

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Южно-Уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра «Логистика и экономика торговли»

Допустить к защите  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ А.Б. Левина  
\_\_\_\_\_ июня 2018 г.

Анализ розничного товарооборота ИП Колосов Д.О. и пути его  
улучшения  
Пояснительная записка  
к ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ–38.03.01.2018.1018.ПЗ ВКР

Руководитель работы  
к.э.н., доцент  
\_\_\_\_\_ Ю.А. Дорошенко  
\_\_\_\_\_ июня 2018 г.

Автор работы  
студент группы ЭУ–415  
\_\_\_\_\_ С.Д. Колосов  
\_\_\_\_\_ июня 2018 г.

Нормоконтроль  
к.п.н. доцент  
\_\_\_\_\_ Ж.А. Зеленская  
\_\_\_\_\_ июня 2018 г.

Челябинск 2018

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время главной целью торговых предприятий является получение наибольшей прибыли, при этом товароборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель.

Так как торговое предприятие приобретает определенную сумму дохода с каждого рубля реализованных товаров, то задача получения максимальной прибыли вызывает необходимость непрерывного повышения объема товароборота как основного фактора роста доходов.

Оборот розничной торговли принадлежит к числу основных показателей в экономике. Он отражает экономические и социальные процессы, совершающиеся в жизни страны. Оборот розничной торговли тесно связан со многими показателями развития народного хозяйства, с государственным бюджетом, денежным обращением.

В области товарного обращения оборот розничной торговли оказывает влияние и на другие показатели торговли, в частности на товарные запасы и их оборачиваемость, труда в торговле и т.д. Кроме того, на него тоже оказывают влияние товарные запасы, трудовые и денежные затраты, состояние материальной базы торговли и тому подобное.

От эффективности деятельности предприятия розничной торговли зависит степень удовлетворения потребностей потребителя. При этом возникает необходимость в анализе и оценке объемов и структуры розничного товароборота страны.

По данным Госкомстата оборот розничной торговли с 2015 по 2016 год составил (млрд руб.) 21394,5 – 23668,4. В 2016 году отмечается снижение оборота розничной торговли. Оборот розничной торговли в Челябинской области

за 2017 год снизился на 0,5% по сравнению с 2016 годом – до 538 млрд 815,2 млн руб., сообщает Челябинскстат.

Эти показатели указывают на важность анализа факторов, влияющих на розничный товарооборот и определение мероприятий по его увеличению.

Целью работы является разработка мероприятий по оптимизации товарооборота на предприятии розничной торговли ИП КОЛОСОВ.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические и методические аспекты розничного товарооборота;
- проанализировать состояние розничного товарооборота предприятия ИП КОЛОСОВ;
- предложить рекомендации по оптимизации розничного товарооборота предприятия.

Объектом выпускной квалификационной работы является розничное торговое предприятие ИП КОЛОСОВ.

Предметом выпускной квалификационной работы является розничный товарооборот.

Методами исследования поставленных в работе задач являются: системный подход, расчетно-аналитический метод.

Теоретической основой исследования послужили работы ученых-экономистов Фридмана А.М., Памбухчиянца О.В., Максименко Н.В., Арзумановой Т.И., Долматовой О.В., Виноградовой С.Н., Понкратовой Ф.Г.

Информационную базу составили законодательные акты в сфере хозяйственной деятельности; результаты исследований, содержащиеся в работах отечественных и зарубежных экономистов; материалы периодических изданий; справочные и инструктивные материалы; показатели производственно-финансовой деятельности предприятия ИП КОЛОСОВ.

Практическая значимость работы заключается в проведении оценки финансового состояния предприятия – экономического агента – и в разработке

мероприятий по увеличению розничного товарооборота.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, приложений.

Первая часть данной выпускной квалификационной работы посвящена теоретическим и методическим аспектам розничного товарооборота. В ней определена сущность розничного товарооборота, его роль и значение в экономике, рассмотрены состав и структура товарооборота торгового предприятия, внешние и внутренние факторы, влияющие на товарооборот. Также было проведено сравнение российского и зарубежного опыта развития розничного товарооборота.

Вторая часть посвящена анализу развития товарооборота исследуемого торгового предприятия за период 2015–2017 годы.

В третьей части предложены мероприятия по оптимизации на предприятии розничного товарооборота, проведено экономическое обоснование их внедрения.

В заключении представлены выводы на основе проведенного анализа. Работа оформлена на 73-х страницах, иллюстрации содержат два рисунка, 23 таблицы, расчеты проведены по 21 формуле.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА КАК ГЛАВНОГО ОЦЕНОЧНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Понятие и экономическая сущность розничного товарооборота торговой организации

Розничный товароборот – количественный показатель, характеризующий объём продаж, он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путём их обмена на денежные доходы. Главной целью торговых предприятий является получение максимальной прибыли и товароборот 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 товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли, относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда. Главный фактор успешного развития товарооборота - обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов.

Продукты, произведённые для реализации, и денежные доходы служат основой розничного товарооборота. Так же розничный товароборот является одним из основных показателей, по которому оценивают деятельность предприятий и организаций торговли [30].

Объём и тенденции изменения розничного товарооборота в значительной степени характеризуют собой уровень жизни народа. Именно через розничный товароборот реализуются денежные доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством труда [4].

Основными задачами розничного товарооборота являются:

- проверка степени выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворение спроса покупателей на отдельные товары, освоения долгосрочных нормативов по показателям торговой деятельности;
- определение тенденций экономического и социального развития предприятий розничной торговли;
- установление обоснованности, напряженности, оптимальности планов;
- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота;
- комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
- оценка выполнения плана по внедрению прогрессивных методов торговли и их эффективности;
- выявление путей, возможностей и резервов роста товарооборота, повышение качества обслуживания покупателей, эффективности использования материально-технической базы торговли;
- разработка мер по устранению недостатков в торговле; разработка оптимальных стратегических и тактических решений по развитию товарооборота, и торговой деятельности предприятия [5].

Розничный товарооборот может выступать как один из показателей, определяющих мощь торгового предприятия, так как по его величине можно судить об объеме деятельности предприятия.

Розничная торговля представляет собой предпринимательскую деятельность в сфере обмена, она связана с продажей каких либо товаров конечным потребителям для семейного, домашнего, личного, или коллективного пользования. Розничная торговля является необходимым звеном системы распределения, она нужна для обеспечения продвижения товаров от изготовителя до конечных потребителей. В условиях рыночной экономики все предприятия должны покупать и продавать, для того чтобы получать средства на развития хозяйственной деятельности. Экономика купли-продажи, это по сути экономика производства и потребления [13].

Розничная продажа – акт обмена денег на товар и услуги, выгодный для участвующих сторон. Потребитель при обмене стремится приобрести необходимый ему товар хорошего качества, а розничный торговец – прибыль. В процессе совершения акта покупки потребитель получает и определенное психологическое удовлетворение, укрепляет или повышает свой социальный статус. Покупка способствует самовыражению и самоутверждению покупателя.

Предприятия розничной торговли можно классифицировать по товарным категориям и группам, которые преобладают в ассортименте; по методам торговли и уровню обслуживания покупателей; по признаку принадлежности магазина тем или иным владельцам; по месту расположения, структуре и стратегии магазина.

Розничная торговля в основном выполняет следующие функции: закупку товаров, их транспортирование и хранение; принятие на себя риска, финансовую деятельность, информирование рынка и получение информации о рынке, подсортировку, подработку, придание закупленной продукции товарного вида, продажу товаров, послепродажное обслуживание покупателей.

Розничная торговля занимает важное место в системе товародвижения. Она обеспечивает возможность покупателю с минимальной затратой сил и времени приобретать нужные ему товары путем выбора из имеющегося ассортимента, недалеко от мест проживания или работы, в удобных для потребления количествах. Интерьер магазинов часто содействует совершению покупки [31].

Под розничным товарооборотом понимается продажа товаров населению для удовлетворения личных потребностей в обмен на его денежные доходы.

Экономические отношения, связанные с обменом денежных доходов на товары, выражают экономическую сущность розничного товарооборота: он характеризует завершение процесса обращения, товары переходят в собственность потребителей, потребляются или же образуют потребительский фонд.

Однако население удовлетворяет свои потребности в предметах потребления не только путем их индивидуального потребления, но и через различные формы совместного потребления. Розничная торговля – сложная система, функционирующая в условиях быстро меняющейся социально – экономической среды. Она постоянно учитывает потребности и желания покупателей, изменения социально – экономической среды, конъюнктуру и обеспечивает необходимый ассортимент товаров, дополнительных услуг, удобств [32].

Чтобы хорошо торговать, надо знать, кто покупатель, кто производит товары необходимого качества и по цене, приемлемой для покупателей, а также следует выяснить, какие товары продаются в других магазинах конкурентами.

К розничной торговле, наряду с магазинами и другими торговыми учреждениями, относятся предприятия питания, сфера обслуживания.

Розничный товарооборот находится в тесной взаимосвязи с денежным обращением. В нем участвует значительная часть обращающихся денег; увеличение или снижение объема реализации товаров народного потребления вызывает соответствующие изменения в поступлении денег в банки. Его развитие отражает народнохозяйственные пропорции между производством и потреблением, спросом населения и предложением товаров, розничной продажей и денежным обращением [12].

Розничный товарооборот может быть использован для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку товарооборот является показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с величиной затраченных ресурсов (трудовых, товарных, материальных, финансовых) даст представление об эффективности их использования, так как в обобщенном виде показатель эффективности есть соотношение результата и затрат. Розничный товарооборот может быть использован для расчета трудоёмкости, фондоёмкости, затратноёмкости, капиталоемкости ресурсов. С помощью этих показателей можно определить



потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста товарооборота.

Товарооборот торгового предприятия осуществляется в различных видах и формах. Прежде всего, отражает два уровня продажи товаров: розничный и оптовый оптовый товарооборот. Виды и формы розничного товарооборота предоставлены на рисунке 1.

Розничный товарооборот			
По организационным формам продажи	По составу конечных потребителей	По срокам расчета реализованные товары	По формам денежных расчетов
1) Продажа товаров в розничной торговой сети	1) Продажа товаров непосредственно населению	1) Продажа товаров с немедленной их оплатой	1) Продажа товаров за наличный расчет
2) Продажа товаров помимо розничной торговой сети	2) Продажа товаров из розничной торговой сети предприятиям для личного потребления	2) Продажа товаров населению в кредит	2) Продажа товаров по безналичному расчету

Рисунок 1 – Виды и формы розничного товарооборота

## 1.2 Внешние и внутренние факторы , влияющие на развитие товарооборота

торговой организации

На развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы.

Факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота, представлены на рисунке 2.

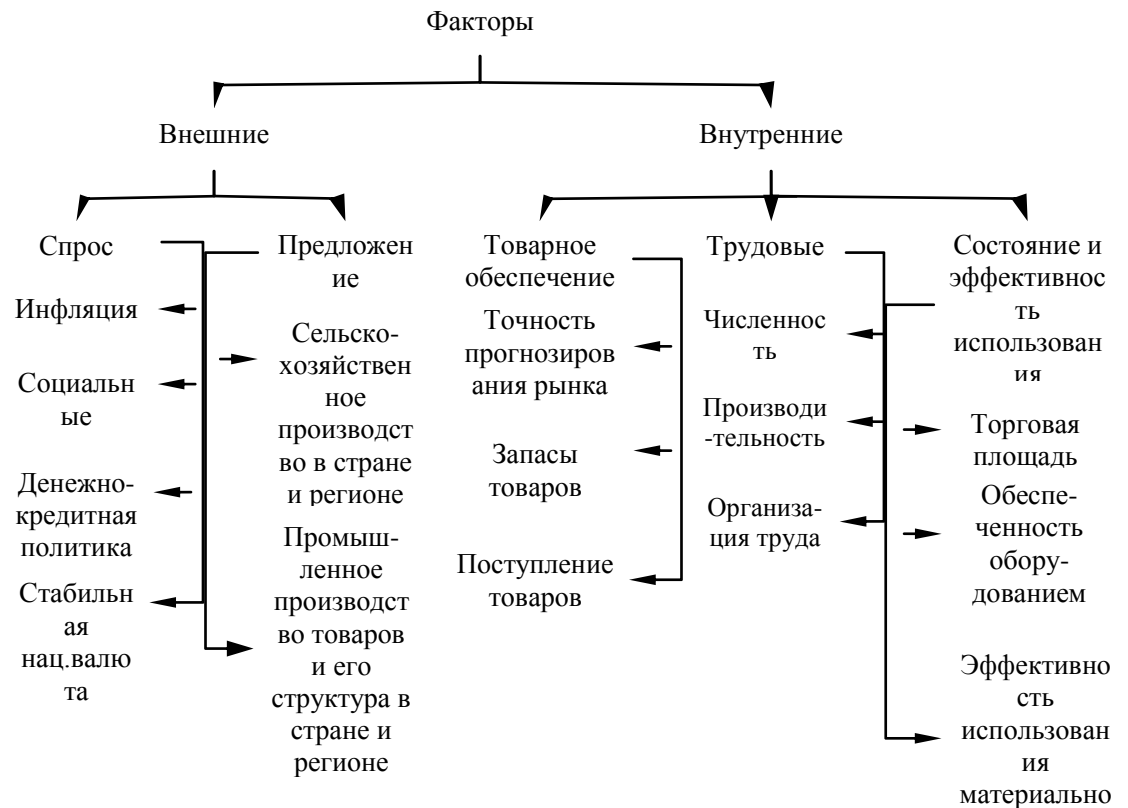


Рисунок 2 – Классификация факторов, влияющих на розничный товарооборот

Анализ внешней среды предприятия предполагает исследование ее составляющих и непосредственного окружения. Это позволяет оценить стратегические условия, созданные внешней средой, возможности и угрозы.

Как известно, степень воздействия отдельных компонентов макроокружения на различные предприятия зависит от размера предприятия, его отраслевой принадлежности, территориального расположения, выбранных целей, исторических и прочих особенностей. Считается, что крупные предприятия

испытывают большую зависимость от макроокружения, чем мелкие. Розничная торговля представлена в основном крупными и средними по количеству работников предприятиями [16].

По результатам опросов специалистов розничной торговли сегодня на деятельность предприятий розничной торговли значительное влияние оказывают факторы научно-технического и экономического характера (62,7 и 43,3%) соответственно, которые могут быть с одной стороны потенциальными носителями угроз для них, а с другой - могут открывать новые возможности для предприятия. В свою очередь, социально-демографические и политические факторы оказывают среднюю степень влияния на коммерческую деятельность розничных торговых предприятий (38,9 и 47,3%). Основными факторами экономического характера, оказывающими по мнению опрошенных, высокую степень влияния на коммерческую деятельность розничных торговых предприятий, являются: уровень доходов населения, процентная ставка банковского кредита, инфляционные процессы, уровень развития конкурентных отношений; нормы налогообложения, уровень безработицы и т.д [15]. Наиболее значимый фактор политического характера - отношение правительства к отраслям экономики и регионам государства. Из социально-демографических факторов для предприятий розничной торговли важным является динамика численности населения страны, региона, из научно-технических высокую значимость получил фактор состояния и перспектив развития технологий.

Изучая различные компоненты макроокружения, важно иметь ввиду, что все они сильно влияют друг на друга. Изменения в одной из компонент обязательно приводят к изменению в других. Поэтому их изучение и анализ должны вестись системно, с отслеживанием не только собственно изменений в отдельном компоненте, но и с уяснением того, как эти изменения скажутся на других компонентах макроокружения. Изучение непосредственного окружения предприятия направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми оно находится в непосредственной взаимосвязи. Предприятие может

оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия и тем самым активно участвовать в формировании дополнительных возможностей и в предотвращении угроз его дальнейшему существованию [6].

По мнению большинства исследователей, степень взаимодействия предприятия с элементами внешней среды и с непосредственным окружением различна. С непосредственным окружением оно взаимодействует через прямые и обратные связи, а факторы внешней среды предприятие может только изучать и учитывать при планировании своей деятельности [7].

Данные факторы, подлежат изучению и анализу, но вместе с тем, необходимо отметить, что оказать какое-либо влияние на них, торговая организация фактически не может, соответственно принимает их к сведению, подстраиваясь под существующие реалии.

При анализе розничного товарооборота исследуются закономерности его развития на душу населения. Сравнивают фактический объем среднедушевой реализации с физиологическими нормами потребления по продовольственным товарам и рациональными нормами потребления по непродовольственным товарам, позволяющим оценить степень удовлетворения населения в конкретных материальных благах [1].

В частности к факторам, связанным с численностью обслуживаемого населения и его покупательными фондами, относятся: численность населения, обслуживаемого организацией, его покупательные фонды и охват покупательных фондов товарооборотом.

Внутренние факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота, можно подразделить на факторы, связанные:

- с обеспечением товарными ресурсами;
- эффективностью использования трудовых ресурсов;
- эффективностью использования основных средств.

Указанные факторы в большей мере поддаются влиянию торговой организации, в данной связи заслуживают отдельного внимания и соответствующего анализа.

Факторы, связанные с обеспечением товарными ресурсами, влияют на объем розничного товарооборота через изменение величин запасов товаров на начало периода, поступления товаров, прочего выбытия и запасов на конец отчетного периода [11].

Положительное влияние на сумму товарооборота оказывает увеличение объема поступления товаров, уменьшение прочего выбытия товаров и их остатка на конец периода.

Влияние данных факторов на товарооборот определяют как разность между фактическими данными и плановыми.

К факторам, связанным с обеспечением и использованием трудовых ресурсов, относятся: численность работников, организация и производительность их труда.

Численность торговых работников во многом зависит от количества торговых организаций. Численность торговых работников, их качественный состав влияют на уровень обслуживания населения и на выполнение плана розничного товарооборота. Работники розничных торговых организаций, непосредственно общаясь с населением в процессе продажи товаров, определяют объем и характер потребительского спроса, воздействуют на формирование ассортиментной политики. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов зависит от организации труда, его производительности [7].

Производительность труда в торговле определяется суммой товарооборота на одного торгового работника.

К факторам, связанным с использованием основных фондов, относятся: количество магазинов, средняя торговая площадь одного магазина, товарооборот на 1 кв. м. торговой площади, фондоотдача, среднегодовая стоимость основных фондов.

Все факторы, под влиянием которых развивается товарооборот, следует разделить на две группы - экстенсивные и интенсивные.

Такие экстенсивные факторы, как покупательные фонды населения, товарные ресурсы, численность обслуживаемого населения, не зависят от деятельности торговых организаций и складываются под влиянием развития экономики страны в целом. Интенсивные факторы зависят в большей степени от эффективности деятельности торговых организаций.

Анализ розничного товарооборота осуществляется с целью изучения возможностей его увеличения и максимизации прибыли.

Основные задачи анализа розничного товарооборота:

- проверка выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары, определение тенденций социально-экономического развития торгового предприятия;

- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота, комплексная оценка торговой деятельности предприятия;

- выявление путей и возможностей роста товарооборота, повышение качества обслуживания покупателей, эффективности использования экономического потенциала (всех видов ресурсов);

- разработка оптимальных управленческих решений по развитию розничного товарооборота торгового предприятия [8].

Оценка достигнутых результатов является основой планирования организации розничной реализации товаров. Она позволяет определить оптимальный план сбыта, дает возможность руководителям торговых предприятий избежать непредвиденных проблем, предусмотреть основные изменения на рынке продаж и внести необходимые уточнения в план розничного товарооборота. Такой анализ розничного товарооборота позволяет оценить эффективность работы торгового предприятия в целом и каждого отдела, секции, работника в отдельности с точки

зрения выполнения поставленных задач и может быть использован в качестве основы для прогнозных расчетов [9].

Изучение развития розничного товарооборота ведется с использованием оперативного учета данных о товарообороте, сравнения фактических значений с плановыми, выборочных обследований, данных бухгалтерского учета и статистической отчетности. Оперативный учет и накопительный анализ ведутся в произвольном виде и позволяют выявить отклонения от заданий и нормативов, определить ритмичность, равномерность реализации, соответствие режима работы потоку покупателей [2].

Экономический анализ внутренних факторов розничного товарооборота включает в себя:

- анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота;
- анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов;
- анализ поступления товаров;
- анализ товарных запасов и товарооборачиваемости;
- анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов;
- анализ влияния оборотных средств на уровень товарооборота;
- анализ влияния материально-технической базы на уровень товарооборота;
- анализ влияния основных средств на уровень товарооборота;

### 1.3 Методика анализа розничного товарооборота

Анализ показателей товарооборота позволяет установить основные качественные и количественные показатели работы торг организации в текущем периоде. От глубины и полноты анализа, правильности сделанных выводов по результатам анализа зависит экономическая обоснованность расчетов на предстоящий период. [3]. По результатам анализа можно судить, в какой степени выполнен прогноз продаж и удовлетворен покупательский спрос, чем были вызваны изменения в товарообороте за отчетный период, оценить степень

соответствия фактических результатов деятельности предприятия намеченной стратегии. Таким образом, можно выделить следующие основные задачи анализа:

- проверка обоснованности плановой величины товарооборота;
- проверка выполнения плана товарооборота в целом за отчетный период (год, полугодие, квартал, месяц) а также по отдельным составляющим данного периода;
- изучение динамики розничного товарооборота, т. е. изменения его объема по сравнению с предыдущим отчетным периодом;
- рассмотрение состава товарооборота;
- изучение структуры розничного товарооборота;
- факторный анализ товарооборота;
- выявление резервов увеличения объема розничного товарооборота.

Источниками информации для анализа розничного товарооборота являются плановые данные, формы статистической отчетности, учетные регистры, первичная документация. Важнейшими первичными документами служат товарные и денежные отчеты материально ответственных лиц, к которым прилагаются документы, подтверждающие сдачу торговой выручки и расходы, произведенные из выручки [17]. Анализ товарооборота следует начинать с оценки выполнения плана. При этом определяется сумма перевыполнения (недовыполнения) и процент его выполнения:

$$\Sigma П(Н) = Тф - Тп, \quad (1)$$

где  $\Sigma П(Н)$  - сумма перевыполнения (недовыполнения) плана товарооборота, руб.;

$Тп$  - плановый объем товарооборота, руб.

$$Т\% = Тф/Тп*100, \quad (2)$$



где  $T\%$  - процент выполнения плана товарооборота.

Анализ равномерности выполнения плана товарооборота за отдельные периоды времени осуществляется с помощью расчета коэффициента равномерности:

$$P = 100 - V, \quad (3)$$

где  $P$  - коэффициент равномерности выполнения плана товарооборота, %;

$V$  - коэффициент вариации выполнения плана товарооборота по отдельным периодам, %.

$$V = \sigma_x / X_{\text{ср}}, \quad (4)$$

где  $\sigma_x$  - среднеквадратическое отклонение выполнения плана товарооборота по отдельным периодам, %;

$X_{\text{ср}}$  - средний процент выполнения плана товарооборота.

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum (X_i - X_{\text{ср}})^2}{n}}, \quad (5)$$

где  $X_i$  - процент выполнения плана товарооборота за  $i$ -ый период.

Этот коэффициент характеризует равномерность выполнения плана товарооборота относительно среднего уровня этого показателя по торговой сети потребительского общества. Он учитывает как негативные (недовыполнение плана), так и положительные (перевыполнение) отклонения.

В процессе анализа динамики товарооборота определяются: сумма увеличения (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$\Sigma УВ(УМ) = T_1 - T_0, \quad (6)$$

где  $\Sigma УВ(УМ)$  - сумма увеличения (уменьшения) товарооборота, руб.;

$T_1$  - объем товарооборота в отчетном году, руб.;

$T_0$  - объем товарооборота в прошлом году, руб.;

темп роста (уменьшения) объема товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым годом:

$$\%P(Y) = T_1 / T_0 * 100, \quad (7)$$

где  $\%P(Y)$ - темп роста (уменьшения) объема товарооборота, %;

$T_1$ , - объем товарооборота в отчетном году, руб.;

$T_0$  - объем товарооборота в прошлом году, руб.

Анализ товарооборота следует проводить не только в целом по торговому предприятию, но и в разрезе структурных подразделений (филиалов, секций), отдельных товарных групп, то есть по ассортиментной структуре. В ходе анализа структуры товарооборота определяется выполнение плана реализации по отделам, секциям, товарным группам, выявляется тенденция их оборотов, определяется удельный вес реализации в общем объеме товарооборота, рассчитывается коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте в целом по торговому предприятию:

$$K_{с.с} = \sqrt{\frac{\sum (F_{i1} - F_{i0})^2}{n}}, \quad (8)$$

где  $K_{с.с}$  - коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте, %;

$F_{i1}$  - удельный вес товарооборота  $i$  - ой товарной группы в общем объеме товарооборота в отчетном году, %;

$F_{i0}$  - удельный вес товарооборота  $i$  - ой товарной группы в общем объеме товарооборота в прошлом году, %;

$n$  - количество товарных групп.

Если значение данного коэффициента равно 0, то сдвиги в структуре товарооборота отсутствуют. На объем товарооборота торгового предприятия оказывает влияние большое число факторов. В практике экономического анализа их принято подразделять на три группы:

- факторы, связанные с товарными ресурсами;
- факторы, связанные с численностью работников
- факторы, связанные с наличием и эффективностью использования основных фондов торгового предприятия и режимом его работы.

Факторы, связанные с товарными ресурсами, влияют на объем товарооборота через изменение величины запасов товаров на начало и конец года, поступление товаров и их выбытие. Между указанными величинами имеется определенная взаимосвязь, выражаемая формулой товарного баланса:

$$З_{н} + П = Р + В + З_{к}, \quad (9)$$

где  $З_{н}$  - запасы на начало года, руб.;

$П$  - поступление товаров, руб.;

$Р$  - объем товарооборота, руб.;

$В$  - выбытие товаров, руб.;

$З_{к}$  - запасы на конец года, руб.

Преобразуя данную взаимосвязь можно получить балансовую формулу товарооборота:

$$Р = З_{н} + П - В - З_{к}, \quad (10)$$

Изменение каждого из слагаемых соответствующим образом влияет на объем товарооборота. Увеличение начальных запасов и поступления товаров оказывает положительное влияние на сумму реализации товаров. Их уменьшение, наоборот, способствует сокращению объема товарооборота.

Уменьшение выбытия товаров, сокращение их конечных запасов повлияет положительно на сумму реализации; увеличение же отрицательно сказывается на величине объема товарооборота.

Рассматривая направления влияния (+; -) данных факторов, необходимо учитывать доброкачественность поступающих товаров во всем ассортименте и требуемых количествах. Тот же подход соблюдается в отношении товаров в запасах. При нарушении этих условий фактор, оказывающий положительное влияние, может перейти в разряд отрицательных.

Влияние на объем товарооборота торгового предприятия факторов, связанных с товарными ресурсами, определяется способом разниц или цепных подстановок.

В первом случае находятся отклонения между показателями отчетного и прошлого года, а затем определяется направление влияния фактора на увеличение или уменьшение объема товарооборота. Причем следует учитывать, что направление влияния на объем товарооборота изменения выбытия товаров и запасов товаров на конец года меняется на противоположное.

Важным вопросом анализа является изучение эффективности использования товарных ресурсов. Основным показателем оценки эффективности использования товарных ресурсов является объем товарооборота на 1 рубль товарных ресурсов (Этов), который определяют по формуле:

$$\text{Этов} = \frac{P}{Z_n + П - Z_k}, \quad (11)$$

где,  $Z_n$  - запасы товаров на начало отчетного периода;

$П$  - поступление товаров;

$P$  - розничный товарооборот;

$Z_k$  - запасы товаров на конец отчетного периода.

Это показывает, сколько рублей товарооборота приходится на каждый рубль товарных ресурсов.

При анализе может определиться обратный показатель эффективности использования товарных ресурсов, то есть объем товарных ресурсов на 1 рубль розничного товарооборота, а также частные показатели эффективности их использования. К частным показателем эффективности использования товарных ресурсов относится доля прочего выбытия товаров в товарных ресурсах или в объеме товарооборота.

Также при анализе розничного товарооборота целесообразно проанализировать товарооборачиваемость. Товарооборачиваемость является одним из важнейших качественных показателей в торговле. Под товарооборачиваемостью понимается время обращения товаров со дня их поступления до дня реализации, а также скорость оборота товаров. Время обращения характеризует среднюю продолжительность пребывания товаров в виде товарных запасов. Скорость оборота показывает, сколько раз в течение изучаемого периода произошло обновление товарных запасов. Следует отметить, что оборачиваются не сами товары, а вложенные в них средства. После продажи товары в торговлю не возвращаются, а идут на удовлетворение материальных и духовных потребностей покупателей. Ускорение товарооборачиваемости имеет большое значение: высвобождаются оборотные средства, вложенные в товарные запасы, снижаются потери товаров и другие торговые расходы, сохраняется качество товаров, улучшается обслуживание покупателей. Замедление времени обращения товаров требует дополнительного привлечения кредитов и займов, ведет к росту издержек обращения, уменьшению прибыли, ухудшению финансового положения предприятия [10]. Товарооборачиваемость в днях (время обращения товаров) определяют на основе данных о средних товарных запасах и товарообороте по следующим формулам:

$$\text{Вдн.} = (\text{Зср.} \times \text{Д}) / \text{ТО}, \quad (12)$$

$$\text{Вдн.} = \text{Зср.} / \text{ТОдн.}, \quad (13)$$

где Вдн. - товарооборачиваемость в днях;

Д - количество дней анализируемого периода;

ТО - розничный товароборот за изучаемый период;

ТОдн. - среднедневной объем розничного товарооборота;

Зср. - средние товарные запасы.

Товарооборачиваемость в количестве оборотов (скорость обращения товаров) можно рассчитать по следующим формулам:

$$\text{Воб.} = \text{ТО} / \text{Зср.}, \quad (14)$$

$$\text{Воб.} = \text{Д} / \text{Вдн.}, \quad (15)$$

где Воб. - товарооборачиваемость в количестве оборотов.

Значительное влияние на объем товарооборота торгового предприятия оказывают трудовые факторы: численность работников и производительность их труда. Модель имеет вид:

$$\text{ТО} = \text{В} \times \text{Ч}, \quad (16)$$

где Ч - среднесписочная численность работников, чел.;

В - производительность труда одного работника, руб.

Объем розничного товарооборота в значительной степени зависит от потенциала торгового предприятия: наличия торговых площадей, оборудования, механизмов и эффективности их использования.

Модель, характеризующую объем товарооборота торгового предприятия в зависимости от эффективности использования площади торгового зала, может быть выражена следующим образом:

$$\text{ТО} = \text{Н} * \text{S}, \quad (17)$$

где ТО - объем товарооборота предприятия, руб.;

S - торговая площадь предприятия, кв.м.;

Н - товароборот на 1 кв.м. площади торгового зала, руб.

В результате анализа выявляются резервы повышения товарооборота и их способы использования. Основными причинами снижения объемов реализации товаров и невыполнение планов могут быть: действия конкурентов; устаревший ассортимент, который не соответствует спросу потребителей; узость и недостаточная глубина ассортимента; неудовлетворительный уровень обслуживания; неэффективная работа коммерческих служб; опоздание в поступлении товаров и несоответствие объемов этих поступлений потребностям развития товарооборота.

#### 1.4 Сравнение отечественного с зарубежным опытом увеличения розничного товарооборота

Торговля в зарубежных странах представляет собой одну из наиболее важных областей экономики.

В настоящее время розничная торговля отличается высокой степени консолидации. Обороты ведущих компаний отрасли доходит до нескольких десятков миллиардов долларов, объем продаж в самый крупный из них – американской Wal-Mart – превысили 300 млрд.

Согласно сведениям компании, количество постоянных покупателей в магазинах этой фирмы доходит в течение ряда лет в среднем 200 млн человек. Мебельные магазины шведской компании ИКЕА в день посещают 1,6 млн человек. Более 63% жителей Великобритании по данным исследовательской компании TaylorNelsonSofres, совершают покупки в лидирующей на британском рынке сети Tesco хотя бы раз в месяц. В сети дискаунтеров Aldi постоянно делают покупки 75% домохозяйств Германии. Счёт числа магазинов многих крупных розничных сетей идёт на тысячи.

В России сформировалась выраженная группа из 90 крупнейших российских ритейлеров, среди которых особо выделяются 9 ведущих федеральных сетей с оборотом от 0,8 до 11 млрд долл. США.

Превосходство магазинов с большой торговой площадью очевидно: высокая скорость товарооборота, более низкие издержки обращения. В США на долю супермаркетов приходится 2/3 оборота продовольственной торговли, в Западной Европе - больше половины.

Консолидация отрасли стала результатом внедрения бизнес-модели, при которой была сделана ставка на массового потребителя и быструю оборачиваемость товаров. Об этом говорит коммерческий девиз французской сети гипермаркетов Auchan: «продавать как можно больше качественных товаров по самым низким ценам самому большому числу покупателей». концепция Auchan оправдывает себя и на московском рынке.

Для французской сети предложения низких цен – средство запуска механизмы их поддержания. Цены притягивают многих покупателей, а покупатели обеспечивает большие объемы и высокую скорость товарооборота [22].

В западных странах широко распространены и малые торговые предприятия (около 50% розничного товарооборота продовольственных и непродовольственных товаров ежедневного спроса) 8 уровней организации торговли, высокое качество обслуживания и удобные часы работы делают их популярными у покупателей. Япония Согласно своему экономическому уровню развития считается второй страной после США. Особое внимание уделяется не ценовой конкуренции, а конкуренции в области ассортимента, качества и обновления продукции.

По итогам 2014 года в Российской Федерации более 2,5 млн хозяйствующих субъектов занимались торговой деятельностью, из них 69% – индивидуальные предприниматели, что говорит о высокой доле малого предпринимательства в торговой сфере. Она наиболее уязвима в конкуренции с иностранными предпринимательскими субъектами.

Опыт развитых стран в торговой сфере свидетельствует об ускоренном процессе обновления и модернизация материально-технической базы отрасли торговых процессов. Среди способов торговли доминирует самообслуживание.



Самообслуживание во многих развитых странах имеет самый наибольший удельный вес. В США его удельный вес продовольственной торговли составляет 95%, в Швеции – 100%, Норвегии – 84,8%, Дании – 79%, Великобритании – 93,2%.

В развитых странах, по значительные доли продуктовых товаров на каждой товарной единицы нанесен единый универсальный товарность цеховой шифр (код), который служит личным номером товара. По непродовольственным товарам применяются особые этикетки. С помощью кассовых терминалов в магазине поддерживается механическое оципывание шифра и регистрация характеристики товаров.

Сведения о реализации товаров по телефонным каналам связи переходят в вычислительный центр распределительного склада и Центральный вычислительный центр торговой компании [23].

В России, в 2014 году в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов с напитками и табачными изделиями составил 47%, непродовольственных товаров 53%.

Ассортимент продовольственных товаров расширяется в основном за счет овощей, фруктов, замороженных продуктов, продуктов при магазинных пекарен и отделов кулинарии, который находится в большинстве продовольственных магазинов самообслуживания в США [23].

Особый интерес в магазинах самообслуживания проявляет к развитию ассортимента непродовольственных товаров. В эту категорию включают: посуду, школьные принадлежности, столовые и постельное белье, бытовые машины, парфюмерию.

Во Франции ассортимент товаров в магазинах торговой площадью от 50 до 200 квадратных метров имеет 3000 позиций, из них 1700 – бакалейные товары, 500 – замороженный и молочные продукты, 130 – овощи и фрукты, 180 – гастрономический товар, 100 - мясопродукты. Протяжённость выкладки товарных линий составляет 66 погонных метров.

Ассортимент товаров в магазинах торговой площадью от 250 до 600 квадратных метров включают 5000 наименований. Скоропортящиеся товары составляет 54%, бакалейный и напитки 43%, непродовольственные 6%. Протяженность выкладки – 170 погонных метров.

Как отмечалось выше, установление оптимального ассортимента магазина находится в прямой зависимости от типа и специализации торгового предприятия.

В Отечественной розничной торговле, как и в зарубежной, прослеживаются процессы концентрации торговых предприятий, особенно в больших населённых пунктах Российской Федерации, которые совершаются одновременно с процессами универсализация и специализация торговых предприятий, созданием смешанных магазинов [23].

Немаловажное значение в управлении ассортиментом и созданием ассортиментной политики предприятия предоставляют нормативные и технологические документы, регламентирующие базисную широту и полноту ассортимента. Список видов и наименований ассортиментных групп однородных товаров водится в стандартах на продукцию различных категорий (ГОСТ и другие).

За рубежом широко распространены в каталоге, которые разрабатываются на государственном и в фирменном уровнях.

В нашей стране тоже ведется работа по разработке Единого государственного каталога, включающего полный ассортимент российских товаров, который способен является базовым показателем широты. На сегодняшний день в России уже имеется ряд изданий, включающих Перечни отечественных товаров по разным отраслям народного хозяйства [21].

Большое значение для управления ассортиментом товаров предоставляют работы по классификации и координирования, который проводит отраслевые центры, кафедры Южно-Уральского Государственного Университета, РУК Центросоюза России и другие отделы торговых предприятий. Они разрабатывают рекомендации промышленности по обновлению ассортимента и улучшению

качества выпускаемых товаров, принимают участие в оптимизации структуры ассортимента, определяет перспективы его развития [24].

Одно из отличительных направлений развития магазинов самообслуживания является широкомасштабная ведение автоматизированных узлов расчёта. При этом увеличивается социально экономическая результативность торговли, что проявляется в ускорении обслуживания покупателей в среднем на 14-17% уменьшается количество ошибок и злоупотреблений товарными резервами, упрощает учёт и контроль.

В связи с переходом торговли на рыночный механизм хозяйствования появляется потребность применение зарубежного опыта по оказанию торговых услуг.

Как демонстрирует опыт торговых фирм США и стран Запада, услуги магазинов читается составляющей общей торговой политики и рассматриваются как мероприятия по стимулированию оборота. Большая часть торговых фирм старается не просто реализовать товары, однако и разрешить проблемы, стоящие перед покупателями.

В развитых странах сервисное обслуживание распространено очень широко и зачастую преобразуется в самостоятельную отрасль экономики. С ростом сложности техники и оборудования возрастает необходимость в комплексных решениях технических проблем, подготовки персонала, снижение трудности эксплуатации техники, оказание помощи в управление, в связи с этим значимость услуг также возрастает.

Помимо этого, предоставление сервисных услуг предоставляет розничным предприятием отличную возможность избежать ценовых войн. Благодаря услугам, их продукция благополучно конкурируют аналогичный, предлагаемые по невысоким расценкам. Таким образом, пакет услуг, рассчитанный на запросы клиента, лишает дешёвую продукцию конкурентов привлекательности в его глазах.

В разных странах услуги розничной торговли могут качественно отличаться французские исследователи, Анализируя набор услуг в сравниваемых странах, пришли к заключению, что комплект услуг и степень их качества существенно выше в японской розничной торговли, чем во Франции и в Европе в целом. В отдельности необходимо отметить культуру обслуживания покупателей и действия персонала.

В Японском магазине покупателя всегда встречают громким приветствием и провожают поклоном, сопровождаемым словами благодарности.

Активно развиваются такие методы продаж как: торговля по заказам, посылочная торговля, торговля автоматами электронная торговля.

Торговля по заказам населения товарами ежедневного спроса В развитых странах проходит по двум направлениям:

- как форма дополнительного обслуживания покупателей со стороны стационарных магазинов;
- как самостоятельная форма торговой деятельности.

В отдельных странах (Франция, США) существует специальный фирмы сети магазинов заказов.

Не простой проблемы в организации торговли по заказам считается доставка товаров. Определенных вариантах товары развозят на ручных тележках, так как большая часть покупателей живут вблизи с магазинами. Большинство магазинов США и западноевропейских странах привозят товары в автофургонах с кондиционированием и холодильными камерами с целью сохранения скоропортящихся продуктов.

Продажа по заказам в комбинации с продажи по образцам применяется при реализации непродовольственных товаров.

Реализация товаров по заказам с помощью телевизора получил распространение в США, Англии, Германии, Франции и других странах. В данном случае экран телевизора служит орудием продвижение товаров.

Посылочная торговая деятельность Соединённых Штатов Америки и некоторых странах Западной Европы достигает сравнительно высокого уровня: часть в общем объеме реализации товаров доходит до 5-6 процентов, а по некоторым ассортиментным позициям 15-30 процентов. Данная модель розничной торговли используется для широкого ассортимента как продовольственных, так и непродовольственных товаров.

По уровню посылочной торговли передовые позиции среди стран Западной Европы занимает Германия, Англия, Швейцария и Франция. В Германии с помощью посылочная торговля осуществляется свыше 5% объема розничного товарооборота [22].

Продажа товаров посредством торговых автоматов после Второй Мировой приобрела широкое развитие. Из числа стран с развитой торговлей наибольшее число автоматов находится в США, Германии, Японии, Англии, Франции. В США насчитывается 8607, эксплуатирующих около 3.500.000 торговых автоматов. По размер парка торговых автоматов Япония уступает США, но согласно их количеству, на душу населения находится на первом месте в мире.

Удельный вес торговли через автоматы в большинстве развитых стран стабильный и собирает 2-3 процент товарооборота. По некоторым товарным группам Он намного выше. Так в США удельный вес реализации сигарет через автоматы доходит до 22%, кондитерских изделий – 20%, горячих напитков – 8%, молока – 2,5%, безалкогольных напитков – до 40% общего товарооборота по этим товарным группам. Существуют целиком автоматизированные магазины, где торговля производится круглосуточно.

Первый торговый автомат в нашей стране появились в начале 20 века и были предназначены для реализации шоколадок. В настоящее время этот метод продажи в России возрождается [14].

Мощное развитие в последние годы в зарубежной практике получила электронная торговля. В среднем одна треть от общего объема продаж и других видов деятельности относится на долю электронной коммерции. Наиболее

высокий процент выручки от розничной онлайн торговли прослеживается в североамериканском регионе, наиболее низкий в Европейском. По прогнозам, уже в 2017 году объем интернет торговли вырастет на 21%. Китай и Великобритания имеют более высокие пропорции онлайн-продаж к традиционным покупкам.

В заключение можно отметить: в рыночных условиях розничная торговля в России ориентируется на развитие торговли в странах с развитой рыночной экономией, где сконцентрированы большие людские ресурсы (более 20% общего числа работающего населения), привлекает существенные финансовые средства, широко внедряет достижения науки и техники. А также, создаются специальные службы по исследованию и прогнозированию потребительского спроса, контролю за деятельностью магазинов, анализу и установлению эффективности тех или иных форм и методов торговли, разработки и конструированию новых видов изделий на основе прогнозов вероятного спроса, внедрению стандартизации и маркирования, информации покупателей о потребительских качествах и свойствах новых товаров, организации выставок.

#### Вывод по главе

Оборот розничной торговли имеет большое экономическое и социальное значение. В ходе розничной продажи заканчивается доведения товаров изготовления до покупателей, а продукция, созданная в отраслях материального производства, обретает общественное признание. При этом население реализуют свои денежные доходы, полученные по труду. Объем оборота розничной торговли определяет объем потребляемой населением товарной продукции и тем самым отражают материальное благосостояние и культурный уровень российского народа.

Поскольку товарооборот является экономическим понятием, отражающим основной окончательный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его анализ и сопоставление объёмом затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) дает представление об эффективности их использования.

Как обобщающий показатель оборот розничной торговли характеризует не только хозяйственную деятельность предприятия торговли, но и состояние экономики страны.

На развитие розничного товарооборота влияет как внешне, так и внутренние факторы. Из числа внешних факторов можно выделить следующие: положение экономики в целом, уровень развития конкуренции, динамика денежных доходов и расходов населения, и т.д. К внутренним факторам относят: факторы, связанные с обеспечением товарными ресурсами, с эффективностью использования трудовых ресурсов и основных средств, и т.д. Внедрение предлагаемых путей увеличения объема товарооборота поможет увеличить товарооборот компании, повысить профессиональный уровень работников в соответствии с выполняемыми ими функциями.

Заслуживает большого внимания опыт зарубежных стран по организации работы торговых предприятий и развитию розничного товарооборота. Использование современных методов продаж, прогнозирование потребительского спроса специальными службами, внедрение инновационных технологических процессов позволяет получать хорошие результаты.

Российская розничная торговля нуждается в создании специальных служб по изучению потребительского спроса, внедрение прогрессивных форм и методов розничной торговли на уровне регионов при поддержке государственных и муниципальных органов власти.

## 2 АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ИП КОЛОСОВ

### 2.1 Организационно-экономическая характеристика ИП Колосов

Организационно-правовая форма предприятия ИП Колосов – в соответствии с гражданским кодексом Российской Федерации ч.1, 23 о предпринимательской деятельности гражданина. Характеристика ИП Колосов дана в соответствии с Федеральным законом от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 31.12.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.04.2018).

Основным учредительным документам компании относятся: Удостоверение личности, лист ЕГРИП по форме № Р60009 , свидетельство о присвоении ИНН, коды статистики, уведомление о постановке на учет в качестве страхователя.

Предприятие ИП Колосов имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета. Оно имеет круглую печать, содержащую его полное фирменное наименование на русском языке и указание на место нахождения общества. Вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием.

Основным видом деятельности ИП Колосов является розничная торговля, строительными материалами.

Основная задача предприятия - обеспечить возможность покупки какого-либо товара при соответствующем качестве торгового обслуживания. Реализовав товар и получив заданную прибыль, торговое предприятие достигает своей цели. Предприятия розничной торговли ИП Колосов находится по адресу: 454053 Россия, Челябинская область, город Челябинск, Улица Троицкий тракт, 21.

Ассортимент товаров фирмы:

- напольные покрытия ;
- отделочные материалы для стен;
- фасадные материалы;



- погонаж;
- листовые материалы;
- кровля;
- кирпич , камень ,блоки;
- двери;
- заборы и ограждения;
- шторы, жалюзи;
- плитка.

Коммерческая деятельность, как и любая иная предпринимательская деятельность, в значительной степени регулируется государством. Регулирование осуществляется Конституцией РФ, гражданским кодексом РФ, налоговым кодексом РФ, трудовым кодексом РФ, соответствующими Федеральными законами и различными органами государственного регулирования.

Организационная структура ИП Колосов изображенная на рисунке 3, по виду относится к линейной структуре. Линейная структура управления – это структура организации, в которой нет подразделений, вышестоящий руководитель осуществляет единоличное руководство подчиненными.



### Рисунок 3 – Организационная структура ИП Колосов

Преимущества линейной структуры управления:

- единство и четкость распорядительства;
- согласованность действий исполнителей;
- личная ответственность руководителя за результаты действий подразделения.

Недостатки линейной структуры управления:

- высокие требования к компетентности руководителя;
- отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений;
- концентрация власти в управляющая верхушки.

### 2.2 Анализ структуры и динамики розничного товарооборота ИП Колосов

Основные экономические показатели хозяйственной деятельности ИП Колосов представлены в таблице 2. Данные в таблице взяты из отчета о финансовых результатах (ПРИЛОЖЕНИЕ А , ПРИЛОЖЕНИЕ Б).

Таблица 2 – Основные экономические показатели хозяйственной деятельности ИП Колосов, тыс.руб

Показатели	2015	2016	2017	Отклонения		Темп роста,	
				2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к
Товарооборот по продажным ценам	14785	15454	18255	669	2801	104,52	118,12
Товарооборот по покупным ценам	9610	10045	11866	435	1821	102,53	118,13

Валовой доход	5175	5409	6389	234	980	104,52	118,12
Уровень валового прихода, %	35	35	35	0	0	100	100
Издержки обращения	1210	1375	1625	165	250	113,63	118,18
Уровень издержек обращения, %	8,2	8,9	8,9	0,7	0	108,54	100

Окончание таблицы 2

Показатели	2015	2016	2017	Отклонения		Темп роста,	
				2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Прибыль от продажи товаров	3965	4034	4764	69	730	101,74	118,09
Рентабельность продаж, %	26,82	26,10	26,09	-0,72	-0,01	97,31	99,96
Чистая прибыль	3965	4034	4764	69	730	101,74	118,09
Среднесписочная численность работников	0	0	0	0	0	100	100
Производительность	1642,78	1717,11	2028,33	74,33	311,22	104,52	118,1
Прибыль на одного работника	440,55	448,22	529,33	7,67	81,11	101,74	119
ФОТ	1080	1188	1422	108	234	110	109
Среднегодовая заработная плата одного	120	132	158	12	26	110	119,7
Торговая площадь, м <sup>2</sup>	150	153	155	3	2	102	101,3
Товарооборот на 1м <sup>2</sup> торговой площади	98,57	101,01	117,77	2,44	16,76	102,48	116,59
Прибыль на 1м <sup>2</sup> торговой площади	26,43	26,36	30,74	-0,07	4,38	99,74	116,62

По данным таблицы 2, за 2015-2017 гг. происходит рост товарооборота с 14785 тыс.руб. в 2015 г. до 18255 тыс.руб. в 2017 г. Это произошло за счёт инфляции. Также с увеличением товарооборота, растут и издержки обращения. В 2015 году они составили 1210 тыс.руб., в 2016 году 1375 тыс.руб., в 2017 году 1625 тыс. руб.

Рентабельность продаж уменьшилась с 26,82% в 2016 году до 26,09% в 2017 году. Следовательно, уменьшение рентабельности предприятия говорит о недостаточности объёма продаж.

Фонд оплаты труда с каждым годом растет за счет увеличения производительности труда. В 2017 году составил 1422 тыс.руб., в 2016 составил 1188 тыс.руб., 1080 тыс.руб. в 2015 году.

Вследствие увеличения товарооборота, увеличивается и прибыль от продаж. В 2015 году она составила 3965 тыс.руб., в 2016 году – 4034 тыс.руб., в 2017 году – 4764 тыс.руб.

Производительность труда увеличилась. В 2017 году она составила 2028,33 тыс.руб. что на 118,12% больше 2016г., в 2016 составила 1717,11 тыс.руб., что на 104,52% больше, чем в 2015 году. Это увеличение произошло за счёт внедрения нового оборудования, мотивации и материального поощрения работников.

Торговая площадь предприятия с каждым годом увеличивается. Это связано с проведенной реконструкцией, переоборудованием и улучшением планировки торгового зала.

Так как торговая площадь увеличивается, товарооборот на 1 квадратный метр торговой площади так же увеличивается. В 2017 г. он составил 117,77 тыс.руб., в 2016 составил 101,01 тыс.руб., и 98,57 тыс.руб в 2015 году. Прибыль на 1 м<sup>2</sup> торговой площади постоянно увеличивается. В 2017 году она составила 26,43 тыс.руб., в 2016 составила 26,36 тыс.руб., в 2015 году 30,74 тыс.руб. На увеличение данного показателя влияние оказала также увеличение торговой площади.

Получение прибыли и обеспечение рентабельной деятельностью является необходимым фактором существования любого субъекта предпринимательства.

Динамика показателей рентабельности ресурсов представлена в таблице 3.

Показатели рентабельности характеризует относительную доходность, или прибыльность, измеряемая в процентах к ресурсам. Они отражают эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельности (производственный, предпринимательское, инвестиционный), окупаемость затрат. 2015 году при уровне рентабельности 26,82% прибыль от продаж составляет 3965 тыс руб. Это значит, что прибыль на один затраченный рубль составляет 0,3965

рублей. В 2016 году при уровне рентабельности 26,10% прибыль от продаж составляет 4034 тыс руб. Это значит, что прибыль на один затраченный рубль составляет 0,4034 рублей. В 2017 году при уровне рентабельности 26,09% прибыли от продаж составляет 4764 тыс.руб. Это значит, что прибыль на один затраченный рубль составляет 0,4764 рублей. Рентабельность капитала показывает величину прибыли, получаемых вкладчиком капитала с каждого рубля средств, вложенных в предприятие.

Таблица 3 – Динамика показателей рентабельности ресурсов, %

Показатели	2015	2016	2017	Отклонения		Тема роста	
				2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
1.Стоимость основного капитала, тыс.руб.	2325	3150	4290	825	1140	135,48	136,19
2.Стоимость оборотного капитала, тыс.руб.	1893	2850	3689	957	839	150,55	129,43
3.Собственный капитал, тыс.руб.	2560	4110	5025	1550	915	160,54	122,26
4.Рентабельность продаж по прибыли от продаж, %	26,82	26,10	26,09	26,82	26,10	-	-
5.Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	26,82	26,10	26,09	26,82	26,10	-	-
6.Рентабельность основного капитала, %	170,54	128,06	111,04	170,54	128,06	-	-

7.Рентабельность оборотного капитала, %	209,46	141,54	129,14	209,45	141,54	-	-
8.Рентабельность собственного капитала, %	154,88	98,15	94,80	154,88	98,15	-	-

Рентабельность основного капитала по прибыли от продаж показывает, что в 2015 году каждый 1 руб., вложенный в основной капитал приносит 170,54% прибыли от продаж, в 2016 году – 128,06% и в 2017 году – 11,04%.

Снижение рентабельности основной деятельности говорит о том, что предприятие в отчетном году с каждого рубля, затраченного на реализацию продукции, имеет меньше прибыли. Рентабельность оборотного капитала показывает, что в 2015 году каждый 1 руб., вложенных в оборотный капитал приносит 209,46% прибыли от продаж, в 2016 году – 141,54%, а в 2017 году – 129,14%. Рентабельность собственного капитала характеризует эффективность использования вложенных в организацию собственных средств. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько чистой прибыли приходится на рубль собственных средств.

В 2015 году каждый 1 руб., вложенных в собственный капитал приносит 154,88% прибыли от продаж, в 2016 году 98,15%, в 2017 году 94,80%. Это является положительной тенденцией.

Изучение существующих тенденций и возможности предприятия торговли, касающихся реализации товаров, определение факторов, которые позитивно и негативно влияют на объем товарооборота магазина, достигается в процессе анализа динамики, состава и структуры товарооборота предприятия.

Для исследования динамических изменений в объеме товарооборота предприятия строится сопоставимый динамический ряд товарооборота.

Динамика оборота в фактических ценах в 2014-2015 гг.:

$$\frac{13576 \text{ тыс. рублей}}{14785 \text{ тыс. рублей}} \times 100 = 109\%$$

Это значит, что сумма оборотов номинальных показателей возросла на 9%.  
Динамика оборота в фактических ценах в 2015-2016 гг.:

$$\frac{15454 \text{ тыс. рублей}}{14785 \text{ тыс. рублей}} \times 100 = 105\%$$

Это значит, что сумма оборота в номинальных показателях возросла на 5%.  
Динамика оборота в фактических ценах 2016-2017 гг.:

$$\frac{18255 \text{ тыс. рублей}}{15454 \text{ тыс. рублей}} \times 100 = 118$$

Это значит, что сумма оборотов номинальных показателях возросла на 18%.  
Этот показатель в условиях инфляции повышение цен не отражает изменение физического объема реализованных товаров.

Поэтому для анализа динамики следует рассчитать сумму оборота за отчетный период в сопоставимых ценах, то есть какова была сумма проданных товаров, если бы цены не изменились.

С этой целью сумма оборота за отчетный период делится на индекс цен.  
Рассчитаем индекс цен:

$$\text{Индекс цен 2014-2015} = \frac{109}{100} = 1,09$$

$$\text{Индекс цен 2015-2016} = \frac{105}{100} = 1,05$$

$$\text{Индекс цен 2016-2017} = \frac{118}{100} = 1,18$$

Рассчитаем сумму оборота в сопоставимых ценах:

$$2015 \text{ год} = \frac{14785}{1,09} = 13564$$

$$2016 \text{ год} = \frac{15454}{1,05} = 14718$$

$$2017 \text{ год} = \frac{18255}{1,18} = 15470$$

Динамика оборота в сопоставимых ценах за 2015 гг. равна:

$$\frac{13564}{14785} \times 100 = 92\%$$

Динамика оборота в сопоставимых ценах за 2016 гг. равна:

$$\frac{14718}{14785} \times 100 = 100\%$$

Это значит, что объем реализованных товаров остался неизменным.

Динамика оборота в сопоставимых ценах за 2017 гг. равна:

$$\frac{15470}{15454} \times 100 = 100\%$$

Это значит, что объем реализованных товаров остался неизменным.

При неизменных ценах базового периода товарооборот составил 14718 тыс.руб., или 100%.

Динамика товарооборота представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Динамика товарооборота ИП Колосов за 2015-2017 гг., тыс.руб.

Годы	Розничный товарооборот		Цепные темпы роста товарооборота, %	
	В текущих ценах	В сопоставимых ценах	В текущих ценах	В сопоставимых ценах
2015	14785	12320	109	92
2016	15454	14718	105	100
2017	18255	15470	118	100

Таким образом, товарооборот вырос в отчетном году только за счёт роста цен, а не за счёт увеличения количества продаж товаров. А товарооборот отчетного года (2017г.) вырос по сравнению с прошлым годом на 18%, но после расчета динамики товарооборота в сопоставимых ценах оказалось, что товарооборот вырос за счёт увеличения цен.



При неизменных ценах базового периода товарооборот составил всего 15470 тыс.руб., или 100%. В 2015 году товарооборот составил в сопоставимых ценах 12320 тыс.руб.

Таким образом, товарооборот в отчетном году только за счёт роста цен, а не за счёт увеличения количества продажи товаров.

Анализ выполнения плана товарооборота проводит не только, но и по кварталам, месяца, Декаданс, что помогает установить, насколько ритмично работает торговое предприятие. Для этого проводят анализ ритмичности продаж.

При анализе ритмичности продаж определяется коэффициент ритмичности товарооборота по формуле:

$$Kp = \frac{\text{Квартальный план продаж}}{\text{Годовой план продаж}} \quad (18)$$

Анализ ритмичности товарооборота за 2015 год представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ ритмичности товарооборота за 2015 год.

Квартал	Товарооборот от тыс.руб		Отклонени е	Удельный вес %		Отклонения
	пл ан	фа кт		план	фак т	
1кв.2015	85 66	91 05	539	57,93	61,5 8	3,65
2кв 2015	12 51	12 19	-10	8,46	8,39	-0,07
3кв 2015	23 62	21 23	-239	15,97	14,3 5	-1.62
4кв 2015	10 77	23 16	1239	8,12	15,6 6	7,54
Итого	13	14	1529	100	100	0

	256	785				
--	-----	-----	--	--	--	--

Коэффициент ритмичности продаж составил

$$\frac{8566 + 1251 + 2123 + 1007}{13256} = 0,98\%$$

Вывод: результаты расчёта показывает, что фактическое распределение объема продаж товара по кварталам отличалась от планов. Первом квартале план был перевыполнен на 3,65%. Во втором квартале Объем продаж уменьшился на 0,07% по сравнению с планом. Уменьшение объема продаж наблюдалась и в третьем квартале (-1,62 %). Значительное увеличение объема продаж видно в четвёртом квартале на 7,54%. Коэффициент ритмичности составила 0,98 процентов. В 2015 году работа предприятия достаточно ритмично. Следует обратить внимание на понижение объемов продаж во втором и третьем квартале. Анализ ритмичности товарооборота за 2016 год представлен в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ ритмичности товарооборота за 2016.

Квартал	Товарооборот от тыс.руб		Отклонени е	Удельный вес %		Отклонени я
	пл ан	фа кт		план	факт	
1кв.2016	7681	87 81	110	51,35	56,82	5,47
2кв 2016	2223	13 33	-890	14,86	8,62	-6,24
3кв 2016	1589	16 51	62	10,62	10,68	0,06
4кв 2016	3463	36 89	226	23,15	23,87	0,72
Итого	14956	15	498	100	100	0

		454				
--	--	-----	--	--	--	--

Коэффициент ритмичности продаж составил:

$$\frac{7681 + 1333 + 1589 + 3463}{14956} = 0,94\%$$

Данные таблицы 6 показывают повышения товарооборота в первом квартале на 5,47%, в третьем квартале на 0,06% и в четвертом квартале на 0,72% в сравнении с плановыми показателями. И только во втором квартале наблюдается снижение товарооборота на 6,24%. Коэффициент ритмичности составил 0,94%. Работа предприятия 2016 году оценивается. Анализ ритмичности товарооборота за 2017 года представлен в таблице 7. Коэффициент ритмичности продаж составил:

$$\frac{3652 + 3980 + 4741 + 5007}{17380} = 1\%$$

Таблица 7 – Анализ ритмичности товарооборота за 2017 год.

Квартал	Товарооборот от тыс.руб		Отклонение	Удельный вес %		Отклонения
	пл ан	фа кт		план	факт	
1кв.2017	36	38	539	57,93	61,5	3,65
	52	69				
2кв 2017	39	42	-10	8,46	8,39	-0,07
	80	83				
3кв 2017	47	21	-239	15,97	14,3	-1.62
	41	23				
4кв 2017	50	23	1239	8,12	15,6	7,54
	07	16				
Итого	17	14	1529	100	100	0
	380	785				

Коэффициент ритмичности равен одному, что свидетельствует о достаточной ритмичности продаж в каждом квартале отчетного года.

Далее проведем анализ структуры розничного товарооборота ИП Колосов.

Анализ структуры розничного товарооборота позволяет:

- выявить тенденции изменения объема товарооборота .
- дать оценку выполнения плана и динамики товарооборота по отдельным товарным группам.

Динамика состава и структура розничного товарооборота ИП Колосов за 2015-2017 гг. представлена в таблице 8.

Таблица 8 – Динамика состава и структуры розничного товарооборота ИП Колосов, тыс.руб

Показатели	2015г	Уд. вес	2016г	Уд. вес	2017г	Уд. вес	Отклонен		Темп роста,	
							2017/2016	2016/2015	2017/2015	2016/2015
Кирпич,кам	273	18,5	250	16,2	280	15,	-	29	91,5	111,
ень,блоки	6		6	2	1	4	230	5	9	77
Отделочные материалы для	121	8,18	121	7,84	130	7,2	2	96	100,	107,
Фасадные	158	10,7	165	10,6	182	10	63	17	103,	110,
Напольные	200	13,5	236	15,3	290	15,	369	53	118,	122,
Листовые материалы	125	8,5	148	9,64	148	8,1	233	-4	118,	99,7
Кровля	963	6,51	108	6,99	193	10,	117	85	112,	179,
Погонаж	195	13,2	215	13,9	212	11,	200	-	110,	98,4
Двери	643	4,35	500	3,24	162	8,8	-	11	77,7	324
Заборы и	752	5,09	958	6,20	112	6,2	206	16	127,	117,

Шторы,	659	4,46	632	4,09	380	2,1	-27	-	95,9	60,1
Плитка	102	6,91	900	5,82	743	4,1	-	-	88,1	82,5
Итого	147	100	154	100	182	10	669	28	114	141

ABC-анализ, это метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их важности.

Порядок проведения ABC-анализа:

- определяется цель анализа;
- определяются действия по итогам анализа;
- выбирается объект анализа и параметр анализа.

Обычно объектами ABC анализа является поставщики, товарной группы, товарной категории, товарные позиции.

- составляем рейтинговый список объектов по убыванию значения параметра.

- рассчитывается долю параметра от общей суммы параметров с накопительным итогом. Доля с накопительным итогом вычисляется путем прибавления параметра к сумме предыдущих параметров.

- выделяются группы А, В и С: присваиваем значение групп выбранным объектом.

Группа А = 80% продаж. Товары этой группе с высокими продажами.

Группа В = 15% продаж. Товары хорошими/средними продажами. По товарам этой группы необходимы мероприятия, направленные на улучшение продаж для приближения их группе А.

Группа С = 5% продаж. Товары этой группы – кандидаты на удалении из ассортимента или ротацию на другие товары. Анализ ABC в таблице 9.

Таблица 9 – Анализ ABC за 2015 год

Товар	Товарооборот за 2015 год, тыс.руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группы ABC
-------	------------------------------------	---------	----------------------------	------------

Напольные покрытия	2736	18,5	18,5	А
Погонаж	2000	13,5	32,0	А
Кирпич , камень ,блоки	1956	13,2	45,2	А
Фасадные материалы	1589	10,7	56,0	А
Листовые материалы	1256	8,5	64,5	А
Отделочные материалы для стен	1210	8,2	72,6	А
Плитка	1221	6,9	79,5	В
Кровля	963	6,5	86,1	В
Заборы и ограждения	752	5,1	91,1	В
Шторы, жалюзи	659	4,5	95,6	С
Двери	643	4,3	100	С

Таким образом, по данным таблицы 9, товары группы А в 2015 году приносит 79,5% выручки, это говорит о том, что они пользуются наибольшим спросом у населения.

Товары группы В приносят 11,6% выручки, они пользуются меньшим спросом. Для этой группы необходимы мероприятия, направленные на улучшение продаж для приближения их группе А. Товары группы С приносят 8,8% выручки. Анализ ABC за 2016 год представлен в таблице 10.

Таким образом, по данным таблицы, товары группы А в 2016 году приносит 74% выручки, это говорит о том, что они пользуются наибольшим спросом у населения.

Таблица 10 – Анализ ABC за 2016 год

Товар	Товарооборот за 2016 год, тыс.руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группы ABC
Напольные покрытия	2506	16,2	16,2	А
Погонаж	2369	15,3	31,5	А
Кирпич , камень ,блоки	2156	14	45,5	А

Фасадные материалы	1652	10,7	56,2	А
Листовые материалы	1489	9,6	65,8	А
Отделочные материалы для стен	1212	7,8	73,6	А
Кровля	1080	7	80,6	В
Заборы и ограждения	958	6,2	86,8	В
Плитка	900	6	92,8	В
Шторы, жалюзи	632	4	96,8	С
Двери	500	3,2	100	С

Товары приносят группы В приносят 19,2% выручки, они пользуются меньшим спросом. Товары группы С приносят 7,2% выручки, поэтому для этой группы необходимы мероприятия, направленные на улучшение продаж. Анализ ABC за 2017 год представлен в таблице 11.

Таким образом, По данным таблицы 11, товары группы А в 2017 году приносит 72% выручки, это говорит о том, что они пользуются наибольшим спросом у населения.

Товары группы В приносят 21,5% выручки, они пользуются меньшим спросом. Для этой группы необходимы мероприятия направленные на улучшение продаж для приближения и группе А. Товары группы С приносят 6,2% выручки.

Товар	Товарооборот за 2017 год, тыс.руб.	Доля, %	Доля нарастающим итогом, %	Группы ABC
Напольные покрытия	2905	15,9	15,9	А
Кирпич, камень , блоки	2810	15,4	31,3	А
Погонаж	2122	11,6	42,9	А
Кровля	1936	10,6	53,5	А
Фасадные материалы	1823	10	63,5	А

Плитка	1620	8,8	72,3	А
Листовые материалы	1485	8,1	80,4	В
Отделочные материалы для стен	1308	7,2	87,6	В
Заборы и ограждения	1123	6,2	93,8	В
Двери	743	4,1	97,9	С
Шторы, жалюзи	380	2,1	100	С

Таблица 11 – Анализ ABC за 2017 год

### 2.3. Факторный анализ розничного товарооборота ИП Колосов

Товарное обеспечение и его влияние на розничный товарооборот ИП Колосов за 2015-2017 годы.

Главный фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Проводя анализ, прежде всего, проверяют, как товарные ресурсы обеспечивают выполнение плана и динамику развития розничного товарооборота, удовлетворение спроса покупателей на отдельные товары. Розничный товарооборот зависит от поступления товаров, состояния товарных запасов. Товарный запас образуется на всех стадиях движения товаров: на складах производственных предприятий, на складах оптовых и розничных торговых организаций, и предприятий. Большое значение в последнее время приобретает местонахождение товарных запасов. В данный момент большинство товарных запасов сконцентрирована в розничной



торговле, что нельзя считать положительным фактором.

Используем формулу товарного баланса:

$$N_{зн} + N_{п} = N_{р} + N_{в} + N_{зк}, \quad (19)$$

где  $N_{зн}$  – запасы товаров на начало периода

$N_{п}$  - поступление товаров;

$N_{р}$  - объем розничного товарооборота;

$N_{в}$  - прочие выбытие товаров;

$N_{зк}$  – запасы товаров на конец периода.

Товарный баланс розничного товарооборота за 2015-2017 г.г представлен в таблице 12.

Розничный товарооборот организации возрос в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 2801 тыс.руб., также в 2015 году произошло увеличение на 669 тыс.руб. по сравнению с 2016 годом.

В 2016-2017 годах:

- товарные запасы на начало года (+27000 руб.);
- поступления товаров (+3375 тыс.руб.).

В 2015-2016 годах:

- товарные запасы на начало года (+110000 руб.)
- поступление товаров (+950 тыс.руб.)

Таблица 12 – Товарный баланс товарооборота ИП «Колосов» за 2015- 2017гг, тыс.руб.

Показатель	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Запасы товаров на начало года	72	83	110	11	27

Поступление товаров	15800	16750	20125	950	3375
Прочее выбытие товаров	1004	1269	1859	265	590
Запасы товаров на конец года	83	110	121	27	11
Розничный товарооборот	14785	15454	18255	669	2801

Выявленные отклонения показывает, что на объем розничного товарооборота значительно влияет объем поступления товаров, что естественно. Нормальное развитие розничной торговли может происходить только при постоянном увеличении товарного потока, обеспечивая регулярным поступлением товаров от различных поставщиков.

Отрицательно сказалось на величине товарооборота рост выбытия товаров (590 тыс.руб.) и увеличение конечных запасов товаров (11 тыс.руб.) за 2015-2016 гг.

Также отрицательно сказалось на величине товарооборота рос прочего выбытия товаров (265 тыс.руб.) и увеличение конечных запасов товаров (27 тыс.руб.) за 2016-2017 гг. Выбытие товаров представлено в таблице 13.

Таблица 13 – Выбытие товаров ИП Колосов за 2016-2017 гг.

Причина выбытия	2015 год	2016 год	2017 год	Отклонение	
				2016 к 2015	2017 к 2016
Уценка товара, руб.	252	271	343	190	72
Списание товара, руб.	348	485	592	137	107
Возврат товара к поставщику, руб.	404	513	924	109	411
Итого, тыс.руб.	1004	1269	1859	265	590

Из таблицы 13 по выбытию товаров видно, что наибольшую долю имеет возврат товара поставщику (404 тыс.руб. в 2015 году, 513 тыс.руб. в

2016 году и 924 тыс.руб. в 2017 году). Основные причины – если товар был передан в несоответствующей упаковке или такого я вовсе отсутствуют; если товар ненадлежащего качества; если были нарушены условия в отношении ассортимента товара; если были нарушены условия договора в отношении количества поставки.

Трудовые ресурсы и их влияние на розничный товарооборот ИП Колосов за 2015-2017 гг.

К трудовым факторам, влияющим на объем розничного товарооборота, относятся: численность работников, организации и производительность труда. Работники предприятия должны способствовать появлению новых товаров, вырабатываемых промышленными и сельскохозяйственными организациями. Численность торговых работников – важный показатель торговли. Число работников, рабочих мест в торговле возрастает в связи с открытием новых магазинов, повышением культуры обслуживания. Однако эффективность работы торговых предприятий зависит от рациональной организации труда и повышения его производительности.

К факторам, связанным с состоянием и эффективностью использования внеоборотных активов относятся: торговая площадь и рациональное её использование; основные фонды и их использование; состояние незавершённого строительства и т.д.

Данные для анализа влияния трудовых ресурсов на товарооборот предприятия ИП Колосов» представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Исходные данные, для анализа влияния трудовых ресурсов на товарооборот предприятия ИП Колосов за 2015-2017 гг.

Показатели	2015 год	2016 год	2017 год
Товарооборот	14785	15454	18255
Показатели	2015 год	2016 год	2017 год

Производительность труда	1642,78	1717,11	2028,33
Среднесписочная численность работников, чел.	9	9	9

Рассчитаем влияние производительности труда на товарооборот по формуле:

$$ОП_{пт}=(ПТ1-ПТ0) \times Ч1, \quad (20)$$

где ПТ0, ПТ1 и Ч0, Ч1- соответственно производительность труда и численность работников в первом и втором периодах (тыс.руб.)

Расчет 2015-2016 гг.:

$$ОП=(1717,11-1642,78) \times 9=668,97$$

Расчет 2016-2017 гг.:

$$ОП_{пт}=(2028,33-1717,11) \times 9=2800,98$$

Рассчитаем влияние численности работников на товарооборот по формуле:

$$Пч=(Ч2-Ч0) \times ПТ0, \quad (21)$$

где ПТ0, ПТ1 и Ч0, Ч1 – производительность труда и численность работников

Расчет 2015-2016 гг.:

$$ОПч=(9-9) \times 1642,78=0$$

Расчет 2016-2017 гг.:

$$ОПч=(9-9) \times 1717,11=0$$

Таким образом, можно сделать вывод что, в 1-ом и во 2-ом периодах прирост оборота торговли связан с ростом производительности труда предприятия, это

характеризует интенсивный путь развития производства.

Влияние показателей материально-технической базы на розничный товарооборот ИП Колосов за 2015-2017 гг. Показатели эффективности использования материально-технической базы приведены в таблице 15.

Таблица 15 – Показатели эффективности использования материально-технической базы ИП Колосов за 2015-2017 гг.

Показатели	2015	2016	2017	Отклонения		Темп роста, %	
				2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Торговая площадь, м <sup>2</sup>	150	153	155	3	2	102	101,31
Кол-во рабочих дней за год	326	323	319	-3	-4	99,08	98,76
Средняя продолжительность рабочего дня, час	11,8	11,6	11,4	-0,2	-0,2	98,31	98,28
Выработка на 1м <sup>2</sup> торговой площади за час работы, руб.	129,21	106,49	103,28	-22,72	-3,21	82,42	96,98
Розничный товарооборот, тыс.руб.	14785	15454	18255	669	2801	104,52	118,12

Из данных таблицы 15 видно, что в 2016 году по сравнению с 2015 годом возросла Торговая площадь на 3 квадратных метра. Также в 2016 году она увеличилась по сравнению с 2017 годом на 2 квадратных метра, за счёт проведенной реконструкции, переоборудование и улучшение планировки торгового зала, оптимального размещения в нём товаров. Прирост составил в 2016 году по отношению к 2015 году – 3 м<sup>2</sup> или 2%, и в 2016 году по отношению к 2017 году – 2 м<sup>2</sup> или 1,31%.

Количество рабочих дней в году сокращается. 2016 году по отношению к 2015 году – 3 дня или 99,08%, и в 2016 по отношению к 2017 году – 4 дня или 98,76%. Это произошло в результате нарушения сроков проведения реконструкции, которая затянулась из-за недостатка строительных материалов, несвоевременного поступления оборудования. Сократилось и средняя продолжительность рабочего дня. В 2016 году по отношению к 2015 году – 0,2 часа или 98,13%, и в 2016 по отношению к 2017 году – 0,2 м<sup>2</sup> или 98,28%. Выработка на 1 квадратный метр торговой площади за час работы составила: 2015 году - 129,21 руб., в 2016 году – 106,49 руб., в 2017 году – 103,28 руб. Снижение показателя связано с уменьшением времени использования торговой площади.

Основные фонды – это средства труда, которые многократно участвуют в производственном процессе, сохраняя при этом свою натуральную форму, постепенно изнашивается, переносят свою стоимость по частям на вновь создаваемую продукцию. К основным производственным фондам относятся те Основные фонды, которые принимают участие в производственном процессе непосредственно, (т.е. станки, оборудование и иное) или создают условия для производственного процесса (т.е. здания и сооружения). Непроизводственные основные фонды – это основные фонды, которые непосредственно не участвуют в производственном процессе (жилые дома, детские сады и ясли, школы, больницы и другие), но находящиеся в ведении промышленных предприятий. Динамика структуры основных фондов представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Динамика структуры основных фондов, тыс.руб.

Наименование показателя	2015	2016	2017	Отклонения		Темп роста, %	
				2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Основные фонды	2325	3150	4290	825	1140	135,48	136,19
Производственные	2325	3150	4290	825	1140	135,48	136,19

Из таблицы 16 видно, что Основные фонды представлены только производственными фондами и имеет тенденцию к росту. Увеличение производственных фондов в 2016 г. по сравнению с 2015 г. составило 825 тыс.руб., или на 135,48%. В 2017 году Основные фонды увеличились на 1140 тыс.руб., или на 136,19% по сравнению с 2016 г. Динамика основных фондов в разрезе групп представлена в таблице 17.

Таблица 17– Динамика основных фондов в разрезе групп, тыс.руб.

Наименование	201	201	201	Отклонения		Темпы роста%	
	5	6	7	2016 к 2015	2017 к 2016	2016 к 2015	2017 к 2016
Сооружение	486	458	879	-28	421	94,23	191,92
Машины и Оборудование	689	567	905	-122	338	82,29	159,61
Транспортные средства	115 0	212 5	250 6	975	381	184,78	117,92
Сумма основных фондов	232 5	315 0	429 0	825	1140	135,48	136,19

Так как, происходит реконструкция торговой площади предприятия, появляется необходимость закупки новых основных фондов.

Из таблицы 17 видно, что большую часть занимают транспортные средства (в 2015 году - 1150 тыс.руб., в 2016 году – 2125 тыс.руб., в 2017 году – 2506 тыс.руб.). Приобретенную в 2015 году грузовую Газель, в 2016 году заменили на более современную модель, что отразилось на величину группы «транспортные средства». Меньшую часть занимают сооружения (в 2015 году – 486 тыс руб, в 2016 году – 458 тыс.руб., в 2017 году – 879 тыс.руб.). Изменение величины средств на группу «Сооружения» с понижением в 2016 году и резким увеличением в 2017 году, связано с более интенсивной работы по увеличению торговой площади в данном году.

Все эти факторы оказали влияние на динамику развития розничного

товарооборота ИП Колосов.

Вывод по главе.

Проведенный анализ розничного товарооборота, позволяет сделать следующий вывод. Розничный товароборот торгового предприятия ИП КОЛОСОВ из года в год увеличивается. Прирост товарооборота, в основном, достигнут за счёт влияние цен и роста производительности труда работников предприятия, что характеризует интенсивный путь развития производства. Динамика товарооборота показывает, что объем реализованных товаров остался неизменным. Увеличилась стоимость основных фондов. За 2016 год повысились общие показатели рентабельности, что говорит об увеличении прибыльности предприятия. Однако, анализ ритмичности розничного товарооборота показал, что наблюдается незначительное снижение объема продаж во втором и третьем кварталах.



### 3. ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ТОВАРООБОРОТА ИП КОЛОСОВ

#### 3.1 Мероприятия , направленные на оптимизацию розничного товарооборота

Для розничного предприятия ИП Колосов можно предложить несколько мероприятий, они могут быть направлены на разные виды деятельности .

Первым мероприятием для увеличения розничного товарооборота выбрана оптимизация ассортимента и удаление группы товаров, которые нецелесообразны в общем ассортименте предприятия , так как основным направлением розничного товарооборота является совершенствование ассортимента товаров.

Из второй главы видно, что в ассортименте товара есть не очень популярная группа товаров, которые приносят мало прибыли. Данную группу товаров следует удалить из общего ассортимента предприятия.

Расширение ассортимента подразумевает внедрение продажи новых товарных групп, видов, моделей, которая сопровождается предварительным расчетом необходимости и эффективности этого внедрения.

В условиях рыночной экономики нет четкого мнения, каков должен быть ассортимент товаров, чтобы наилучшим образом удовлетворить спрос покупателей. Каждое торговое предприятие ищет свою нишу на рынке, исходя из сложившихся условий.

С целью достижения максимальной прибыли при полном удовлетворении покупателей работники розничной торговли обязаны учитывать и ряд специфических факторов (тип магазина, его материально-техническая база, объём его деятельности, район деятельности, состав обслуживающего населения).

Следует предусмотреть, что торговый ассортимент, может содержать не только высокодоходные товары, приносящие максимум прибыли, но и товары с меньшими показателями прибыльности, для того, чтобы достичь максимального результата по привлечению покупателей и полному удовлетворению их спроса.

Торговое предприятие ИП КОЛОСОВ может расширить ассортимент товарами с меньшими показателями прибыльности

К таковым относятся:

- крепеж, скобяные изделия;
- строительные смеси;
- товары для дома и дачи.

Товары для дома и сада относятся к группе постоянного спроса. Расширение ассортимента торгового предприятия за счёт товаров для дачи и сада, основано на следующих положениях.

На реализацию этой категории товаров не оказал значительного влияния экономический кризис. Каждый пятый потребитель, невзирая на финансовые трудности, не уменьшает затраты на данный вид товаров.

Спрос на товары для дома и дачи на 2017 год вырос на 35%. Если раньше россияне занимались садоводством для души или ради экономии на покупке овощей и фруктов, то сейчас набирает обороты новый тренд.

Всё больше дачников стало высаживать рассаду, выращивая экологически чистые продукты. Мода на здоровое питание стала новым вектором развития дачного садоводства.

Перед летним сезоном прослеживается повышение продаж товаров, требуемых для обеспечения необходимого оборудования для дома и дачи не находится в зависимости от сезонных колебаний, спрос на них стабилен на протяжении всего года.

Сегодня товары для дома и дачи включает в свой ассортимент большинство строительных магазинов.

Так же для расширения ассортимента была добавлена группа товаров «сухие строительные материалы», так как это очень востребованный товар, ведь без их применения не обходится ни один, даже самый мелкий ремонт.

Использование в работе сухих строительных смесей экономически и практически выгодно и обоснованно. Во-первых, это экономия времени, удобство

транспортировки, хранения и смешивания. Во-вторых, строительный раствор можно приготовить в любом необходимом объеме, исключая потери материала. В-третьих, использование готовых сухих строительных смесей – это стабильно высокое качество работ, поскольку при их производстве используется технологически правильная рецептура и точная дозировка используемых компонентов.

Одним словом, сухие смеси позволяют значительно повысить производительность и эффективность труда, а также добиться самого высокого качества строительных работ.

Современные темпы строительства жилых, производственных и коммерческих объектов, растущий спрос на услуги по отделке и ремонту помещений обусловили высокий спрос на сухие строительные смеси. Учитывая востребованность данной продукции, предприятие по продаже сухих строительных смесей может стать довольно перспективным .

Товарная группа «крепеж и скобяные изделия» была добавлена так как эта продукция с постоянно высоким спросом . Замки , гвозди и прочие мелочи люди покупают независимо от экономической обстановки и курса валют , ведь это те изделия , которые нужны всем и всегда. Поэтому такой товар отличается высокой стабильностью, что позволяет владельцам магазинов спокойно работать при любых обстоятельствах.

Для расширения ассортимента понадобится увеличения торговой площади предприятия. Так же необходимо провести небольшую перепланировку витрин и прилавков.

На паллетах расположить строительные смеси. Крепеж и скобяные изделия удобно размещать в стеклянной витрине. Товара для дома и дачи можно разместить на специальных стендах.

Данные изменения влекут за собой дополнительные издержки , которые необходимо проанализировать .

Так же стоит обратить внимание на целесообразность присутствия в ассортименте товарную группу «жалюзи».

Низкий товароборот данной группы в течение всего исследуемого периода предполагает удаление данной группы из ассортимента.

Для второго мероприятия, было выбрано усиление рекламной деятельности предприятия. Для того, чтобы улучшить рекламную деятельность фирмы, предлагается разместить наружную рекламу, а именно установку штендеров.

Заказ и установка таких штендеров потребует дополнительных издержек. Предлагается воспользоваться услугами рекламной фирмы. На данный момент стоимость одного такого баннера в этой фирме в среднем составляет 2500 руб., т.е. издержки на изготовления и размещение 2 таких штендеров составят 5000 рублей.

Среди основных достоинств штендера как средства рекламы следует отметить скорость изготовления, надежность конструкции, возможность круглогодичной эксплуатации, в том числе на улице, отсутствие необходимости в ряде случаев в регистрации штендера как рекламного носителя и, конечно, небольшая цена, которая по карману даже для начинающего бизнеса.

Немаловажной является и такая особенность, как возможность смены рекламного поля. К примеру, при наличии на штендере устаревшей информации достаточно заказать новое рекламное поле, которое просто устанавливается в имеющуюся раму штендера. По истине штендер – универсальное рекламное средство для бизнеса.

Третьим мероприятием предлагается при магазине открыть пункт проката инвентаря. Сейчас, по оценкам специалистов бытовой прокат переживает второе рождение. Если в эпоху социализма горожане брали в прокат то, что не могли себе позволить купить или достать, то теперь — вещи, которые покупать нецелесообразно, в том числе – строительный инструмент.

В по социологическому опросу, брать в прокат строительный инструмент готовы 10-12% челябинцев. Основными потребителями услуг пунктов проката являются строительные бригады, садоводы и люди, делающие ремонт в квартире

или доме. Проведенный опрос также показал, что челябинцам не хватает небольших пунктов проката. В виду этого предприятие ИП Колосов предлагает начать внедрение в г. Челябинск услуг по организации проката строительных инструментов и оборудования.

На первоначальном этапе развития новой сферы услуг помещение под прокат не понадобится, т.к. эту услугу можно организовать внутри самого магазина. Данная сфера проката инструмента будет достаточно выгодным, т.к. магазин расположен близко к транспортной развязке различных маршрутов. Дополнительная площадь для организации проката инструмента не потребуется.

Перечень инструментов в центре проката будет включать несколько категорий: ударно-вращательные инструменты (гайковерт, отбойный молоток, перфоратор, дрель и др.); режущие и шлифовальные инструменты (виброшлифовальная машина, пилы и др.) и монтажные инструменты. Перечисленный комплект инструмента имеется в группе товаров «товары для дома и дачи». В целом на начальном этапе в прокате должно быть около 10 наименований наиболее ходового инструмента. Каждое наименование будет представлено в единичном количестве.

Далее ассортимент проката будет корректироваться в зависимости от предпочтений целевой аудитории. Так если среди клиентов будет много дачников, то летом большим спросом будут пользоваться садово-огородный инструмент.

Если среди клиентов больше строителей, то спросом будут пользоваться, отбойные молотки и болгарки. Соотношение используемого клиентами и лежащего на полках инструмента должно быть в идеале 90% на 10%, то есть, если в ассортименте имеется десять перфораторов, в любой момент времени девять из них должны быть на руках у клиентов, а еще один лежать в прокате, чтобы любой желающий мог прийти и его взять..

При выборе марки инструмента, сдаваемого в прокат лучше всего использовать не бытовой инструмент, а профессиональный. Несмотря на то, что

стоимость профессионального инструмента выше бытового в два-три раза, он дольше служит и вероятность его окупаемости выше. Также необходимо учитывать тот факт, что профессиональное оборудование пользуется большим спросом у строительных бригад, которые в отличие от дачников формируют спрос на услуги проката круглогодично. Таким образом, предприятием ИП Колосов рекомендуется использовать инструменты известных марок: Makita, Bosh, Sparky, Hitachi, DeWalt и др. Еще лучше, чтобы в ассортименте проката каждый вид инструмента был одной марки. Когда, скажем, какой-либо из перфораторов выйдет из строя, его можно будет пустить на запчасти на случай поломки остальных перфораторов и тем самым сократить расходы на ремонт.

Для организации центра по прокату инструмента также необходимо будет в штатном расписании выделить новую должность – мастер по ремонту инструмента, который является ключевым работником проката. Данный сотрудник будет следить за работоспособностью инструмента, и ремонтировать его по мере необходимости. Ввиду этого он должен неплохо разбираться во всех видах подобного оборудования.

На первых этапах выдачей и приемом инструмента будет заниматься продавец, он будет заключать договор проката с каждым клиентом, и принимать оплату. Ввиду того что в прокате не ожидается наличие очередей из клиентов, дополнительная нагрузка продавца будет минимальной. Также для эффективной деятельности проката нужен бухгалтер. На предприятие ИП Колосов предлагается использовать уже имеющегося бухгалтера.

После того как организационные вопросы по открытию проката инструмента будут улажены, ИП Колосов необходимо будет направить на его раскрутку. Особых затрат по продвижению новой услуги предприятие не понесет, т.к. информация относительно новой услуги будет добавлена в уже имеющуюся рекламную компанию предприятия, то есть разместить рекламу на штендере.

Что касается ценообразования, то обычно прокаты сдают инструмент в аренду на условиях посуточной оплаты. Стандартная цена проката одной единицы инструмента на этот срок равняется 8-10% ее рыночной стоимости.

Как правило, клиенты берут одну-две единицы инструмента на одни сутки. Но юридические лица (в основном строительные бригады) могут арендовать до десятка единиц инструмента на длительные сроки (неделя и более). Соотношение юридических и физических лиц по предварительным прогнозам специалистов ИП Колосов будет определяться как 80% на 20% соответственно.

Обычно пункты проката не берут залогов. Обязательное условие для арендаторов – иметь при себе паспорт. Документ ксерокопируют или просто записывают данные, чтобы в случае не возврата проще было найти недобросовестного клиента.

В среднем одна единица инструмента окупает себя и начинает приносить прибыль за полгода, но это не абсолютное правило для всех наименований оборудования. Инструменты, которые пользуются огромным спросом, окупают себя и через месяц-два. А есть позиции, которые могут лежать на полке достаточно долго и это может быть вызвано не тем, что данный инструмент имеет плохие эксплуатационные характеристики, а тем, что он является достаточно новым видом и многим не знакомы его достоинства. Здесь неоценимую роль будет играть продавец, который выясняя потребности клиента, будет рекомендовать наиболее подходящее им оборудование и рассказывать о достоинствах нового еще не известного клиентам инструмента

### 3.2 Экономический эффект от предложенных мероприятий

Расширение ассортимента товаров связано с использованием добавочного торгового оборудования. Это влечет за собой издержки.

Проанализировать данный показатель можно по таблице 18.

Необходимое оборудование для ИП КОЛОСОВ на планируемый период

представлена в таблице 18.

Таблица 18 – Необходимое оборудование для ИП КОЛОСОВ на планируемый период

Наименование оборудования	Кол-во, шт.	Стоимость оборудования, руб./шт.	Итого, руб.
Паллеты	2	500	1000
Витрина стеклянная	2	1700	3400
Демонстрационные	1	2250	2550
Стол	1	4350	4350
ИТОГО:	6	8800	11000

Из таблицы 18, мы видим что для покупки дополнительного оборудования нам необходимо 11 000 рублей.

Дополнительный ассортимент ИП КОЛОСОВ в планируемом периоде представлен в таблице 20.

Таблица 20 – Дополнительный ассортимент ИП КОЛОСОВ, тыс.руб.

Наименование товара	Товарооборот по продажным ценам в	Удельный вес, %
Товары для дома и дачи	431	40,59
Строительные смеси	378	36,12
Крепеж и скобяные изделия	226	23,29
ИТОГО	1035	100

От включения в ассортимент торгового предприятия дополнительных



товаров, товарооборот увеличится на 1035 тыс. руб.

Таким образом, можно отметить, что большую долю товарооборота составляют товары группы «товары для дома и дачи» удельный вес которых составил 40,6%, так как товары этой группы пользуются наибольшим спросом у потребителей. Это связано с частотой их использования. На товары группы «строительные смеси» приходится 36,12% от общего товарооборота непродовольственных товаров и в сумме составляет 378 тыс руб. Наименьшую долю товарооборота – 23,29% занимает группа товаров «крепеж и скобяные изделия».

По данным ABC-анализа группа «жалюзи» относится к категории С. То есть является мало востребованным товаром, продажи с 2015 по 2017 года снизились на 279 тыс.руб. Снижение товарооборота по данной группе говорит, о нецелесообразности использования данной товарной группы в общем ассортименте предприятия ИП Колосов. Это вызвано присутствием более сильного конкурента. И товары, изготавливаемые и реализуемые этим предприятием, пользуется повышенным спросом у населения.

Для проведения второго мероприятия, а именно усиления рекламной деятельности так же потребуются дополнительные издержки. Итоговые затраты и прогнозируемая прибыль представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Итоговые расчеты затрат и прогнозируемого дохода

Рекламная деятельность	Затраты, руб.	Прогнозируемый доход, тыс. руб.
Установление штендеров, 2 шт.	5000	150

Анализ данных таблицы 21 показывает, что затраты для усиления рекламной деятельности предприятия составят 5000 рублей, а прогнозируемый доход составит 150 тыс.руб.

Третье мероприятие по открытию проката инструмента рекомендуется провести ближе к лету, чтобы предприятие смогло быстрее окупить затраты и приносить прибыль, т.к. пик спроса на аренду инструмента наблюдается с мая по октябрь. В эти месяцы пункт проката по оценкам ИП Колосов может рассчитывать на пять-семь клиентов в день, а ближе к декабрю спрос традиционно снижается – до двух-трех арендаторов ежедневно. Средний чек составит около 500-600 руб. Через год-полтора число заключенных за один день договоров аренды в летний период может достигнуть 10-15, а их средняя стоимость чека вырастет до 1 тыс. руб. Согласно приведенным прогнозам в первое время ИП Колосов может рассчитывать на 7 клиентов в день 5 месяцев в год (с мая по октябрь), 4 клиента в день 4 месяца в год (октябрь, ноябрь, март, апрель) и 2 клиента в день 3 месяца в год (с декабря по март), т.е. среднее число клиентов в день составит:

$$\frac{7 \times 5 + 4 \times 4 + 2 \times 3}{12} = 5 \text{ чел./день}$$

Тогда в среднем доход проката в месяц составит  $5 \times 600 \times 30 = 90\,000$  руб.

Открытие проката инструмента также увеличит товарооборот магазина, т.к. клиенты проката после получения инструмента будут приобретать расходные материалы к нему и тут совмещение магазина и проката становится очень выгодным, т.к. клиент избавляется от необходимости идти в специализированный магазин, а ИП Колосов получает дополнительную прибыль. Также есть вероятность, что клиент воспользовавшийся арендой инструмента захочет приобрести такой же в постоянное пользование и тут опять же магазин станет успешным дополнением к прокату.

Расчет прогнозируемых доходов и расходов ИП Колосов по открытию проката инструмента согласно приведенным выше оценкам представлен в таблице 22.

Таблица 22 – Расчет доходности открытия проката инструмента в первые месяцы работы

Наименование	Сумма, руб./мес.
Доходы	90 000
Постоянные расходы, в том числе:	10 000

Окончание таблицы 22

- оплата труда мастера по ремонту	10 000
Переменные расходы, в том числе:	23 000
Ремонт имеющегося инструмента	20 000
- непредвиденные расход	3 000
Итого расходов:	33 000
Прибыль до уплаты налогов	57 000
Налог на прибыль	11 400
Чистая прибыль	45 600

Таким образом, с мая по октябрь прокат инструментов будет приносить предприятию ИП Колосов дополнительную прибыль в размере не менее 57 000 руб., в другие месяцы размер прибыли снизится в 2 раза и составит около 28 500 руб. Годовая прибыль предприятия составит  $57000*6+28500*6=513000$  руб.

Рассчитаем экономическую эффективность мероприятий, направленных на увеличение розничного товарооборота торгового предприятия ИП КОЛОСОВ

В таблице 23 приведены данные, характеризующие экономическую эффективность мероприятий в целом.

Анализ данных таблицы 23 показывает, что при внедрении мероприятий по увеличению товарооборота экономические показатели деятельности ИП КОЛОСОВ улучшаются. Розничный товароборот в планируемом периоде по сравнению с 2017 годом на 3495 тыс. руб. Это связано с введением нового ассортимента товаров и исключением из ассортимента группы товаров жалюзи, усилением рекламной деятельности предприятия, открытием пункта проката инвентаря. За счет этого увеличилась и валовая прибыль, 6389 тыс.руб. в 2017 году до 9361 тыс.руб. в планируемом периоде.

Издержки обращения выросли на 49000 руб.

Прибыль от продажи товаров повысилась на 2923 тыс.руб., за счёт увеличения товарооборота. Соответственно, меняется и рентабельность продаж до 33,6%.

Таблица 23 – Основные экономические показатели на планируемый период,  
тыс.руб.

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	Темп роста, %
Товарооборот по продажным ценам	18255	21750	3495	119,1
Товарооборот по покупным ценам	11866	12389	523	104,4
Валовый доход	6389	9361	2972	146,5
Уровень валового дохода, %	35,0	43,0	8,0	123,0
Издержки обращения	1625	1674	49	126,3
Уровень издержек обращения, %	8,9	7,6	-1,3	106,0
Прибыль от продажи товаров	4764	7687	2923	153,4
Рентабельность продаж, %	26,1	33,6	7,5	128,8
Чистая прибыль	4764	7687	2923	153,4

Выводы по разделу.

Предложено 3 мероприятия:

- оптимизация ассортимента
- усиление рекламной деятельности
- открытие пункта проката инвентаря

Проведенные расчеты показали, что проектируемые мероприятия являются экономически эффективными.

Оптимизация ассортимента, усиление рекламной деятельности и открытие пункта проката инвентаря способствует увеличению розничного товарооборота, увеличению прибыли, улучшению предложение потребительского спроса.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги работы, можно сказать, что товарооборот в рыночных условиях хозяйствования является одним из важнейших аналитических показателей развития, как на уровне предприятия, так и на уровне региона, страны в целом.

Розничный товарооборот – объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования.

Соответственно розничный товарооборот – это количественный показатель, характеризующий объем продаж, он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы. Продукты, произведенный для реализации, и денежные доходы служат основой розничного товарооборота.

Объем и тенденции изменения розничного товарооборота в значительной степени характеризует собой уровень жизни народа. Именно через розничный товарооборот реализуется денежные доходы, полученные в соответствии с количеством и качеством затраченного труда. Это находит выражение в динамике развития розничного товарооборота и его доли потребления.

Состав товарооборота торговой организации (применительно к розничному товарообороту), классифицируется по видам продаж.

Ассортиментный состав проданных товаров по группам или отдельным товарным наименованием характеризуют структуру розничного товарооборота и является его качественной характеристикой, Товарная структура товарооборота представляет собой соотношение отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота, выраженное в процентах.

Большое влияние на выполнение и перевыполнение плана розничного товарооборота, изыскание резервов по его увеличению, оказывают внешние и внутренние факторы. И если Внешние факторы (законодательные, демографические, социально-экономические, климатические, национально-

бытовые) трудно контролируется, то внутренние факторы, связанные с товарными и трудовыми ресурсами, состоянием материально-технической базы предприятия, можно контролировать и тщательно анализировать.

Это подтверждается и опытом зарубежных стран. Зарубежная политика рыночного хозяйствования сформировала многообразную сеть торговых предприятий, которые классифицируются по виду и масштабу деятельности, показателям объема реализации товаров, уровню организации торговли. США, Япония и Германия занимает ведущее место в мировой рыночной экономике, их опыт заслуживает внимание и представляет практический интерес. Российская розничная торговля широко использует опыт зарубежных стран.

Торговому предприятию, чтобы выявить несоответствие сложившихся представлений о рынке с реальной ситуацией, чтобы произвести необходимые изменения, которые позволяют увеличить объем продаж и прибыль необходимо осуществлять анализ розничного товарооборота.

ИП КОЛОСОВ является микропредприятием торговым, цель которого – получение максимальной прибыли от продаж строительных материалов. Анализ розничного товарооборота данного предприятия за период 2015- 2017 годы показал его стабильный рост. Этому в большей степени способствовала повышению цен на товары, связанные с инфляцией. Так, рост цен в 2016 году вызвал более высокий рост товарооборота в данном периоде (на 18,12 процентах в сопоставлении с предыдущим периодом – 4,52%).

Анализ ритмичности продаж снижение розничного товарооборота во втором и третьем кварталах исследуемых периодах. Это связано с праздниками, праздниками и временем отпусков населения.

Торговая Площадь предприятия ИП КОЛОСОВ незначительно, но увеличилась (+5 м<sup>2</sup>). Создаются условия для более рационального использования этой площади.

Правильная организация труда торгово-оперативного персонала положительно влияло на производительность труда.



За анализируемый период она увеличилась с 1642,78 тыс.руб. в 2015 году до 2028,33 тыс.руб. в 2017 году.

Это указывает на заинтересованность работников в увеличении прибыли предприятия.

Кроме того, и состояние основных фондов предприятия имеют положительную динамику увеличения. С 2325 тыс.руб. в 2015 году до 429 тыс.руб. в 2017 году. Это связано с оснащением предприятия дополнительными оборудованием (транспортное средство) и ремонтом имеющегося.

Данная экономическое состояние предприятия позволяет провести изменения в его деятельности с целью увеличения розничного товарооборота. Увеличение торговой площади способствует расширению ассортимента товаров. Ведение группы непродовольственных товаров поможет привлечению потребителей к данному предприятию.

В конечном итоге Торговое предприятие ИП КОЛОСОВ сможет привлечь большее количество покупателей и повысить розничный товарооборот, то есть получить прибыль от продаж. Правильным будет исключение из ассортимента группы товаров «жалюзи», не пользующиеся спросом у населения. Это подтверждается экономическим обоснованием применения данных мероприятий.

Так, товарооборот повысится на 4,41%, а издержки увеличится на 0,98%.

После усиления рекламной деятельности компании, прогнозируемый доход составит 150 тыс.руб.

Открытие пункта проката инвентаря принесет предприятию годовую прибыль в размере 513 тыс. руб.

Прибыль от продажи товаров после внедрения мероприятий по увеличению розничного товарооборота в планируемом периоде составит 7687 тыс.руб.

Следовательно, проведенные расчеты показали, что проектируемые мероприятия является экономически эффективными.

Задачи выпускной квалификационной работы решены. Поставленные задачи достигнуты.



## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 30.11.1994 №51-ФЗ //Российская газета. -№238-239.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ //Собрание законодательства РФ. -№ 31.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 года номер 197-ФЗ// Российская газета. -№256.-31.12.2001.
4. О розничных рынках и о внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации: Федеральный закон (принят Гос. Думой от 30 декабря 2006 года)
5. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон (принят Гос. Думой от 28 декабря 2009 года) № 381-ФЗ.ст.2.
6. Об обществах с ограниченной ответственностью: федеральный закон от 08.02.1998 №14 //Собрание законодательства РФ. – 16.02.1998. - №7.- ст.31.
7. Анализ хозяйственной деятельности по отраслям: учебное пособие / Далматова О.В., Сысоева Е.Н.- Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010. – 149 с.
8. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти/ Свиридов А.К.// проблемы теории и практики управления - 2012. - №4. – С.12.
9. Арзуманова, Т.И., экономика организации: учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова. -М.: Дашков и К, 2014. - 240 с.
10. Бухгалтерский учет в торговле/ Вислова А.В., Турсина Е.А.- Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2013. – 333 с.
11. Виноградова, С.Н., Коммерческая деятельность: учебник/ С.Н. Виноградова- Электронные текстовые данные. -Минск: Вышэйшая школа, 2012. – 288 с.
12. Власова, О.В., Коммерция: учебное пособие / О.В. Власова. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2011. – 299 с.

13. Годин, А.М. Статистика учебник для бакалавров/ Годин А.М. – Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2014. – 412 с.
14. Горина, Г.А. Ценообразование: учебное пособие/Г.А. Горина-Электрон.
15. Дашков, Л.П. Организация и правовое обеспечение бизнеса в России. Коммерция и технология торговли: учебное пособие/ Дашков Л.П.- Электрон. Текстовые данные. – М.: Дашков и К, 2012. – 912 с.
16. Динамика оборота розничной торговли. Росстат. WWW.gks.ru 48 Новости. Москва.31.03.2016г.-www.interfax.ru
17. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии учебник для бакалавров
18. Дьякова, Т.М. Размещение и выкладка товаров в Торговом зале магазина: учебное пособие/ Дьякова Т.М.- Электрон. текстовые данные. – Саратов: Вузовское образование, 2014. – 48 с.
19. Ефимов, О.Н. Экономика предприятия: учебное пособие, 2015. – 732 с.
20. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж: учебное пособие/ Захарова Ю.А. – Электрон. текстовые данные. –М.: - М.: Дашков и К, 2011. – 134 с.
21. Карабанова, О.В. Экономика организации предприятия: практикум для академического бакалавриата. / Карабанова О.В.- Электрон. текстовые данные
22. Кирюхина, А.Н. Коммерческая деятельность / А.Н. Кирюхина. – Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности, 2011. - 132 с.
23. Киселёва, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2010. – 187 с.
24. Котельникова, Е.А., экономика фирмы: учебное пособие / Саратов: Научная книга, 2012. – 145 с.

25. Крум, Э.В. Экономика предприятия: учебное пособие / - Минск: ТетраСистемс, 2013. – 192 с.
26. Максименко Н.В. Внутри фирменное планирование / Н.В. Максименко. – Минск: Высшая школа, 2011. – 459 с.
27. Минько, Э.В. Основы коммерции учебное пособие / Минько Э.В., Минько А.Э. - Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 512 с.
28. Мировой опыт развития услуг розничной торговли / Е.И.Беккер // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. - 2012.-№2.
29. Новаков, А.А. Секреты розничной торговли вопросы и ответы / Новаков А.А.
30. Основы технологии торговли. Учебное пособие / Ю.Г. Кузьменко, Т.В. Кацай.
31. Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности / Памбухчиянц О.В. - Электрон. текстовые данные. –М.: Дашков и К, 2014. – 640 с.
32. Памбухчиянц, О.В. Организация торговли учебник / Памбухчиянц О.В.- Электрон. текстовые данные. -М.: Дашков и К, 2014. – 191 с.
33. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность учебник / Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.- Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2014. – 500 с.
34. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия / Т.Н. Парамонова, И.Н.Красюк, В.В. Лукашевич. –М.: Дашков и К, 2013. – 284 с.
35. Парваткина, О.А. Не прогадай! Планирование продаж с высокой точностью / Парваткина О.А. - Электрон. текстовые данные. -М.: Дашков и К, 2010. – 191 с.
36. Пароли розничной торговли в России / Т.К. Комоева // Проблемы современной экономики. - 2010.-№3
37. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы / Петрище Ф.А.- Электрон. текстовые данные. -М.: Дашков и К, 2013. – 508 с.

38. Подходы к формированию системы финансового управления в России. / С.Л. Улина // Менеджмент в России и за рубежом. -2011.-№2. – 20 с.
39. Синяева, И.М. Маркетинг торговли 3 издание/ И.М. Синяев, С.В. Земляк, В.В. Синяев - Электрон. текстовые данные. -М.: Дашков и К, 2013. – 752 с.
40. Услуги в современной экономике / Л.С. Демидова, В.Б. Кондратьев. –М.: ИМЭМОРАН, 2010. – 324 с.
41. Фёдорова, Л.П. Экономика и управление на предприятии (торговли и общественного питания) / Федорова Л.П.- Электрон. текстовые данные. - М.: Дашков и К, 2011. – 102 с.
42. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества / А.М. Фридман. –М.: Дашков и К, 2013. – 656 с.  
- Челябинский Издательский центр ЮУрГУ. 2010. – 120 с.
43. Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учебное пособие для ВУЗов / В.А. Чернов. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 686 с.
44. Экономика и управление на предприятии: учебник для бакалавров (электронный ресурс): <http://www.iprbookshop.ru/24842/>
45. Экономика предприятия (торговли и общественного питания) / С.Е. Метелов, К.М. Калинина, С.Е.Елен, В.П. Чижинг. –ОМСК: Издатель Омский институт РГТЭУ, 2011. – 474 с.
46. Экономика торговли: учебное пособие / Н.М. Шелег. – Минск: Вышэйшая школа, 2012. – 559 с.
47. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А.Г. Градова. -СПб. Спецлит, 2010. – 589 с.
48. Рост розничных продаж в США замедлился. - [www.fixygen.ru](http://www.fixygen.ru)
49. Стратегия развития торговли в РФ на 2016-17 гг. и период до 2020 года.- [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)



ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2017 года

Наименование показателя	На 31.12.15	На 31.12.16	На 31.12.17
<b>АКТИВ</b>			
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
Нематериальные активы			
Результаты исследований и разработок			
Нематериальные поисковые активы			
Материальные поисковые активы			
Основные средства	2325	3150	4290
Незавершенное строительство			
Доходные вложения в материальные ценности			
Финансовые вложения	0	0	0
Отложенные налоговые активы			
Прочие внеоборотные активы			
Итого по разделу I	2325	3150	4290
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
Запасы	83	110	121
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям			
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)			
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)			
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	1810	2740	3568
Прочие оборотные активы	0	0	0
Итого по разделу II	1893	2850	3689
<b>БАЛАНС</b>	<b>4218</b>	<b>6000</b>	<b>7979</b>



## Окончание Приложения А

Наименование показателя	2015	2016	2017
<b>ПАССИВ</b>			
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ <sup>6</sup></b>			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	3573	5444	6818
Собственные акции, выкупленные у акционеров			
Переоценка внеоборотных активов			
Добавочный капитал			
Резервный капитал			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)			
<b>Итого по разделу III</b>	<b>3573</b>	<b>5444</b>	<b>6818</b>
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
Заемные средства	235	380	735
Отложенные налоговые обязательства			
Оценочные обязательства			
Прочие обязательства			
<b>Итого по разделу IV</b>	<b>235</b>	<b>380</b>	<b>735</b>
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
Заемные средства	410	176	426
Кредиторская задолженность			
Доходы будущих периодов			
Резервы предстоящих расходов			
Оценочные обязательства			
Прочие обязательства	0	0	0
<b>Итого по разделу V</b>	<b>410</b>	<b>176</b>	<b>426</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>4218</b>	<b>6000</b>	<b>7979</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах на 31 декабря 2017

года

Наименование показателя	2017	2016
Выручка	18255	15454
Себестоимость продаж	11866	10045
Валовая прибыль (убыток)	6389	5409
Коммерческие расходы	859	781
Управленческие расходы	766	594
Прибыль (убыток) от продаж	4764	4034
Доходы от участия в других организациях		
Проценты к получению		
Проценты к уплате		
Прочие доходы		
Прочие расходы		
Прибыль (убыток) до налогообложения	4764	4034
Отложенные налоговые активы		
Отложенные налоговые обязательства		
Текущий налог на прибыль		
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
Прочее		
Чистая прибыль (убыток)	4764	4034

ПРИЛОЖЕНИЕ В  
Отчет о финансовых результатах на 31 декабря  
2016 года

Наименование показателя	2015	2016
Выручка	14785	15454
Себестоимость продаж	9610	10045
Валовая прибыль (убыток)	5175	5409
Коммерческие расходы	656	781
Управленческие расходы	554	594
Прибыль (убыток) от продаж	3965	4034
Доходы от участия в других организациях		
Проценты к получению		
Проценты к уплате		
Прочие доходы		
Прочие расходы		
Прибыль (убыток) до налогообложения	3965	4034
Отложенные налоговые активы		
Отложенные налоговые обязательства		
Текущий налог на прибыль		
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
Прочее		
Чистая прибыль (убыток)	3965	4034