ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

"РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА (РГУТИС)"

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по теме "Оборот розничной торговли и перспективы ее развития"

Выполнила: студентка

Группы

Проверила:

САМАРА 2010

Содержание

Введение

1. Сущность и экономическое содержание оборота розничной торговли

2. Прогнозирование оборота розничной торговли по Сергиевскому райпотребсоюзу

2.1 Краткая характеристика экономики района и деятельности Сергиевского райпотребсоюза

2.2 Анализ тенденций развития оборота розничной торговли Сергиевского райпотребсоюза

2.3 Прогнозирование оборота розничной торговли по торговле Сергиевского райпотребсоюза

3. Основные направления повышения конкурентоспособности, увеличения оборота розничной торговли Сергиевского райпотребсоюза в условиях нестабильной экономики

Заключение

Список литературы

## Введение

Оборот розничной торговли относится к числу важнейших народнохозяйственных показателей. Он отражает экономические и социально - экономические процессы, происходящие в жизни страны. Оборот розничной торговли тесно связан со многими показателями развития народного хозяйства, с государственным бюджетом, денежным обращением.

В сфере товарного обращения оборот розничной торговли влияет на другие показатели торговли, в частности на товарные запасы и их оборачиваемость труда в торговле и т.д. Вместе с тем он сам испытывает известное воздействие товарных запасов, трудовых и денежных затрат, состояния материальной базы торговли и т.п.

Оборот розничной торговли - сложный и многогранный показатель. Во первых, он характеризует объём товарной массы, перешедшей из сферы товарного обращения в сферу личного потребления.

Уровень и качество планирования оборота розничной торговли определяются следующими важнейшими условиями: компетентностью руководства организации на всех уровнях управления; квалификацией специалистов, работающих в функциональных подразделениях; наличием информационной базы и обеспеченностью компьютерной техникой.

Планирование оборота розничной торговли предполагает обоснованный выбор целей, определение политики, разработку мер и мероприятий, методы достижения целей, обеспечение основы для принятия последующих долгосрочных решений. Планирование заканчивается перед началом действий по реализации плана.

Оборот розничной торговли играет важную роль в торговле предприятия, поэтому правильное планирование товарооборота и целесообразная организация торговой деятельности являются главным элементом всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Правильно спланированный товарооборот оказывает большое влияние на получение предприятием прибыли. Чем выше товарооборот и товарооборачиваемость, тем больше возможность получения хорошей прибыли.

Итак, есть смысл разрабатывать план даже тогда, когда все время изменяются не только внешние, но и внутренние условия реализации плана, а само планирование превращается в непрерывную корректировку.

Цель данной курсовой работы рассмотреть основные понятия и термины планирования, сущность, цели и функции, производственные понятия по планированию оборота розничной торговли.

Постановка цели исследования обусловила необходимость решения следующих взаимосвязанных задач:

исследование теоретических основ, раскрывающих понятие экономической характеристики оборота розничной торговли;

выявление показателей оборота розничной торговли, их характеристика и балансовая увязка;

оценка влияния основных тенденций развития оборота розничной торговли;

выявление тенденций планирования оборота розничной торговли по общему объему;

изучение эффективности планирования оборота розничной торговли в ассортименте.

## 1. Сущность и экономическое содержание оборота розничной торговли

Розничная торговля-это продажа товаров непосредственным потребителям, преимущественно за наличные деньги, а также в кредит. Статистическая отчётность по розничной торговли включает в неё не только продажу товаров по розничной торговой сети и предприятий общественного питания, но также продажу печатных изданий по подписке, продажу населению лесоматериалов, топлива, форменной одежды, скота и птицы за деньги со складов; выручку ателье индивидуального пошива одежды и обуви, мастерских по ремонту товаров народного потребления и др.

Кроме реализации товаров населению, в розничную торговлю включается мелкооптовая продажа некоторых товаров учреждениям, организациям, колхозам и др. (продуктов питания - больницам, детским садам, и т.д.; мелкого сельскохозяйственного инвентаря - колхозам, совхозам, школам - интернатам; канцелярских и некоторых бытовых товаров - различным учреждениям и предприятиям).

Основное экономическое содержание оборота розничной торговли заключается в том, что розничная торговля как экономический процесс представляет собой обмен денежных доходов населения на товары в порядке купли - продажи. С этой точки зрения мелкооптовый отпуск товаров организациям, учреждениям и предприятиям по безналичному расчёту розничной торговли не является и его следовало бы учитывать отдельно.

Однако с точки зрения сложившейся организационной практики анализа и планирования под оборотом розничной торговли понимают общую сумму реализованных товаров рыночного фонда не только населению, но также учреждениям, организациям и предприятиям в порядке мелкого опта.

Оборот розничной торговли имеет большое экономическое и социальное значение. В процессе розничной продажи завершается доведение товаров от производства до потребителей, а продукция, созданная в отраслях материального производства, находит общественное признание. При этом население реализует свои денежные доходы, полученные по труду. Объём оборота розничной торговли характеризует размер потребляемой населением товарной продукции и тем самым отражает материальное благосостояние и культурный уровень российского народа.

Экономическая характеристика оборота розничной торговли вытекает из его роли в обеспечении населения товарами, социальных форм российской торговли, организационного построения торговых систем.

В обороте розничной торговли Потребительской Кооперации основное место занимает продажа товаров в сельской местности. Кроме общего объёма оборота розничной торговли, в системе Потребительской Кооперации особо выделяется оборот по продаже излишков сельскохозяйственных продуктов, принятых на комиссию или закупленных по ценам согласно договоренности. В статистической отчётности выделяется оборот розничной торговли, отражающий продажу товаров за наличный и безналичный расчет. Предприятия, как правило, покупают товары по безналичному расчёту.

Оборот розничной торговли - результат взаимодействия предложения и спроса. Материальной основой его формирования является производство предметов народного потребления. Спрос в значительной мере определяется покупательной способностью населения.

Розничные цены влияют на общую сумму оборота и на его структуру. Так, инфляционные процессы, повышение розничных цен способствуют росту доли продуктов питания в общем объёме оборота розничной торговли. При низком уровне жизни население основную часть денег тратит на покупку продовольствия. С ростом реальных доходов и повышением благосостояния людей увеличивается доля денег, направляемых на покупку предметов длительного пользования.

Переход от распределительной к рыночной модели, осуществление радикальных экономических преобразований привели к дестабилизации народного хозяйства, к экономическому кризису. В сложившейся ситуации невозможно отметить положительные тенденции в развитии оборота розничной торговли страны. Происходит снижение физического объёма реализуемых товаров, ухудшается структура оборота торговли (увеличивается доля оборота по продаже товаров первой необходимости), уменьшается удельный вес оборота торговли предприятий питания.

По мере выхода из кризиса и стабилизации экономической жизни в обороте розничной торговли страны произойдут положительные изменения. Рост материального производства позволит постепенно снижать розничные цены, повышать реальные доходы и покупательную способность населения. В результате будут созданы предпосылки для развития оборота розничной торговли и улучшения его структуры, в частности увеличения доли оборота по реализации наиболее ценных продуктов питания, товаров культурно - бытового и хозяйственного назначения, удовлетворения разнообразных запросов покупателей.

***Виды предприятий розничной торговли и их основные экономические показатели.***

Развитие рынка потребительских товаров и предпринимательства зависит от обоснованного формирования и рационального использования ресурсов предприятия, от их состава.

Для нормального функционирования каждое предприятие должно иметь средства и предметы труда, трудовые ресурсы, денежные средства. Управление промышленным производством потребительской кооперации основано на тех же научных принципах, что и управление государственной промышленностью. Вместе с тем организационное построение звеньев управления промышленностью в системе потребительской кооперации имеет особенности, вытекающие из кооперативной формы собственности, преобладания небольших предприятий, использование местных ресурсов сырья, организации сбыта на месте и т.д.

В соответствии с действующими Положениями предприятие (объединение) возглавляет директор. Наряду с директором функции по руководству предприятием осуществляют его заместители. Их количество и состав устанавливаются в зависимости от размеров предприятия (объединения).

В распоряжении руководства предприятием имеется аппарат управления со штатом инженерно-технических работников и служащих. На крупных предприятиях работники аппарата управления, выполняющие однородные функции, объединены в отделы, бюро, лаборатории. На крупных предприятиях с цеховой структурой организуются также управление цехами, которые регулируются особыми положениями, утвержденными директором предприятия. Цехи включают производственные участки, возглавляемые мастером (старшим мастером).

Торговые предприятия - это относительно обособленные звенья торговли, каждое из которых характеризуется определенными экономическими, организационными и правовыми признаками. К экономическим признакам торгового предприятия относятся: полный цикл торгово-хозяйственной деятельности, начиная от закупки товаров у поставщиков и кончая их продажей; обособленное имущество (наличие собственных основных и оборотных средств); самостоятельный баланс. Основным организационным признаком является наличие устава или положения о данном торговом предприятии. В правовом отношении предприятие является юридическим лицом и несет полную ответственность за результаты своей хозяйственной деятельности.

Поэтому в соответствии с экономико-правовым содержанием понятия "Предприятие" к торговым предприятиям относятся торги, розничные конторы, объединения, оптовые конторы, базы, универсальные магазины, а в системе потребительской кооперации - кооперативы.

Торговые предприятия сочетают торгово-оперативную деятельность с управлением им торговых единиц - магазинов, филиалов, складов.

Поэтому можно выделить три основных вида функций:

Торгово-оперативные функции (закупка товаров у поставщиков, их приёмка, хранение, комплектование ассортимента, снабжение подведомственных торговых единиц, продажа и расчетно-финансовые операции);

Функции управления (планирование и учёт хозяйственной деятельности, оперативное руководство торговыми единицами, организация труда и материального стимулирования, контроль исполнения);

Функции хозяйственного обслуживания (строительство и ремонт торговых помещений магазинов и складов, организация материально-технического снабжения, транспортное обслуживание).

Государственную розничную торговлю в нашей стране осуществляют системы Министерства торговли России, органов рабочего снабжения предприятий промышленности и транспорта, торговых организаций непромышленных министерств и ведомств, некоторых промышленных предприятий и их объединений (фирменная торговая сеть).

Развитие розничной торговой сети в условиях рынка осуществляется законом планомерного, пропорционального развития народного хозяйства и определяется постоянным расширением производство товаров народного потребления и повышением материального и культурного уровня жизни населения.

К основным типам магазинов розничной торговой сети относится:

Универмаги - магазинов с универсальным ассортиментом непродовольственных товаров. Каждая товарная группа представлена в специализированной секции "Обувь, Швейные изделия и т.д." Эти торговые предприятия торгуют только товарами сложного ассортимента. Эти торговые предприятия используют современные формы и методы продажи товаров, с использованием дополнительных форм. Торговая площадь составляет от 650-3500 кв. м.

Универсамы - магазины самообслуживания с универсальным ассортиментом продовольственных товаров, с отделом непродовольственных товаров повседневного спроса. Здание, как правило, одноэтажное с площадью от 85-250 кв. м. строится в основном в крупных районных центрах.

Магазины по продаже непродовольственных товаров - от150-400 кв. м., осуществляют продажу всех видов продтоваров, а также некоторых сопутствующих товаров (посуду, моющиеся средства).

Магазины по продаже товаров повседневного спроса - небольшой тип торгового предприятия, включающего небольшой ассортимент как продовольственных так и непродовольственных товаров.

Специализированные магазины - магазины "Хоз. товары", "Мебель" и т.д., торгуют только одной группой товаров.

Новые типы магазинов - магазины-склады, магазины таможенные, приватизированные магазины, магазины-приемозаготовительные пункты, магазины на дому и т.д.

Основными показателями являются:

1. Пропускная способность магазина;

2. Оборот розничной торговли;

3. Товарные запасы;

4. Доход;

5. Прибыль;

6. Рентабельность.

***Показатели оборота розничной торговли, их характеристика и балансовая увязка.***

Все показатели оборота розничной торговли (продажа, запасы, поступление) взаимосвязаны между собой. В свою очередь они влияют на показатели использования ресурсов и на финансовый результат предпринимательской деятельности. Можно выделить два направления этого анализа: во-первых, изучение балансовой увязки всех показателей оборота розничной торговли и, во-вторых, выявление доли экстенсивных и интенсивных факторов в развитии торговли.

Продажа товаров может возрасти как за счёт ускорения оборачиваемости капитала, так и за счёт чрезмерного увеличения поступления товаров.

Недостатком использования поступающих в предприятие товарных ресурсов является их неполное вовлечение в товарооборот, что явилось следствием завоза в магазин товаров, имеющих высокую цену, что снижало спрос покупателей на них, нарушением ритмичности отгрузки товаров с поставщиками, связанными магазином договорными обязательствами. Часть товаров, поступивших в магазин в излишнем количестве и в конце года, осело на остатках товаров в магазине, что может привести к замедлению оборачиваемости оборотных средств, вложенных в товарные запасы, и возникновению потерь. В предприятии в 2006 году прочее выбытие товаров включило товарные потери, бой, лом, недостачу товаров. Следует назвать работу магазина по снижению прочего выбытия товаров в 2006 году положительной.

Оборот розничной торговли характеризуется основными показателями, которые находятся между собой в определённой балансовой взаимосвязи и упрощенно могут быть выражены формулой

П+О1=Р+О2,

где

П - поступление за определенный период;

О1-запасы на начало периода;

О2-запасы на конец периода;

Р - реализация за определенный период.

Главным показателем оборота розничной торговли является реализация товаров, отражающая конечную стадию товарооборота.

В пятилетнем плане утверждаются балансы материальных и трудовых ресурсов, денежных доходов и расходов населения и другие балансы, определяются резервы материальных и финансовых ресурсов. Всё это повышает обоснованность пятилетних планов экономического и социального развития страны и отдельных республик. Оборот розничной торговли связан с планом развития промышленности и сельского хозяйства, транспорта, с балансом денежных доходов и расходов населения, с государственным бюджетом, кассовым и кредитным планом Госбанка, с планом бытового обслуживания населения и др.

**Условия формирования. Концепции**.

Экономика России стабильно и динамично развивается, в результате чего происходит постепенная трансформация рыночных отношений, затрагивающая все субъекты рынка, среди которых существенное место занимает система организаций потребительской кооперации.

На рынках, где традиционно представлена потребительская кооперация, происходит активное укрепление позиций средних и крупных участников и их объединений. Развиваются системы управления в торговле и производстве потребительских товаров.

Укрепление позиций крупных торговых организаций, в значительной степени обеспечивающих торговлю за счёт импорта продовольственной продукции, приводит к созданию угрозы безопасности Российской Федерации в сфере продовольственного обеспечения.

Крайне медленно восстанавливается уровень материального обеспечения, культурно-бытового обслуживания и защиты сельского населения, удовлетворения повседневных потребностей.

Развитие рыночных отношений сопровождается конкуренцией, стремлением к повышению экономической эффективности деятельности, в том числе за счёт снижения внимания к социальной сфере, особенно в сельских и удалённых поселениях.

Потребительская кооперация России является одной из крупнейших систем, осуществляющих торговую, заготовительную, производственную деятельность, оказывающих социальные и бытовые услуги населению, производящих сельскохозяйственную продукцию. Потребительская кооперация России насчитывает более 175 лет истории, обладает огромными традициями и большим человеческим потенциалом.

Несмотря на то что в силу сложностей переходного периода конца 80-90-х годов ХХ века потребительская кооперация утратила многие политические и экономические позиции, усилиями работников потребительских обществ и союзов, других организаций удалось сохранить единство и целостность, непрерывность традиций и взаимодействия, значительную материально-техническую базу.

Всё это - достаточные предпосылки к активному развитию потребительской кооперации на единой идеологической, политической, экономической и организационной основе.

**Основа развития потребительской кооперации**.

Главным условием динамичного и стабильного развития потребительской кооперации является удовлетворение интересов основных вовлечённых групп:

потребителей товаров и услуг - основы экономического развития,

работников потребительской кооперации - движущей силы системы потребительской кооперации,

пайщиков - социальной основы потребительской кооперации.

Интересы потребителей товаров и услуг потребительской кооперации - это получение доступных и качественных товаров и услуг.

Интересы работников потребительской кооперации - обеспечение достойного уровня жизни, условий труда, социального и пенсионного обеспечения, вознаграждения труда сообразно вложению собственных сил и средств.

Интересы пайщиков - доступ к товарам и услугам потребительской кооперации на льготных условиях, целесообразность вложения средств в развитие потребительской кооперации.

**Препятствия на пути развития потребительской кооперации**.

Препятствия в развитии потребительской кооперации имеют комплексный, системный характер, что осложняет их устранение или снижение их влияния.

Недостаточное внимание к интересам организаций потребительской кооперации, с одной стороны, и уверенность в возможности эффективного самостоятельного существования организаций потребительской кооперации вне единой системы - с другой стороны, приводят к возникновению и усилению дезинтеграционных процессов. Утрачиваются экономические, транспортные, финансовые, информационные связи.

Дезинтеграционные процессы могут привести к исчезновению потребительской кооперации как единой системы и важного элемента социально-экономического механизма России. Организации потребительской кооперации в среднесрочной и долгосрочной перспективе могут полностью утратить конкурентные преимущества, основанные на масштабах и системном единстве.

Недостаточно высокий уровень взаимодействия, информационного обеспечения, отсутствие единой стратегии развития, инвестиционной привлекательности, стремление самостоятельно решать сложные комплексные проблемы, зачастую вопреки здравому смыслу, значительно снижают динамику развития организаций потребкооперации, ведут к стагнации. Организации потребительской кооперации утрачивают способность не только опережать существующие тенденции, но даже просто адаптироваться к изменениям внешней среды, начинают отставать от конкурентов, отсутствие аккумулированных источников финансирования развития перспективных и конкурентоспособных организаций, крупномасштабных проектов тормозит формирование конкурентных преимуществ.

**Что может потребительская кооперация**?

Потребкооперация может стать серьёзной силой не только в достижении индивидуальных целей потребителей, работников системы потребкооперации и пайщиков, укреплении их личного благосостояния и социальной защищённости, но и в реализации общегосударственных задач, приоритетных национальных проектов, обеспечении занятости населения, решении проблем продовольственной безопасности страны. Потребкооперация может стать основным проводником (оператором) в реализации государственных задач по замещению импортной продукции продукцией отечественных сельскохозяйственных производителей.

**Миссия потребительской кооперации в современных условиях**.

Миссия потребительской кооперации в России - участие в развитии социальной инфраструктуры, в первую очередь на селе, обеспечение стабильного развития потребительского рынка страны за счёт удовлетворения потребностей и социальной защиты, повышения занятости населения, вовлекаемого в деятельность и обслуживаемого потребительской кооперацией, укрепление безопасности России в сфере продовольственного обеспечения.

**Цели развития потребительской кооперации**.

Основными целями развития потребительской кооперации являются:

сохранение и развитие потребительской кооперации как единой, мощной и самобытной системы;

укрепление и усиление позиций на традиционных рынках;

укрепление позиций в сельских поселениях на уровне районных центров и центральных усадеб, развитие и конкуренция на региональном, межрегиональном и федеральном уровнях, выход на рынки городов, в том числе крупных;

модернизация и интеграция в инновационную экономику;

интеграция в решение общегосударственных проблем, в том числе повышения благосостояния сельского населения, развитие на основе эффективного взаимодействия с государственными институтами.

## 2. Прогнозирование оборота розничной торговли по Сергиевскому райпотребсоюзу

## 2.1 Краткая характеристика экономики района и деятельности Сергиевского райпотребсоюза

Сергиевский район Самарской области в современных границах с центром в селе Сергиевск сформировался в 1928 году. Район расположен в лесостепной зоне на северо-востоке области на расстоянии 126 км от областного центра. Имеет большие площади пашни, лугов, пастбищ. Преобладают в основном тучные черноземы.

Площадь района составляет 2749,1 кв. километров.

Сергиевский район объединяет 68 населенных пунктов, 16 сельских поселений и одно городское поселение Суходол.

Численность населения района на 1 января 2009 года составляет45113 человек.

По данным Статистического регистра на 1 января 2009 года количество предприятий и организаций всех форм собственности по Сергиевскому району составило515 единиц.

Промышленные предприятия района подразделяются по следующим видам экономической деятельности:

добыча полезных ископаемых;

производство пищевых продуктов;

обработка древесины и производство изделий из дерева;

издательская и полиграфическая деятельность;

производство машин и оборудования.

Одной из основных отраслей экономики района является сельское хозяйство. Производством сельскохозяйственной продукции в районе в 2008г занимались 16 предприятий и 12 крестьянских (фермерских) хозяйств.

Сергиевский район - это район с хорошо развитой производственной и социальной инфраструктурой. Достаточно развита транспортная сеть района, по территории которого проходит автомагистраль М5 "Москва - Челябинск". На территории района расположена железнодорожная станция "Серные Воды -2".

Сергиевское потребительское общество было организовано 17 июня 1938 года. Конечно, нынешняя потребкооперация иная, чем была при советской власти. В настоящее время это - некоммерческая организация, созданная для удовлетворения материальных и социальных потребностей своих членов и не ставящая своей целью извлечение прибыли в отличие от коммерческих структур. Попытки развалить потребкооперацию принимались неоднократно, однако в условиях жесткой конкуренции она снова выстояла.

По-прежнему в сельской местности потребкооперация занимает наибольший удельный вес в товарообороте района. Сильно изменилась структура розничной потребкооперации. Если в 1990 году доля продовольственных товаров была 48%, то сейчас больше 80%.

Сущность потребкооперации состоит в неразрывном единстве ее хозяйственной и социальной деятельности, кроме того, она является исправным налогоплательщиком в бюджеты всех уровней. В сложившейся ситуации основную ставку потребкооперация делает на село.

Сергиевская потребкооперация обслуживает 19,0 тыс. человек из 45,1 тыс. человек, что по сравнению с предыдущими годами заметно сократилось. Это связано с тем, что частный сектор становится более распространённым и занимает в настоящее время наибольший удельный вес среди всех торговых предприятий.

Сергиевское районное потребительское общество является добровольным объединением пайщиков, которых по состоянию на начало 2009 года насчитывается 15 240 человек, с паевым фондом 192,1 тыс. руб.

Управление Сергиевским потребительским обществом осуществляет общее собрание уполномоченных пайщиков и Совет.

Высшим органом управления потребительского общества является общее собрание, которое правомочно рассматривать и решать любые вопросы его деятельности. Оно собирается не реже одного раза в год.

Совет потребительского общества подотчётен общему собранию. Председатель Совета и его члены избираются общим собранием уполномоченных пайщиков сроком на 5 лет. Совет проводит свою работу согласно плану и собирается не реже 1 раза в месяц, а также осуществляет управление обществом в период между общими собраниями. Совет райпо строит свою работу согласно действующему закону “О потребительской кооперации” и наказов уполномоченных пайщиков.

На уровне Совета функционирует Ревизионная комиссия, которая также избирается и подотчётна общему собранию.

Исполнительным органом потребительского общества является Правление. В его ведении находятся все подразделения и предприятия райпо.

В состав Сергиевского райпо входят следующие подразделения: Райкоопзаготпром, который работает на хозрасчёте; Рынок; Объединение общественного питания и 4 торговых кооперативных предприятий. Схема управления Сергиевского райпо представлена на рис.1.

Основная цель потребкооперации района направлена на удовлетворение нужд и потребностей как сельского, так и городского населения в товарах первой необходимости при функционировании всех имеющихся отраслей.

Работа Сергиевского райпо осуществляется по четырем направлениям. Первоначальным направлением является торговля. В коммерческой деятельности потребкооперации есть свои особенности. Несмотря на жесточайшую конкуренцию, ставка делается на товары первой необходимости и повседневного спроса: крупы, соль, сахар, макаронные изделия, спички и другие. Эти товары закреплены ассортиментным перечнем, который имеется в каждом магазине.

Рисунок 1. Схема управления Сергиевским райпо

Общее собрание уполномоченных пайщиков

Совет

Представительный орган

Ревизионная комиссия

Правление

Райкоопзаготпром Сорочинского райпо

Рынок

Общепит

Торговые предприятия

Вторым после торговли приоритетным направлением в работе райпо остается общественное питание. Торговая сеть полностью обеспечивается за счет собственного производства: хлебобулочными, кондитерскими, макаронными изделиями, сельдью, колбасой.

Третьей и, наверное, основной отраслью в системе райпо является собственное производство продовольственных товаров. Производство всегда являлось самой высоко рентабельной отраслью потребкооперации. Все производство в основном сосредоточенно в Райкоопзаготпроме. Кроме производства Райкоопзаготпром занимается и заготовительной деятельностью (заготовкой вторичного сырья, крупного и мелкого кожсырья от населения, излишки сельхозпродукции).

На протяжении многих лет Сергиевское райпо по закупу товаров работает с разными производителями и крупными коммерческими фирмами. В 2009 году райпо заключило 63 договора на поставку товаров народного потребления и сырья для собственного производства. Самыми надежными являются Саратовская мебельная фабрика №2, ОАО “Свет", ОАО “Оргсинтез” г. Уфа по поставке лампочек, пластмассовой посуды, ОАО “Анвал” г. Набережные Челны (карнизы), г. Пенза (велосипеды и мотоколяски). В основном среди поставщиков - это производители непродовольственных промышленных товаров. Но есть и поставщики некоторых продовольственных товаров. Среди них ОАО “Сода" Башкирия, ОАО “Илецк - соль".

Рынок - является четвертым направлением в работе райпо, где основным видом деятельности является сдача торговых площадей в аренду частным предпринимателям. В связи с переходом на рыночные условия потребительская кооперация Сергиевского райпо значительно утратила свои позиции на рынке. Если на начальном этапе перестройки, в 1992 году, доля товарооборота райпо в общем обороте района занимала 68,9%, то в 2009 году этот показатель составил лишь 19%. Далеко ушло то время, когда потребкооперация была монополистом в своём районе по торговле. В настоящий момент потребкооперация имеет конкурентов в лице частных предпринимателей, коммерсантов, акционерных обществ (открытых и закрытых), товариществ (с ограниченной ответственностью и без ограничения) и других.

Работая с товарами культурно-бытового назначения, Сергиевское райпо выигрывает в конкурентной борьбе только за счёт перепродажной подготовки товаров, предоставлением срока гарантии и возможностью обмена товара, если он не прошёл гарантийный срок испытания (телевидеоаппаратура). Однако райпо не только не боится конкуренции, но и, не имея достаточных оборотных средств, всё же стремится не подражать им, а чётко выдерживать свою тактику при работе с покупателями, ориентируясь на продажу товаров только отечественного и собственного производства.

## 2.2 Анализ тенденций развития оборота розничной торговли Сергиевского райпотребсоюза

Каждое торговое предприятие рассчитывает систему показателей, характеризующих его деятельность. К ним относятся товарооборот, валовой доход, издержки обращения, прибыль и рентабельность, а также трудовые показатели.

Под розничным товарооборотом понимается продажа потребительских товаров населению за наличный расчёт не зависимо от каналов реализации товаров. Товарооборот выступает необходимым и самым важным условием достижения целей торгового предприятия. Он является количественным показателем, характеризующий общий результат деятельности предприятия. Торговым предприятиям анализ товарооборота помогает определить насколько достигнуты объёмы товарооборота, и какие из составляющих товарооборота позволяют получить им необходимую величину прибыли. Одна из основных целей анализа заключается в выявлении неиспользованных резервов роста общего объёма розничного товарооборота.

Валовой доход как экономическая категория представляет собой часть стоимости товара, которая предназначается для покрытия издержек и образования прибыли. Валовой доход не является показателем эффективности работы предприятия. Однако это результативный показатель, характеризующий хозяйственную деятельность и отражающий долю торговли в общей сумме цен на товары. Цель экономического анализа валового дохода - это поиск резерва его роста и достижение оптимальной величины, а также оценка соотношения валового дохода с финансовыми показателями. От величины валового дохода зависит финансовая устойчивость торгового предприятия. Валовой доход на предприятии выступает как основной источник покрытия издержек обращения и получения прибыли.

Издержки обращения - это выраженные в денежной форме затраты в сфере обращения товаров, которые необходимы для осуществления предприятием своей деятельности и выполнения функций. Анализ издержек обращений направлен на выявление возможности повышения эффективности работы торгового предприятия за счёт более рационального использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Для обеспечения бесперебойной торговли и наиболее полного удовлетворения покупательского спроса в торговле должны быть определенные товарные запасы. Размер их должен быть оптимален. Заниженные товарные запасы не смогут обеспечить полностью товарооборот, а завышенные ведут к замедлению товарооборачиваемости. Товарооборачиваемость - это время обращения товаров со дня их поступления до дня реализации. Одной из основных задач коммерческой деятельности торгового предприятия является ускорение товарооборачиваемости. Это приводит к росту товарооборота, сокращению товарных запасов, снижению расходов на продажу, а в следствии, к росту прибыли.

Прибыль является основной целью деятельности любого предприятия. Она выступает как результативный оценочный показатель, но напрямую эффективность работы предприятия не отражает. На предприятии проводится анализ факторов, влияющих на прибыль, который является экономической основой подготовки и принятия управленческих решений, направленных на выбор наиболее рационального пути дальнейшего развития торгового предприятия.

Рентабельность обобщает состояние доходов, оборачиваемость товаров, издержек обращения, использование собственного и заёмного капитала, основных средств и рабочей силы. Она является важнейшим качественным показателем работы торгового предприятия, свидетельствующий о прибыльности хозяйственной деятельности и о возможности его дальнейшего функционирования. Показатель рентабельности в деятельности предприятия характеризует относительный размер прибыли.

Рассмотрим основные показатели деятельности Сергиевского райпо в сопоставимой оценке. Для этого фактические данные по Райпо переведем в сопоставимый вид с учётом следующих индексов цен: 2006 год = 1, 19; 2007 год = 1,11; 2008 год = 1,10. Составим таблицу (таб.1) на основе сопоставимых данных, в которой рассчитаем абсолютные отклонения показателей деятельности райпо и рассмотрим их в динамике.

Таблица 1. Отклонения и темпы роста экономических показателей деятельности Сергиевского Райпо в сопоставимых ценах

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2006 год | 2007 год | 2008 год | отклонение | темп роста,% |
| 2007г от 2006г | 2008г от 2007г | в 2007г | в 2008г |
| А | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Товарооборот всего, тыс. руб. в т. ч.:  | 25 724,0 | 22 592,5 | 27 572,9 | -3 131,5 | +4 980,4 | 87,8 | 120,7 |
| Торговля | 21 716,1 | 18 525,7 | 21 620,4 | -3 190,4 | +3 094,7 | 85,3 | 116,7 |
| Общепит | 4 007,9 | 4 066,8 | 5 952,2 | +58,9 | +1 885,7 | 101,5 | 146,4 |
| Валовой доход всего, тыс. руб. в т. ч.:  | 8 594,2 | 8 488,2  | 8 987,2 | -106,0 | +499,0 | 98,8 | 105,9 |
| Торговля | 5 041,2 | 4 932,7 | 5 083,6 | -108,5 | +150,9 | 97,8 | 103,1 |
| Общепит | 3 553,0 | 3 555,5 | 3 903,6 | +2,5 | +348,1 | 100,1 | 109,8 |
| Уровень валового дохода,% в т. ч.:  | 33,41 | 37,57 | 32,60 | +4,16 | -4,97 | 112,5 | 86,8 |
| Торговля | 23,21 | 26,63 | 23,51 | +3,42 | -3,12 | 114,7 | 88,3 |
| Общепит | 88,65 | 87,43 | 65,58 | -1,22 | -21,85 | 98,6 | 75,0 |
| Издержки обращения, тыс. руб. в т. ч.:  | 8 178,8 | 7 596,4 | 7 651,2  | -582,4 | +54,8 | 92,9 | 100,7 |
| Торговля | 5 236,1 | 5 136,4 | 4 814,5 | -99,7 | -321,9 | 98,1 | 93,7 |
| Общепит | 2 942,7 | 2 460,0 | 2 836,7 | -482,7 | +376,7 | 83,6 | 115,3 |
| Уровень издержек обращения,% в т. ч.:  | 31,79 | 33,62 | 27,75 | +1,83 | -5,87 | 105,8 | 82,5 |
| Торговля | 24,11 | 27,73 | 22,27 | +3,62 | -5,46 | 115,0 | 80,3 |
| Общепит | 73,42 | 60,49 | 47,66 | -12,93 | -12,83 | 82,4 | 78,8 |
| Товарные запасы, тыс. руб. в т. ч.:  | 2 498,8 | 2 699,6  | 2 254,5 | +200,8 | -445,1 | 108,0 | 83,5 |
| Торговля | 1 654,8 | 2 020,1 | 1 902,3 | +365,3 | -117,8 | 122,1 | 94,2 |
| Общепит | 844,0 | 679,5 | 352,2 | -164,5 | -327,3 | 80,5 | 51,8 |
| Товарооборачиваемость, дни в т. ч.:  | 35 | 43 | 29 | +8 | -14 | 122,9 | 67,4 |
| Торговля | 27,4 | 39,2 | 31,7 | -11,8 | -7,5 | 143,1 | 80,9 |
| Общепит | 75,8 | 60,0 | 21,3 | -15,8 | -38,7 | 79,2 | 35,5 |
| Финансовый результат, тыс. руб. в т. ч.:  | -752,4 | -254,6 | -200,0 | +497,8 | +54,6 | 33,8 | 78,6 |
| Торговля | -766,4 | -399,1 | -363,6 | +367,3 | +35,5 | 52,1 | 91,1 |
| Общепит | +11,5 | +144,5 | +163,6 | +133,0 | +19,1 | 12,6 р | 113,2 |
| Рентабельность, тыс. руб. в т. ч.:  | -2,92 | -1,12 | -0,73 | +1,80 | +0,39 | 41,6 | 33,3 |
| Торговля | -3,53 | -2,15 | -1,68 | +1,38 | +0,47 | 60,9 | 78,1 |
| Общепит | +0,29 | +3,55 | +2,75 | +3,26 | -0,8 | 12,2 р | 77,5 |

Проанализируем данные таблицы 1. Несмотря на то, что Сергиевское райпо в сфере торговли и общественного питания закончило 2007 год со значительным снижением убытка по сравнению с 2006 годом на 497,8 тыс. руб., произошло уменьшение розничного товарооборота на 3 131,5 тыс. руб. в сопоставимых ценах. На снижение общего объёма товарооборота повлияло уменьшение его в сфере торговли на 3 190,4 тыс. руб., что составило 85,3% по сравнению с прошлым годом. В общественном питании идет другая тенденция. Товарооборот вырос на 1,5%, но это не оказало существенного влияния на общий объём товарооборота.

Снижение товарооборота сказывается отрицательно на сумме товарных запасов, а в конечном итоге на замедлении товарооборачиваемости. Сумма товарных запасов в 2007 году выросла на 8% и составила 2 699,6 тыс. руб., тогда как в 2006 году она была 2 498,8 тыс. руб. Товарооборачиваемость замедлилась на 8 дней и составила 122,9% или 43 дня по отношению к 2006 году. Причем такой результат сложился за счёт ускорения товарооборачиваемости в сфере общественного питания на 15,8 дня и замедления её в торговле на 11,8 дней.

В 2007 году наблюдается снижение суммы издержек обращения в целом по Сергиевскому райпо на 7,1%, в том числе в торговле на 99,7 тыс. руб., в общественном питании на 482,7 тыс. руб. Снижение суммы издержек обращения произошло за счет того, что были компенсированы транспортные расходы районной администрацией в сумме 362,3 тыс. руб. Помимо этого сократились отчисления в фонд развития и подготовки кадров на 62,0 тыс. руб., а также по статье прочие расходы. Но уровень издержек обращения продолжает расти, и в этом году он составил 105,8% к уровню прошлого года (отрицательное влияние). В то же время идёт уменьшение и суммы валового дохода на 106,0 тыс. руб. или на 1,2%. Но уровень валового дохода вырос в 2006 году на 12,5%. Такое соотношение: темп роста уровня валового дохода > темпа роста уровня издержек обращения, и объясняет резкое сокращение доли убытка райпо в 2007 году.

В 2008 году общий объём товарооборота составил 27 572,9 тыс. руб., обеспечен рост его к уровню 2007 года в сопоставимых ценах на 120,7% и даже к уровню 2007 года на 107,2%. Такой рост был достигнут за счёт увеличения объёма товарооборота в торговле на 16,7% по сравнению с прошлым годом, или в абсолютной сумме на 3 094,7 тыс. руб., в общественном питании - на 46,4% или на 1 885,7 тыс. руб.

Вместе с ростом товарооборота выросла и сумма валового дохода, она составила 105,9%, тогда как уровень валового дохода в целом по райпо не достиг уровня прошлого года, уменьшился на 13,2%, что составило 32,60% (уровень валового дохода в 2007 году 37,57%), А также и сумма издержек обращения увеличилась на 0,7%. Увеличение суммы издержек происходит за счет увеличения транспортных расходов, а также расходов на оплату труда работников, так как заработная плата в 2008 году выросла. Но в то же время происходит снижение расходов, в первую очередь, за счет того, что в 2008 году Сергиевское райпо переходит на упрощенную систему налогообложения, а вместе с этим сокращаются расходы по соответствующей статье издержек. Также в этом году райпо погасило кредит, взятый в начале прошлого года в банке “Сбербанк" в размере 500,0 тыс. руб. Хотя и произошло увеличение суммы издержек обращения, уровень издержек обращения снизился ещё более быстрыми темпами на 17,5% и составил 27,75%, тогда как уровень издержек обращения в 2007 году был 33,62%.

Такое снижение уровня издержек обращения положительно сказалось на конечном финансовом результате деятельности Сергиевского райпо. Положительно повлияло на сокращение убытка в 2008 году на 54,6 тыс. руб. по сравнению с прошлым годом и сокращение суммы товарных запасов, и ускорение товарооборачиваемости. Так в 2008 году сумма товарных запасов сократилась на 6,5% к уровню 2007 года, причём за счёт сокращения их в сфере торговли на 117,8 тыс. руб., в общественном питании на 327,3 тыс. руб. Вместе с этим происходит ускорение товарооборачиваемости в торговле на 7,5 дня, в общественном питании на 38,7 дня. В итоге в этом году товарооборачиваемость в целом по райпо составила 29 дней, то есть ускорилась на 14 дней по сравнению с 2007 годом и на 6 дней по сравнению с 2006 годом.

Рентабельность от деятельности райпо в период с 2006 по 2008 годы увеличивается. Это объясняется снижением убытка в 2007 году по сравнению с 2006 годом на 1,43% и в 2008 году ещё на 0,68%. И уже в 2008 году рентабельность составила -0,34%.

Трудовые отношения на предприятии являются наиболее сложными аспектами его деятельности. Основная цель - обеспечить такое управление кадрами, чтобы они работали с полной отдачей, были заинтересованы в результатах своего труда и как следствие заботились о повышении эффективности предприятия. Успех деятельности предприятия зависит от того, насколько квалифицированный персонал работает на предприятии и с какой отдачей трудятся сотрудники, используя свои знания, навыки и опыт работы. В этом и заключается основная цель проведения анализа показателей численности и фонда заработной платы на предприятии.

За этими цифрами, конечно же, стоят люди. Именно они привносят вклад в повышение эффективности работы Сергиевского райпо.

Потребность в кадрах как таковой в райпо не существует, за исключением кадров рабочих профессий (грузчик, сторож, кочегар, дворник, технический персонал). Текучесть кадров существует только среди этой категории работающих.

В райпо числятся работники, профессия которых требует специальной подготовки, это: сварщик, электрик, слесарь-электрик по холодильному оборудованию и другие. С этой целью в 2006 году был создан фонд подготовки кадров, который функционирует и по сей день.

Таковы основные экономические, финансовые и трудовые показатели деятельности Сергиевского райпо за последние 3 года. И как общий вывод, можно сказать, что райпо улучшает свою работу, показывая лучшие результаты в 2008 году как по фактически сложившимся данным, так и по показателям эффективности деятельности.

## 2.3 Прогнозирование оборота розничной торговли по торговле Сергиевского райпотребсоюза

Для осуществления непрерывного процесса торговли необходимы определенные запасы товаров. Они должны постоянно находиться на рынке, т.е. на складах производственных предприятий, на оптовых базах и в розничной торговой сети.

В запасах товаров вложена значительная сумма оборотного капитала. Поэтому для повышения эффективности его использования важно создавать обоснованные размеры товарных запасов, соблюдая необходимые пропорции между их объемом и товарооборотом.

Резкое уменьшение товарных запасов не дает возможности торговому предприятию оперативно реагировать на изменения спроса. В рыночных условиях отдельные предприниматели могут извлечь из создавшегося положения (наличиянеудовлетворенного спроса) выгоду путем повышения цены. Однако, как правило, недостаток запасов влечет за собой снижение суммы реализации товаров, "потерю" покупателей, и влияет на конкурентоспособность торгового предприятия (магазина).

Чрезмерные запасы влияют на качество товаров, требуют для их скорейшей реализации, снижения цен. Они отвлекают дополнительные оборотные средства, замедляя их оборачиваемость, увеличивают расходы по оплате процентов за кредиты. В итоге ухудшается платежеспособность и финансовое состояние потребительского общества.

Следовательно, одна из сложнейших задач экономической и коммерческой служб, предпринимательской деятельности поддержание запасов в нормальном состоянии, исходя из нормальных изменений спроса. При этом не надо учитывать случайные изменения спроса, ажиотажный спрос и т.д. Немаловажную роль для решения этой задачи играют опыт предпринимателей, их квалификация и интуиция, умение предвидеть поведение покупателей.

Для характеристики состояния товарных запасов используются следующие показатели:

Уровень запасов, отражающий обеспеченность торговой сети товарами на определенную дату. Он рассчитывается как отношение суммы запаса к однодневному обороту предстоящего периода.

Пример. Запасы товаров по универсальному магазину на 1 июля составили 24 млн. руб. Товарооборот на III квартал намечен в сумме 45 млн. руб.

Однодневный оборот равен 0,5 млн. руб. (45 млн. руб. 90 дней), а запас на 1 июля составляет 48 дней (24 млн. руб.: 0,5 млн. руб.). Это значит, что имеющиеся в магазине запасы обеспечивают предстоящий в III квартале товарооборот в течение 48 дней (если предположить что они будут полностью реализованы и нового поступления товаров не будет).

Организация и частота завоза товаров. Чем чаще поступают товары в магазин, тем с меньшими запасами можно осуществлять торговое дело и наоборот. Эта частота зависит от местонахождения, транспортных условий, объема товарооборота магазина. Чем ближе расположены производственные предприятия и оптовые базы к районам потребления, тем чаще магазины могут завезти тот или иной товар, тем меньше времени и средств затрачивается на их доставку. Предпринимателям и коммерсантам приходится постоянно решать задачу выбора партнеров для заключения контрактов на закупку товаров.

Налаживание непосредственных связей с производственными предприятиями приносит определенный эффект: можно влиять на ассортимент, выпускаемой продукции, обойтись без посредников, а значит, без дополнительных надбавок к цене, идущих в пользу каждого посреднику. Все это позволяет торговому предприятию продавать товары дешевле по сравнению с теми конкурентами, которые пользуются услуга ми Посредников. Вместе с тем такие прямые связи нередко связаны с необходимостью увеличить количество одновременно закупаемых товаров (дальность перевозок, специализация производственных предприятий и т.п.), что ведет к росту запасов.

При закупке товаров на оптовых базах, которые, как правило, приближены к розничной торговой сети и занимаются оптовой торговлей широким ассортиментом товаров, создаются условия для увеличения периодичности завоза товаров и уменьшения их запасов.

Следовательно, необходим комплексный экономический расчет выгодности выбора отдельных поставщиков. При этом целесообразно в совокупности учесть: транспортные расходы, договорную цену, затраты на содержание запасов и в конечном итоге прибыль от реализации товаров.

В зависимости от поставленных задач прогнозирование оборота розничной торговли может быть произведено по отдельным товарам (мед, сыр, молоко, апельсины, телевизоры, видеомагнитофоны, холодильники, швейные машины, кирпичи и др.), по группам товаров (кондитерские изделия, кожаная обувь, шерстяные ткани и белье, строительные материалы и т.п.), по товарным комплексам (мясопродукты, алкогольные напитки, бакалейные товары, ткани, обувь и др.).

Может быть рекомендована аналитическая таблица (табл.2).

Данные таблицы дают информацию для следующих аналитических суждений:

1. Повышение цен оказало значительное влияние на изменение структуры розничного товарооборота. В новых условиях население вынуждено большую долю средств расходовать на покупку продуктов питания. Это привело к увеличению удельного веса продовольствия в товарообороте на 2,9 пункта (62,3% - 59,4%), соответственно снизилась доля непродовольственных товаров.

Таблица 2. Розничный оборот торговой сети потребительского общества по товарным группам за год (в млн. руб.)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа | Предшествующий год | Отчетный год | Индекс цен | Оборот отчетного года в сопоставимых ценах (кол.4: кол.5)  | Динамика в сопоставимых ценах (кол.4: кол.5)  |
| Сахар | 35,7 | 10,2 | 94,1 | 8,9 | 2,8 | 33,6 | 94,1 |
| Кондитерские изделия | 29,3 | 8,4 | 89,9 | 8,5 | 3,3 | 27,2 | 93,0 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия | 42,2 | 12,1 | 112,4 | 10,6 | 2,5 | 45,0 | 106,6 |
| Макаронные изделия и т.д.  | 4,6 | 1,3 | 12,7 | 1,2 | 2,6 | 4,9 | 107,3 |
| Итого продовольственных товаров | 207,1 | 59,4 | 658,6 | 62,3 | 2,8 | 235,2 | 113,6 |
| Ткани | 4,2 | 1,2 | 13,7 | 1,3 | 2,7 | 5,1 | 121,4 |
| Одежда и белье | 23,7 | 6,8 | 69,9 | 6,6 | 3,0 | 23,2 | 97,9 |
| Обувь | 13,6 | 3,9 | 44,4 | 4,2 | 3,2 | 13,9 | 102,2 |
| Парфюмерно-косметические товары | 4,2 | 1,2 | 10,6 | 1,0 | 3,7 | 2,9 | 69,0 |
| Мыло и синтетические моющие средства | 2,5 | 0,7 | 6,5 | 0,6 | 2,6 | 2,5 | 100,0 |
| Итого непродовольственных товаров | 141,5 | 6,5 | 398,6 | 37,7 | 3,4 | 117,0 | 82,7 |
| Всего | 348,6 | 100,0 | 1057,2 | 100,0 | 3,0 | 352,2 | 101,1 |

2. Под влиянием повышения цеп сложилась и динамика объема реализации отдельных товаров в сопоставимых ценах. В условиях снижения покупательной способности воз росла, в частности, продажа хлеба, макаронных изделий, тканей и снизилась реализация сахара, кондитерских изделий, одежды, парфюмерии. Объем оборота по продаже моющих средств не изменился, что вполне естественно, учитывая их назначение.

3. Индекс цен на отдельные товары различается: в большем размере возросли цены на непродовольственные товары (индекс 3,4), в меньшем-на продукты питания (индекс 2,8). Этим объясняется уменьшение в отчетном году по сравнению с предшествующим годом удельных весов хлеба и макаронных изделий в товарообороте при относительно высокой темпе роста объема их реализации.

4. При формировании рыночной стратегии и заключении контрактов на закупку отдельных товаров в предстоящем периоде должны быть учтены прогнозируемые показатели изменения цен, оказывающие значительное влияние на структуру товарооборота.

## 3. Основные направления повышения конкурентоспособности, увеличения оборота розничной торговли Сергиевского райпотребсоюза в условиях нестабильной экономики

Для увеличения оборота розничной торговли необходимо привлекать долгосрочные заемные средства. Нужно также провести анализ основных средств предприятие с целью выявления зданий, сооружений, оборудования, которые могут быть реализованы или сданы в аренду. Это позволит провести дополнительные финансовые вливания в процесс производства.

Также необходимо провести анализ запасов предприятия, их величина ежегодно снижалась. Наиболее безрисковым способом, пополнения источников формирования запасов, следует признать увеличение реального собственного капитала за счет накопления нераспределенной прибыли или за счет распределения прибыли после налогообложения в фонды накопления, при условии роста части этих фондов, не вложенной во внеоборотные активы.

Другим способом увеличения оборота розничной торговли является увеличение размера заемных источников средств через привлечение долгосрочных и краткосрочных банковских кредитов. При этом основные фонды, учитывая их величину, могут быть использованы в качестве залога по кредиту. Для повышения финансовой устойчивости предприятия нужно увеличить собственный капитал, снизить внеоборотные активы (продажа основных средств) и сократить величину запасов до оптимального уровня.

Сократить дебиторскую задолженность, требовать предоплату за изготовленную продукцию и произведенные услуги, подать иски в суд для возврата дебиторской задолженности.

Произвести сокращения в штате работников. Оставить тех чье образование соответствует выполняемой ими работе, у кого высокая производительность труда.

Обеспечить покрытие собственными оборотными средствами материальные запасы предприятия.

Для этого нужно увеличить собственные источники средств или снизить внеоборотные активы за счет продажи или сдачи в аренду основных средств, можно уменьшить запасы предприятия продав их на сторону, чтобы не привлекать дополнительные средства со стороны.

Повысить рентабельность продукции. Для этого нужно увеличить прибыль от реализации продукции и снизить себестоимость продукции. Прибыль от реализации можно увеличить путем повышения цен на производимую продукцию и увеличения объема реализации. Себестоимость можно снизить путем сокращения затрат на производство за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, топлива, за счет боле полного использования производственных мощностей.

Одним из важных преимуществ потребительской кооперации (ПК) считается возможность ее выступление на п/е в качестве целостной системы, способной закупать крупные партии товаров и тем самым влиять на качество, ассортимент и, что особенно важно, на уровень цен. Но для этого нужно иметь сильное оптовое звено.

Целесообразно создать для осуществления транспортно-складских операций специальную компанию (НО), учредителями которой выступят кооперативные организации ПК. Основной бизнес - идея этой партнерской коммерческой организации закупка, складирование и распределение товаров на условиях, выгодных организациям-учредителям. Использование специальных компьютерных систем, отслеживающих наличие товаров в торговой сети, позволит в автоматическом режиме пополнять магазин товарами в необходимом ассортименте.

Магазины-склады, обслуживающие ряд далеко расположенных друг от друга пунктов, позволят поддерживать оптимальный ассортимент, сокращать затраты на хранение товарных запасов.

В сфере торговли рекомендуются нижеперечисленные мероприятия:

анализ рынка (объем доходов населения; динамика состава, перспектива развития инфраструктуры района деятельности предприятий ПК);

принципиально новое торговое оборудование, в т. ч. изготовленное отечественными производителями (кассовые терминалы, складской учет);

внедрение АСУ т/движением (программа “1: С Предприятие”) “Торговля и склад”;

прямая прибыльность каждого товара;

дополнительные услуги населению (в т. ч. нетрадиционные).

Нетрадиционные услуги:

организация торговли медикаментами и лекарственными препаратами;

выдача пенсий пенсионерам - (акционерам) из выручки сельских магазинов;

работа магазинов на основе терминалов и магнитных карточек для привлечения покупателей;

бонусы, зависящие от объема покупок;

займы у населения, акционеров для предприятий ПК.

В производстве необходимы следующие меры:

источники сырья и сбыта;

стимулирование развития подсобных хозяйств;

рациональное использование тары и упаковки;

цен по утилизации тары;

центр по производству упаковки.

В настоящее время перед потребительской кооперацией стоит задача сохранить созданную систему, не разориться, создать основы будущего существования и добиться эффективности хозяйствования. Изменяющаяся экономическая ситуация в стране и республике обусловила реформирование потребительской кооперации. Процесс реформирования представляет сложный и многогранный комплекс мероприятий. Как составную часть реформирования кооперативных организаций можно рассматривать коммерциализацию их деятельности. Условия хозяйствования потребительской кооперации определяют преимущественно экономическую направленность процесса коммерциализации в данной системе. Здесь не возникает проблемы смены собственности, а задача состоит в переводе предприятий на рыночные методы хозяйствования.

Получение максимума прибыли предприятиями потребительской кооперации при минимуме издержек обращения и достижение уровня рентабельности, обеспечивающего текущую и перспективную деятельность потребительских обществ и их союзов, предопределяют использование такого метода, как коммерческий расчет. Как категория рыночной экономики он представляет собой метод ведения хозяйства, заключающийся в соизмерении в денежной форме затрат (издержек обращения) и результатов деятельности потребительских обществ, их союзов, а также отдельных предприятий потребительской кооперации.

Необходимо отметить, что коммерческий расчет базируется на рыночных элементах: частной собственности, свободе предпринимательства, личном интересе, конкуренции, свободном ценообразовании. Реализацию этих принципов можно рассматривать с позиции переоценки всех сторон деятельности потребительского общества (отдельного торгового предприятия) с целью оптимизации издержек обращения и получения максимальной прибыли.

## Заключение

Для эффективной работы любого предприятия, в том числе и Сергиевского райпо, необходимо разрабатывать систему мероприятий с чётко продуманными и проанализируемыми предложениями. Если посмотреть на показатели эффективности деятельности райпо в прошлом, примерно так лет 10 назад, то можно твёрдо сказать, что Сергиевского райпо работало очень эффективно. Об этом свидетельствуют низкие показатели суммы и уровня издержек обращения, которые полностью покрывались валовым доходом, и высокие показатели финансового результата, который показывал прибыль, а не убыток как в настоящее время. Поэтому эти показатели являются эталоном деятельности райпо, к которым нужно непрекословно стремиться.

Но поставить цель и дальше работать, не принимая никаких мер, это не приведет к желаемому результату. Поэтому, кроме того, как анализировать свою работу (как это часто делают сейчас многие предприниматели), нужно ещё планировать и прогнозировать её с учётом прошлых событий и фактов. Именно анализ даёт нам основание для разработки предложений по улучшению своей деятельности, чтобы в дальнейшем как можно меньше избежать убытков.

Так вот, по моему мнению, в первую очередь нужно искать причину ухудшения положения Сергиевского райпо в товарообороте, так как почему же так резко он начал падать в 2007 году, тогда как на протяжении нескольких лет он имел тенденцию роста. А это связано с тем, что большая часть магазинов, которые занимались торговой деятельностью от райпо, были либо просто закрыты от натиска конкурентов, либо переданы в аренду. Также товарооборот снизился из-за того, что товары, которые реализует райпо (чаще всего они отечественного производства и не очень высокого качества) мало приобретаются нынешними покупателями.

В настоящее время потребитель со средним уровнем достатка ищет в товарах удовлетворение не просто первичных потребностей, а, ориентируясь на моду и, стремясь к приобретению более качественных товаров, ищет в них удовлетворение уже растущих вторичных потребностей. Поэтому товары и продукция, которые продает райпо, пользуется меньшим спросом, нежели товары и услуги конкурентов, отсюда и потери в товарообороте. Следовательно, нужно пересмотреть ассортиментный перечень реализуемых товаров, делать закупку только тех товаров, которые пользуются наибольшим спросом у покупателей. А для того, чтобы выявить, какие товары пользуются спросом, нужно постоянно проводить опросы населения и маркетинговые исследования, чем Сергиевское райпо в последнее время не занимается.

В качестве рекомендаций, можно посоветовать либо вообще исключить из продажи нерентабельные товарные группы, либо сократить товарные запасы по ним до минимума, либо расширить и обновить ассортимент. Такими являются по группе непродовольственных товаров: “одежда и белье", “чулки и носки", “фарфорофаянсовая посуда”, “вычислительная техника", “ковры и ковровые изделия" и другие сложнобытовые товары. Эти товары настолько устаревшего фасона и дизайна, что реализуются с трудом и порой теряют товарный вид от долгого хранения, поэтому их приходится списывать, а это ведет к потерям. Подобная ситуация наблюдается и по некоторым группам продовольственных товаров: “варенье, джем, повидло и мед”, “овощи”, “алкогольная продукция”. Эти товары реализуются в небольшом объеме, так как основная часть потребителей - сельское население, которое не нуждается в них. Это нужно учитывать и не создавать большие размеры товарных запасов по этим товарным группам в сельских магазинах, а по возможности продавать их в городе.

Проблема снижения товарооборота напрямую связана с товарными запасами. Сергиевское райпо обеспечено товарными запасами в полной мере, даже наблюдается затоваривание, особенно по группе непродовольственных товаров. Чтобы этого избежать в дальнейшем, нужно сокращать товарные запасы до оптимального уровня, а также необходимо чётко распределить товарные запасы с учётом потребностей (запроса) и нормативов по всем составляющим райпо и организовывать планомерный завоз товаров по магазинам. Но при этом нужно учитывать и транспортные расходы, которые также растут на протяжении анализируемого периода. Транспортные расходы нужно уменьшать путём разработки рационального маршрута доставки товаров по магазинам. Высокая сумма и рост транспортных расходов объясняется тем, что на предприятии действует децентрализованная форма завоза товаров, то есть доставка товаров в магазины собственными силами и средствами Сергиевского райпо.

Для сокращения расходов по этой статье необходимо в первую очередь перейти от децентрализованной формы к централизованной форме завоза товаров, то есть доставка товаров в магазины силами и средствами поставщика. Это позволит предприятию:

снизить издержки обращения по статье транспортные расходы;

повысить технико-эксплуатационные показатели машин;

уменьшатся издержки, так как уменьшатся штрафы за простой машин.

Была продумана работа по дополнительному сокращению времени на доставку и расходов при транспортировке:

а) определена схема движения автотранспорта, исключая повторные поездки под загрузку;

б) для завоза товаров разработана схема товародвижения, которая в основе своей исключает складирование товаров.

в) необходимо также определить срок по устранению неисправностей спидометров;

г) ввести карточную систему заправки автотранспорта.

Выполнение всех этих мероприятия в конечном итоге приведет к сокращению издержек по статье транспортные расходы.

Помимо транспортных расходов по райпо наблюдается рост издержек обращения по статье “расходы на оплату труда". Их необходимо уменьшать либо путём сокращения работающего персонала, либо уменьшать заработную плату. Второй способ не рационален, следовательно, нужно пересмотреть состав работников, выявить наиболее необходимых для райпо и сократить штат ненужных сотрудников.

Если рассматривать организацию рабочего места специалистов райпо, то для повышения их работоспособности необходимо, в первую очередь, обогатить их информационно-компьютерной базой, так как до сих пор экономисты и бухгалтера выполняют все расчёты вручную. Это значительно сократит время на обработку информации и ускорит работоспособность работников райпо. А вместе с этим не будет такой необходимости содержать столь большое количество штатных сотрудников и, следовательно, уменьшаться расходы.

Всё это обуславливает необходимость совершенствовать организацию розничной торговли Сергиевского райпо, повышать квалификацию персонала, а главное улучшать маркетинговую деятельность в данной области, ориентировать её на внедрение новых методов торговли с целью стабилизации финансового состояния и конкурентоспособности райпо, наращивания собственных оборотных средств, расширения ассортимента и выработки качественной продукции, а в конечном итоге достижения прибыли Сергиевского райпо.

## Список литературы

1. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для студентов Вузов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова; под ред. Н.П. Любушина. - М.; ЮНИТИ-ДИНА, 2000
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник для студентов Вузов. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2000
3. Богатко А.Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. - М.: Финансы и статистика, 2000
4. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Учебник - М.: Высшая школа, 2007
5. Грузинов В.П. Экономика предприятия и предпринимательства - М.: СОФИТ, 2007
6. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. - М.: МИФ, 2000
7. Ковалев В.В. Финансовый анализ. - 2-е изд., переработанное и дополненное. - М.: Финансы и статистика, 2000
8. Основы финансового анализа / С.А. Черногорский, А.Б. Тарушкин. - М.: СПб: Издательский дом "Герда", 2002
9. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие для студентов Вузов. - 7-е изд., исправленное. - Минск: ООО "Новое знание", 2002
10. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ: Учебное пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001
11. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2001
12. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. - 3-е изд., перераб и доп. - М.: ИНФРА-М, 2001
13. Шувалова Г.Г. Экономика предприятия: Практикум. - Владивосток: ДВГТИ, 2003
14. Экономика предприятия. Учебник для вузов. Под ред. В.Я. Горфинкеля. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006
15. Экономика предприятия / ред. В.М. Семёнов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007
16. Экономика предприятия / ред. В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001
17. Экономика предприятия / ред. Ильинкова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007
18. Экономика предприятия / ред. О.И. Волков, М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007
19. Экономика: Учебник / Под ред. А.С. Булатова. - М.: БЕК, 2007