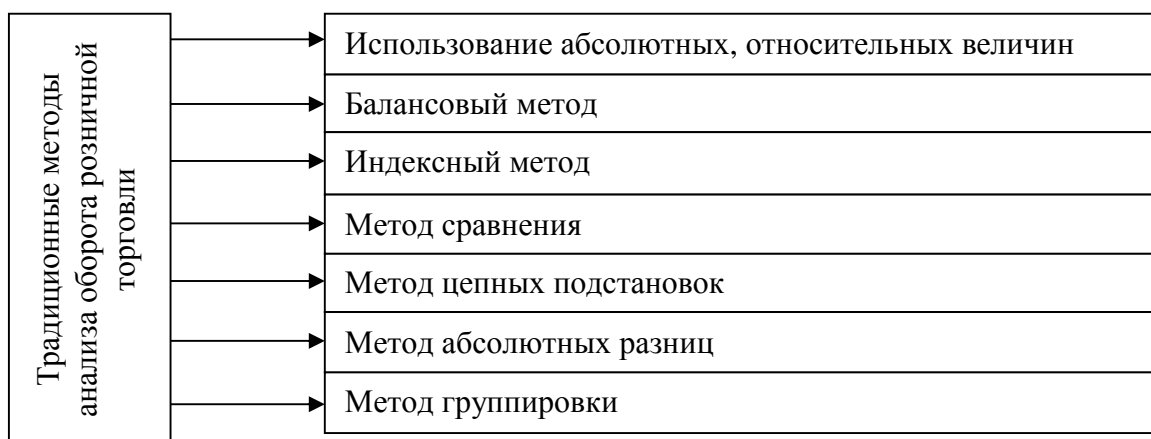


Рисунок 1.2 – Основные виды традиционных методов анализа оборота розничной торговли [20]

Анализ динамики общего объема оборота розничной торговли осуществляется за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах. Объем оборота розничной торговли в сопоставимых ценах ($P_{с.ц.}$) рассчитывается путем деления оборота розничной торговли в действующих ценах ($P_{д.ц.}$) на соответствующий индекс розничных цен ($I_{ц}$):

$$P_{с.ц.} = \frac{P_{д.ц.}}{I_{ц}}. \quad (1.1)$$

Анализируя динамику оборота розничной торговли, определяют темп роста, темп прироста, среднегодовой темп роста оборота розничной торговли.

Для оценки выполнения плана оборота розничной торговли определяется процент выполнения плана по формуле:

$$\% P_{пл} = \frac{P_{ф}}{P_{пл}} \cdot 100, \quad (1.2)$$

где $P_{ф}$ – фактический оборот розничной торговли, тыс. руб.;

$P_{пл}$ – плановый оборот розничной торговли, тыс. руб.

Следующим направлением анализа оборота розничной торговли является оценка его динамики во временном аспекте, т. е. по кварталам и месяцам. Для оценки равномерности развития оборота розничной торговли по периодам времени рассчитываются коэффициенты равномерности и ритмичности, а также индексы сезонности. Коэффициент равномерности рассчитывается по следующим формулам:

$$K_p = 100 - V, \quad (1.3)$$

где V – коэффициент вариации, %;

$$V = \frac{\sigma \times 100}{\bar{X}}, \quad (1.4)$$

где σ – среднеквадратическое отклонение;

\bar{X} – средний процент (темп роста) оборота по общему объему или средний размер оборота розничной торговли за определенный период, % или тыс. руб.

Среднеквадратическое отклонение может быть определено как по абсолютному значению (сумме) оборота розничной торговли, так и по относительным показателям (темпам роста):

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

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (1.5)$$

где x_i – объем оборота розничной торговли за определенный период, тыс. руб.;

\bar{x} – средняя величина оборота розничной торговли за исследуемый период, тыс. руб.;

n – число составляющих (месяцев, кварталов);

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

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2 \cdot P_{0i}}{\sum P_{0i}}}, \quad (1.6)$$

где x_i – темп изменения оборота розничной торговли по отдельным временным периодам, %;

\bar{x} – средний темп изменения оборота розничной торговли по общему объему, %;

P_{0i} – базисное значение оборота розничной торговли за период, тыс. руб.

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

$$I_c = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (1.7)$$

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

\bar{P} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота розничной торговли, тыс. руб.:

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12}. \quad (1.8)$$

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

Для анализа оборота розничной торговли по ассортиментной структуре целесообразно рассчитывать коэффициент абсолютных структурных сдвигов в обороте розничной торговли по следующей формуле

$$K_{стр.сдв.} = \sqrt{\frac{\sum (F_i^1 - F_i^0)^2}{n}}, \quad (1.9)$$

где F_i^0 – удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли предшествующего года, %;

F_i^1 – удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оборота розничной торговли отчетного года, %;

n – количество товарных групп.

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

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

1. связанные с ценами.
2. связанные с товарными ресурсами.
3. связанные с трудовыми ресурсами (численностью и производительностью труда).
4. связанные с использованием основных средств.

Одним из наиболее значимых факторов, оказывающих влияние на объем оборота розничной торговли, является ценовой фактор. Расчет влияния данного фактора на изменение оборота розничной торговли проводится по методике, представленной в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Анализ влияния цен и физического объема оборота розничной торговли на его изменение в исследуемый период времени

| Оборот розничной торговли | | | Абсолютный прирост (снижение) | | |
|---------------------------|------------|----------------------|-------------------------------|---|-----------|
| В действующих ценах | Индекс цен | В сопоставимых ценах | всего | В т.ч за счет изменения | |
| | | | | Физического объема оборота розничной торговли | Роста цен |
| $P_{д.и.0}$ | - | - | - | - | - |

| | | | | | |
|--------------------|----------------|--------------------|--|---|---|
| $P_{\text{д.ц.1}}$ | $J_{\text{ц}}$ | $P_{\text{с.ц.1}}$ | $P_{(\Delta J_{\text{ц}})} + \Delta P_{(\Delta P_{\phi})}$ | $\frac{\Delta P_{(\Delta P_{\phi})} = P_{\text{с.ц.1}} - P_{\text{д.ц.0}}}{P_{\text{д.ц.0}}}$ | $\frac{\Delta P_{(\Delta J_{\text{ц}})} = P_{\text{д.ц.1}} - P_{\text{с.ц.1}}}{P_{\text{с.ц.1}}}$ |
|--------------------|----------------|--------------------|--|---|---|

Вторая группа факторов, влияющих на оборот розничной торговли, связана с основными ресурсами торгового предприятия (основными фондами, оборотными средствами и трудовыми ресурсами).

На изменение объема оборота розничной торговли оказывают влияние факторы, связанные с использованием трудовых ресурсов: численность работников и их производительность труда. Определение влияния трудовых ресурсов на изменение оборота розничной торговли определяется способом разниц с использованием следующей формулы:

$$\Delta P = Ч \cdot ПТ \quad (1.10)$$

где $Ч$ – среднесписочная численность работников предприятия, чел;

$ПТ$ – производительность труда одного работника, тыс. руб./чел.

Для определения влияния на изменение объема оборота розничной торговли трудовых ресурсов возможно использование и метода цепных подстановок, при котором осуществляется последовательная замена в формуле показателей предыдущего периода на показатели отчетного периода. При этом сначала осуществляется замена количественных показателей, а затем производится замена качественных показателей. В случае если в формуле имеется не один, а несколько количественных (качественных) показателей, их замена осуществляется в последовательности экономической важности для предприятия.

Следующей составляющей ресурсов торгового предприятия являются оборотные средства.

Условно, по принципу расчета влияния на оборот розничной торговли, факторы, связанные с использованием оборотных средств, можно разбить на три подгруппы:

- 1) запасы на начало, поступление, запасы на конец, прочее выбытие;
- 2) средняя стоимость оборотных средств и их оборачиваемость;
- 3) средняя стоимость товарных запасов и их оборачиваемость.

Для анализа оборота розничной торговли торгового предприятия используется формула увязки товарных ресурсов (поступления, остатки товаров) и объема их реализации, которая выражается следующим образом

$$Z_n + П = P + B + Z_k, \quad (1.11)$$

где Z_n – запасы товаров на начало периода, тыс. руб.;

$П$ – поступление товаров, тыс. руб.;

P – объем реализации товаров (оборот розничной торговли), тыс. руб.;

B – прочее выбытие товаров, тыс. руб.;

Z_k – запасы товаров на конец периода, тыс. руб.

Исходя из данной формулы, объем оборота розничной торговли рассчитывается:

$$P = Z_n + П - B - Z_k. \quad (1.12)$$

Используя формулу (1.14), можно определить с помощью метода цепных подстановок влияние факторов, связанных с товарными ресурсами, на объем оборота розничной торговли.

Для расчета влияния на оборот розничной торговли наличия и эффективности использования оборотных средств и их составного элемента – товарных запасов – используют следующие формулы:

$$P = \overline{OC} \cdot O_c, \quad (1.13)$$

где \overline{OC} – средняя стоимость оборотных средств, тыс. руб.;

O_c – скорость обращения оборотных средств, обороты;

или

$$P = \overline{TЗ} \cdot O_c, \quad (1.14)$$

где $\overline{TЗ}$ – средняя стоимость товарных запасов, тыс. руб.;

O_c – товарооборотчиваемость, обороты.

Расчеты проводятся методом цепных подстановок или методом разниц.

Влияние на изменение объема оборота розничной торговли размера торговой площади предприятия и оборота розничной торговли на 1 м² торговой

площади можно определить методом разниц или методом цепных подстановок, используя следующую формулу:

$$P = S \cdot P_s. \quad (1.15)$$

Следующая группа факторов, оказывающих влияние на оборот розничной торговли, связана с наличием и эффективностью использования основных фондов торгового предприятия. Расчеты осуществляются методом разниц или методом цепных подстановок по следующей формуле

$$P = \overline{ОФ} \cdot \Phi_o, \quad (1.16)$$

где $\overline{ОФ}$ – средняя стоимость основных фондов, тыс. руб.;

Φ_o – фондоотдача, коэф.

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.

Необходимо также рассмотреть методику планирования оборота розничной торговли. Методика планирования оборота розничной торговли представлена в следующем пункте первой главы выпускной квалификационной работы.

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. Основными целями планирования оборота розничной торговли является [23]:

- экономическое обоснование объема оборота розничной торговли в соответствии с объемом спроса населения и возможностями торгового предприятия;
- приведение структуры оборота в соответствие с изменениями спроса и предложения;

- обеспечение рационального распределения прогнозируемого оборота розничной торговли во времени и пространстве.

Планирование осуществляется в несколько этапов (Приложение В).

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.) [8].

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

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:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{\frac{P_n}{P_0}} \cdot 100, \quad (1.17)$$

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.

Отсюда планируемый объем оборота розничной торговли предприятия рассчитывается по формуле

$$P_{пл} = \frac{P_1 \cdot \bar{T} \cdot J_{инф}}{100}, \quad (1.18)$$

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 $\Delta\bar{K}$ равно $\Delta\bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n - 1}$.

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2\Delta\bar{K}. \quad (1.19)$$

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

$$P_{пл} = \frac{P_n \cdot (100 + K_{n+1}) \cdot J_{инф}}{100}. \quad (1.20)$$

Экономико-математические методы планирования оборота розничной торговли заключаются в выявлении математической закономерности развития показателя и построения на этой основе модели развития показателя в буду-

щем. 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. [8]

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

Данный метод можно использовать на всех уровнях деятельности предприятия торговли.

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

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

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

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

$$Ппр = ВП - ИО \quad Ппр = \frac{P \cdot Y_{ВП}}{100} - \frac{P \cdot Y_{ИО}}{100} \quad (1.21)$$

отсюда:

$$P_{пл} = \frac{Ппр_{пл}}{Y_{ВП_{пл}} - Y_{ИО_{пл}}} \cdot 100, \quad (1.22)$$

где $Ппр_{пл}$ – планируемый размер целевой прибыли от продаж торгового предприятия, тыс. руб.;

$Y_{ВП_{пл}}$ – планируемый уровень валовой прибыли, %;

$Y_{ИО_{пл}}$ – планируемый уровень издержек обращения, %. [8]

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

На первом этапе определяется величина прибыли, остающейся в распоряжении предприятия для следующих целей:

- финансирования прироста основных фондов;
- финансирования собственных оборотных средств;
- создания финансовых резервов;
- погашения кредитов;
- приобретения ценных бумаг;
- уплаты налогов и других отчислений из чистой прибыли;
- поощрения и социального развития коллектива;
- других целей.

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

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

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

$$P_K = \frac{P \cdot ИО_{пост}}{(ИО_{пер} + ИО_{пост})} \quad \text{или} \quad P_K = \frac{ИО_{пост} \cdot 100}{(ВП - ИО_{пер})} \quad (1.23)$$

где P_K – оборот розничной торговли в критической точке, тыс. руб.;

P – расчетный плановый оборот розничной торговли, тыс. руб.;

$ИО_{пост}$ – постоянные издержки обращения, тыс. руб.;

$ИО_{пер}$ – переменные издержки обращения, тыс. руб.

При обосновании плана оборота розничной торговли важно обеспечить более высокие темпы роста продажи товаров населению по сравнению с темпами роста его денежных доходов, что позволит повысить процент охвата оборотом розничной торговли денежных доходов населения или покупательных фондов населения.

Второй и третий этапы планирования оборота розничной торговли предполагают расчет оборота по периодам года и по структуре (Приложение Д).

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

Тогда размеры квартального оборота розничной торговли в будущем году будут рассчитываться следующим образом:

$$P_{пл.}^{1кв} = \frac{P_{пл.}^{20д} \cdot Уд.в.1кв}{100}, \quad P_{пл.}^{2кв} = \frac{P_{пл.}^{20д} \cdot Уд.в.2кв}{100} \quad \text{и т. д.}$$

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

$$\bar{P}_{кв.пл} = \frac{P_{пл.}^{20д}}{4} \quad (1.24)$$

где $P_{пл.}^{20д}$ – оборот розничной торговли планируемого года, тыс. руб.;

4 – количество кварталов в году.

$$\bar{P}_c^{1кв} = P_{кв.пл} \cdot J_c^{1кв} \quad (1.25)$$

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

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.

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 розничной торговли сначала рассчитывают средние удельные веса оборотов конкретных товарных групп за последние два-три года работы предприятия по формуле средней арифметической или по скользящей средней. Тогда оборот розничной торговли i -й товарной группы в будущем году будет равен

$$P_{пл.}^{1тов.гр} = \frac{P_{пл.}^{год} \cdot Уд.в._{тов.гр}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (1.26)$$

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

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

$$K_{эл i} = \frac{\Delta P_i}{P_{i0}} : \frac{\Delta P}{P_0}, \quad (1.27)$$

где ΔP_i и ΔP – отклонение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно в отчетном году, тыс. руб.;

P_{i0} и P_0 – базисное значение оборота розничной торговли по отдельной группе товаров и по общему объему соответственно, тыс. руб.

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

$$P_{i_{пл}} = P_{i1} \times \frac{100 + T_{нр} \cdot K_{эл}}{100} \quad (1.28)$$

где $P_{i_{пл}}$ – оборот розничной торговли по группе товаров в отчетном году, тыс. руб.;

$T_{нр}$ – плановый темп прироста оборота розничной торговли по общему объему, %.

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.

Планируемый оборот розничной торговли распределяют по кварталам. Для этого рассчитывают индексы сезонности.

Сезонные колебания измеряются при помощи индексов сезонности, которые рассчитываются по формуле:

$$i_c = \frac{\overline{y_i}}{y_0} \times 100\% , \quad (1.29)$$

где $\overline{y_i}$ - средний уровень оборота розничной торговли отдельного квартала, руб.

y_0 - общий среднеквартальный объем оборота розничной торговли за расчетный период, руб.

На заключительном этапе планирования оборота розничной торговли осуществляется SWOT-анализ деятельности торгового предприятия, выявляются резервы роста оборота розничной торговли и оптимизации его структуры и состава, разработка программы мероприятий по увеличению объема оборота розничной торговли и оптимизации его состава и структуры.

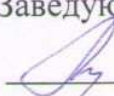
По результатам изложенного теоретического материала можно сделать вывод, что одним из важнейших исследований работы торгового предприятия становится анализ оборота розничной торговли. Именно на основе данных полученных после проведения анализа и должна осуществляться работа по планированию оборота розничной торговли на будущие периоды. Во второй главе выпускной квалификационной работы будет проведен анализ оборота розничной торговли ООО «СибТорг».

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

Торгово-экономический институт
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« 15 » 06 2018 г.


БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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


код, направление и профиль подготовки

Оборот розничной торговли предприятия: анализ и экономическое
обоснование резервов роста

тема

Руководитель  14.06.18 доцент, канд. экон. наук О.Н. Есина

подпись дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник  ЭП-13-11з О.В. Гапоян

подпись группа инициалы, фамилия

Красноярск 2018