Курсовая работа

На тему

Розничный товарооборот

**Содержание**

Введение

1. Товарооборот как экономическая категория

1.1. Сущность и состав розничного товарооборота

1.2. Классификация розничного товарооборота предприятия и характеристика его основных видов

1.3. Основные факторы, влияющие на объем структуру розничного товарооборота

2. АНАЛИЗ розничного товарооборота предприятия

2.1. Характеристика основных технико-экономических показателей предприятия ООО "Сигма"

2.2. Анализ розничного товарооборота магазина ООО "Сигма"

2.3. Анализ влияния факторов на розничный товарооборот ООО "Сигма"

3. Мероприятия, направленные на увеличение розничного товарооборота предприятия ООО «Сигма»

3.1. Мероприятия по совершенствованию оборота розничной торговли ООО "Сигма"

3.2. Расчет эффективности, предлагаемых мероприятий

Заключение

Список литературы

Приложения

**Введение**

Розничный товарооборот выступает как один из показателей, определяющих мощность торгового предприятия, так как по его величине можно судить об объеме деятельности предприятия, он характеризует эффективность использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку розничный товарооборот является экономическим понятием, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с объемом затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) дает представление об эффективности их использования, так как в обобщенном виде показатель эффективности есть соотношение результата и затрат. Все это свидетельствует об актуальности темы курсовой работы.

Цель курсовой работы – проведение анализа розничного товарооборота предприятия и поиск путей товарооборота его увеличения.

Достижение поставленной цели осуществляется путем решения следующих задач, определивших структуру и содержание исследования:

Изучить различные источники, научные труды, монографии, научно-популярные издания, научные периодические издания.

Рассмотреть подходы к понятию товарооборота, основные составляющие.

Провести анализ изученных материалов, обобщить и выявить различные подходы к проблеме анализа розничного товарооборота.

Проработать бухгалтерские, статистические отчеты о деятельности предприятия, его товарооборота и провести анализ и выявить возможности его улучшения.

Определить пути совершенствования товарооборота и хозяйственной деятельности конкретного магазина.

Объект работы – исследование розничного товарооборота.

Предмет работы – общество с ограниченной ответственностью "Сигма".

Методы, которые использованы в работе:

теоретический анализ и обобщение научной литературы;

анализ абсолютных и относительных и средних показателей,

методы сравнения и группировка данных,

методы факторного анализа.

Исследование проводилось за период 2007-2008 г.г.

Работа выполнена на материалах ООО "Сигма".

В качестве информационной базы для написания работы использовались данные оперативного, текущего бухгалтерского учета, первичные и сводные документы, данные о реализации товаров предоставленные бухгалтерией предприятия.

В состав ООО "Сигма" входит 4 магазина. Учет и анализ основных экономических показателей будет проведен в целом по торговой организации, анализ товарооборота по магазину, расположенному в Советском районе города Омска по адресу ул. Нефтезаводская, 8.

**1. Товарооборот как экономическая категория**

**1.1 Сущность и состав розничного товарооборота**

Главная цель торговли потребительскими товарами – удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах. Достижение этой цели характеризуется общим объемом реализации товаров населению. При реализации товаров потребителю произведенный продукт находит свое выражение в общественном признании. Товарооборот характеризует объем потребления материальных благ, выражен экономическими отношениями, возникающими в процессе движения товаров из сферы производства и обращения в сферу личного потребления. Сущность товарооборота проявляется в экономических отношениях, связанных с обменом товаров и услуг на рынке в процессе купли-продажи.

Товарооборот характеризует процессы, развивающиеся в сфере товарного обращения, и факторы, воздействующие на формирование спроса и предложения, и отражает экономические отношения между производителями и потребителями.

Товарооборот позволяет определить условия, при которых развивается соотношение между спросом и предложением на рынке. Это позволяет установить, как реализуются на конкретном рынке отношения между производителями и потребителями товаров, какие условия определяют тенденции формирования и развития спроса и предложения в последующий период и на перспективу [22, c. 79].

Товарооборот является макроэкономическим показателем. Государство ведет сбор и обработку данных о товарообороте на разных уровнях управления с целью выявления общих закономерностей и тенденций, выявления места отдельных субрынков, анализирует межрегиональный обмен и социальные и региональные различия душевого уровня товарооборота [8, c. 124].

Товарооборот торгового предприятия осуществляется в различных видах и формах (рис. 1). Прежде всего, он отражает два уровня продажи товаров: розничный и оптовый товарооборот.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Розничный | | | | | | | | |  | Оптовый | | | | | | | |
|  |  |  | |  |  | |  |  |  | | | |  | | | |
|  |  |  |  | |  |  | |  |  |  |  | |  |  | |  |
| По организационным формам продажи | | По составу конечных потребителей | | | По срокам расчета за реализованные товары | | | По формам денежных расчетов | | По составу конечных потребителей | | | По формам товародвижения | | | По формам денежных расчетов | |
| Продажа товаров  в розничной торговой сети  Продажа  товаров  помимо  розничной  торговой  сети | | Продажа  товаров  непосредственно населению  Продажа  товаров  из розничной  торговой  сети предприятиям  для личного  потребления | | | Продажа  товаров  с немедленной их  оплатой  Продажа  товаров  населению  в кредит | | | Продажа  товаров за  наличный  расчет  Продажа  товаров  по безналичному  расчету | | Продажа  оптовым  предприятиям  Продажа  товаров  розничной сети  Продажа  товаров  промышленным  предприятиям | | | Складской  Транзитный | | | За наличный  расчет  По безналичному  расчету | |

Рис. 1. Виды товарооборота торговых предприятий [25, c. 81]

Розничный товарооборот является конечной стадией движения товаров от производства до потребителя. Розничная торговля завершает процесс обращения товаров: товар из сферы обращения переходит в сферу потребления. Розничный товарооборот – это количественный показатель, характеризующий объем продаж [24, с. 44].

Розничный товарооборот характеризует объем продажи товаров населению для личного, семейного, домашнего использования; он означает завершение процесса обращения товаров на потребительском рынке и переход товаров в личное или коллективное пользование. Его величина учитывается в розничных ценах, т.е. в ценах фактической реализации, включая все налоги, входящие в состав розничной цены.

Экономическая сущность розничного товарооборота проявляется в обмене денежных доходов потребителей на товары и услуги в процессе купли-продажи и в экономических отношениях, связанных с этим обменом [22, c. 81].

**1.2 Классификация розничного товарооборота предприятия и характеристика его основных видов**

Оборот розничной торговли при анализе можно классифицировать следующим образом (рис. 2).

Оборот розничной торговли

По формам организации

По форме

оплаты

По товарным группам

По формам обслуживания

За наличный расчет

По образцам и каталогам

Продовольствен-ные товары с дальнейшей детализацией

Стационарная сеть (магазин)

По безналичному расчету

Самообслу-живание

Мелкорозничная торговля

По кредитным карточкам

С доставкой на дом

Непродовольствен-ные товары с дальнейшей детализацией

По расчетным чекам банка

Через

автоматы

Передвижная торговля

По перечислениям со счетов вкладчиков

Традиционное обслуживание

Комиссионная торговля

По подписке печатных изданий

Посылочная торговля и др.

По продаже товаров

в кредит и др.

По предварительным заказам

Рис. 2. Классификация оборота розничной торговли [25, c. 283]

Оборот розничной торговли представляет стоимость проданных населению потребительских товаров за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков (что также учитывается как продажа за наличный расчет) [25, c.281].

В оборот розничной торговли наряду со стоимостью товаров, проданных населению за наличный расчет, также включает стоимость:

а) проданных товаров по почте с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи);

б) товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателю), в объеме полной стоимости товара;

в) товаров, проданных в порядке комиссионной торговли (по договору комиссии), в размере полной стоимости по моменту продажи товаров;

г) проданных по образцам товаров длительного пользования (по времени выписки счета-фактуры и доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем);

д) товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (лекарственных средств, топлива и т. п.), в полном объеме;

е) проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета без учета стоимости доставки);

ж) упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара;

з) проданной порожней тары.

В оборот розничной торговли включается стоимость стеклянной посуды, проданной населению с товаром, за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды, а также стоимость стеклопосуды, принятой от населения в обмен на товар.

Стоимость товаров, отпущенных населению через розничную торговую сеть или через торговые подразделения неторговых организаций в счет задолженности по заработной плате, пенсиям с последующей оплатой организациям торговли организациями (юридическими лицами), органами социального обеспечения и другими, включается в розничный товарооборот.

Не включается в оборот розничной торговли стоимость:

проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы;

проданных билетов, талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов.

Стоимость товаров, отпущенных через розничную торговую сеть юридическим и физическим (без образования юридического лица) лицам (в том числе и организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.), с оплатой по безналичному расчету, в оборот розничной торговли не включается.

Оборот розничной торговли приводится в розничных ценах – фактических продажных ценах, включающих торговую надбавку, налог на добавленную стоимость и налог с продаж.

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

Основными задачами оборота розничной торговли являются:

проверка степени выполнения прогнозных продаж по объему и структуре, удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары;

выявление тенденции и закономерностей его развития в динамике и изменений, происходящих в них;

определение факторов, влияющих на его изменение (количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение прогнозных показателей и динамику розничного товарооборота);

оценка внедрения прогрессивных методов торговли и их эффективности;

выявление резервов, путей и возможностей роста объема продаж и улучшения обслуживания покупателей;

разработка мер по устранению недостатков и повышению эффективности хозяйственно-финансовой деятельности.

В процессе розничной реализации товары полностью переходят из сферы обращения в сферу потребления. В качестве продавцов выступают, как правило, организации розничной торговли: магазины, аптеки, палатки, павильоны, киоски, бензозаправочные станции, развозная и разносная торговая сеть. Однако место, где совершается купля-продажа товаров, не является важным моментом в экономической характеристике розничного товарооборота. Продажа потребительских товаров для личного потребления может производиться также на продовольственных и непродовольственных рынках, со складов предприятий-изготовителей и оптовых предприятий, на аукционах, в мастерских, аптеках, киосках, на борту самолета, в пассажирских поездах и т.п. Кроме перечисленных это могут быть организации других отраслей, если они осуществляют продажу приобретенных на стороне потребительских товаров или потребительских товаров собственного производства населению через свою торговую сеть или с оплатой через свою кассу.

Признак, характеризующий статус продавца, – не главный или единственный при отнесении реализации к розничному товарообороту. Главными являются цели приобретения товаров – для личного или производственного потребления. Поэтому в последнее время в состав розничного товарооборота включается также продажа товаров организациям, через которые осуществляется совместное потребление товаров. К этим организациям относятся: санатории и дома отдыха, больницы, детские сады и ясли, дома для престарелых [8, c. 129].

По своей сущности розничный товарооборот – показатель синтетический, поскольку он складывается из отдельных актов купли-продажи, продаж отдельных товаров, товарооборота всех фирм или всех регионов. Товарооборот является валовым показателем реализации стоимости товаров, он зависит от общего количества проданных товаров и цены единицы товаров. Общий объем розничного товарооборота равен произведению реализованного количества товаров каждого наименования на цену за единицу товара.

Как экономический показатель розничный товарооборот имеет ряд недостатков, его рост не всегда означает действительное удовлетворение спроса. Это связано с тем, что величина объема товарооборота может значительно меняться под влиянием ценовых и структурных изменений. Например, при росте объема реализации в стоимостных показателях может наблюдаться его снижение в натуральном выражении [22, c. 83].

Розничный товарооборот относится к числу важнейших показателей экономического развития страны. В нем проявляются основные народнохозяйственные пропорции, структура валового внутреннего продукта, распределение национального дохода и т.д. Объем розничной продажи товаров оказывает большое влияние на денежное обращение в стране, так как выручка торговых организаций составляет важную часть налично-денежного обращения. В результате продажи товаров населению возмещаются произведенные затраты и реализуется вновь созданная стоимость, что дает возможность для дальнейшего роста производства [17, c. 203].

Структура и объем розничного товарооборота характеризуют уровень потребления товаров населением, рост или снижение благосостояния народа. Посредством розничной продажи оказывается постоянное воздействие на развитие объема и структуры производства товаров народного потребления: увеличение производства недостающих товаров или сокращение производства тех товаров, которые не пользуются спросом у покупателей.

Рост продажи товаров розничной торговлей может быть обусловлен, с одной стороны, непрерывным ростом производства товаров народного потребления и, с другой – повышением покупательской способности населения. Ее развитию присущи закономерности, в которых отражаются происходящие в стране экономические и социальные процессы, которые взаимосвязаны. Так снижение инвестиций в реальный сектор экономики приводит к разрушению научно-производственного потенциала страны, утрате основных производственных фондов и источников их воспроизводства, сокращению оборотного капитала и к уменьшению объема производства, что отражается на размерах розничного товарооборота. Рост денежной массы в стране, девальвация рубля, инфляция, сокращение покупательской способности населения приводит к негативным изменениям в объеме и структуре розничного товарооборота.

Таким образом, розничный товарооборот – важнейший показатель деятельности не только отдельного торгового предприятия, но и всей страны, что показывает важность его изучения.

**1.3 Основные факторы, влияющие на объем структуру розничного товарооборота**

Основной из задач анализа товарооборота является изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на динамику и изменение объема товарооборота. При использовании факторного метода вначале изучается влияние различных факторов на объем и структуру товарооборота, затем – связи между факторами и отбираются наиболее значимые из них, оказывающие наибольшее влияние на изменение объема реализации. Эта информация используется при планировании товарооборота.

На объем и структуру товарооборота оказывают влияние различные факторы, но, прежде всего экономические, воздействующие на величину спроса.

Цены на товары растут с разной скоростью, поэтому очень важно проанализировать воздействие различных показателей инфляции на многообразные типы товаров, которые продает предприятие. Например, высокий уровень инфляции на товары, цена на которые является определяющим фактором, может привести к резкому сокращению объема продаж. Процентная ставка по ссудам играет важную роль для торговых предприятий. Во-первых, ее изменение значительно влияет на стоимость ссуд для торговли. Во-вторых, значительное увеличение процентной ставки может оказать тормозящее воздействие на спрос, особенно для торговых фирм, специализирующихся на товарах длительного пользования.

Тенденции развития экономики, в первую очередь региональной, – стабилизация, рост или спад – будут иметь определяющее воздействие на рынок, на котором работает предприятие.

Развитие конкуренции, особенно в розничной торговле, приводит к тому, что покупатели становятся все более избирательны при выборе магазина. Несмотря на то что их интересуют прежде всего цена и качество товаров, все большее внимание покупатели обращают на уровень и методы торгового обслуживания, предоставляемые услуги, а также на стиль и дизайн торговых предприятий.

Политические факторы тесно переплетены как на общегосударственном, так и на местном уровне. Особенно важны для торговых предприятий налоги, ограничения в ценообразовании, перспективы жилищного строительства, коммерческие, дорожно-транспортные и другие проекты местных властей.

Успех деятельности торгового предприятия определяется тем, насколько полно оно будет удовлетворять потребности своих покупателей. Чтобы быстро адаптироваться к рынку, необходимо изучать возрастную структуру населения и тенденции ее изменения, экономическую деятельность, географическое распределение населения и ряд других демографических показателей, которые могут существенно повлиять на товарооборот. В целом люди стали больше потреблять материальных благ, что способствует развитию товарооборота. Поэтому очень важно своевременно определять потребности и запросы покупателей.

Особое внимание следует уделять изучению характера изменения денежных доходов домашних хозяйств, зоны деятельности фирмы и региона. Обычно при увеличении денежных доходов в среднем на одно домашнее хозяйство происходит повышение потребления непродовольственных товаров, а при их снижении растут расходы населения на покупку продовольствия.

Научно-технический прогресс ведет к возникновению новых рынков (пример тому – рынок персональных компьютеров). Кроме того, внедрение новых технологий может полностью изменить способы работы торговых предприятий, как это произошло после изобретения штриховых кодов, наносимых на товары и обрабатываемых электронными кассовыми аппаратами. Технические новинки позволяют увеличить пропускную способность магазина, совершенствовать методы продажи товаров, повысить производительность труда торговых работников, что, в свою очередь, приводит к росту товарооборота.

Ряд факторов не оказывает однозначного воздействия на товарооборот, но тем не менее, они могут отразиться на его развитии. К ним можно отнести природные, климатические, культурные, религиозные и т.п. Прежде всего следует изучать те факторы, которые наиболее заметно влияют на потребительский спрос, принимая во внимание то, что для различных торговых предприятий изменения, происходящие во внешней среде, могут быть неоднозначными. Например, то, что одно предприятие воспринимает как экономическую угрозу, другое воспринимает как благоприятную возможность.

На товарооборот влияют и многие другие условия: месторасположение предприятия, интенсивность покупательских потоков, организация товароснабжения, качество товаров, широта и глубина ассортимента, реклама, квалификация персонала, культура обслуживания, внедрение новых технологий.

Общие условия деятельности торговых предприятий, стратегия поведения на рынке, товарная и ценовая политика, организационная структура, финансовое состояние, наличие ресурсов и эффективность их использования определяют внутренние факторы, влияющие на товарооборот.

Соотношение различных факторов постоянно меняется. Торговое предприятие должно знать общее состояние рынка, величину существующего спроса, темпы его изменения, уровень рыночных цен, влияние конкуренции и т.п., на какие виды и сегменты ему следует ориентироваться при планировании объема и структуры товарооборота [22, c. 91].

Анализ розничного товарооборота производят как по общему объему так и по отдельным факторам, называя такой анализ факторным. На выполнение плана и динамику розничного товарооборота оказывают влияние большое число факторов, которые принято объединять в три группы:

факторы, связанные с товарными ресурсами;

факторы, связанные с численностью работников и эффективностью труда;

факторы, связанные с эффективностью использования материально-технической базы торгового предприятия и режимом его работы [17, c. 229].

Основной фактор успешного развития товарооборота – обеспеченность торгового предприятия товарными ресурсами и их рациональное использование. Объем розничного товарооборота зависит от периодичности поступления и выбытия товаров, состояния товарных запасов. Эта зависимость может быть выражена формулой:

*Т = Зн + П – В – 3к (1)*

где Т – объем розничного товарооборота;

3н – запасы товаров на начало периода;

П – поступление товаров;

В – выбытие товаров;

3к – запасы товаров на конец периода.

Используя способ разниц, или способ цепной подстановки, можно определить влияние каждого и отмеченных показателей на объем розничного товарооборота торгового предприятия. Значительное влияние на объем розничного товарооборота оказывает обеспеченность торгового предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования. Эта зависимость выражается формулой:

Т = П · Ч, (2)

где Т – объем розничного товарооборота, руб.;

Ч – среднесписочная численность работников, чел.;

П – производительность труда одного работника, руб.

Используя интегральный способ анализа, можно определить влияние данных показателей на изменение объема товарооборота:

Δ Тч = Пп · Δ Ч + (Δ Ч · Δ П) : 2, (3)

где ΔТч – изменение объема товарооборота за счет изменения среднесписочной численности работников, руб.;

ΔЧ – изменение среднесписочной численности работников в отчетном году по сравнению с предыдущим годом, чел.;

Пп – производительность труда одного работника с предшествующим годом, руб.;

Δ П – изменение производительности труда одного работника в отчетном году по сравнению с предшествующим годом, руб.

Изменение объема товарооборота за счет изменения производительности труда одного работника:

Δ Тп = Чп · Δ П + (Δ Ч · Δ П) : 2, (4)

Ч – среднесписочная численность работников в предшествующем году, чел.

Большое влияние на динамику розничного товарооборота оказывают состояние, развитие и эффективность использования основных фондов торгового предприятия, а также режим его работы. Объем розничного товарооборота торгового предприятия может быть определен по следующей формуле:

Т = S · Ксм · Д · Bs (5)

где Т – объем розничного товарооборота, руб.;

S – площадь торгового зала предприятия, м2;

Кcм – коэффициент сменности работы предприятия;

Д – количество дней работы предприятия;

Вs – товарооборот на 1 м2 площади торгового зала в смену, руб.

Последовательно заменяя в приведенной формуле показатели предшествующего года на данные отчетного года и вычитая из полученного результата предыдущий, можно определить влияние на объем товарооборота изменения факторов, связанных с эффективностью использования материально-технической базы торгового предприятия и режимом его работы. Этот способ расчета называется методом цепной подстановки.

Аналитическая работа завершается составлением плана мероприятий по использованию выявленных резервов увеличения объема розничного товарооборота торгового предприятия. Анализ розничного товарооборота помогает руководителям предприятия вовремя выявить недостатки в структуре товарооборота по группам, зависимость товарооборота от движения и наличия запасов, численности работников и их производительности, изменения цен, учесть все это в своей работе и прогнозировать деятельность предприятия в ближайшем будущем.

При разработке методики анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО "Сигма" в качестве базовой использовалась методика, предложенная профессором Гомельского кооперативного института Л.И. Кравченко [18, c.99].

Данная методика является комплексной, и поэтому в настоящей работе она конкретизирована с учетом специфики объекта исследования и имеющейся информационной базы. Данная методика позволит установить причинно-следственные связи, выявить и оценить факторы, которые влияют на деятельность торгового предприятия, а также разработать мероприятия по устранению влияния отрицательных факторов и стимулирования положительных.

**2. АНАЛИЗ розничного товарооборота предприятия ООО "Сигма"**

**2.1 Характеристика основных технико-экономических показателей предприятия ООО "Сигма"**

Предприятие ООО "Сигма" было создано в июне 1995 года. Направление его деятельности – розничная и мелкооптовая торговля продукции для обслуживания гидросистем (водонагреватели, насосы, котлы и др.) и сопутствующих товаров. Организационная форма – Общество с ограниченной ответственностью, имеющее устав, в котором закреплены основные положения. Организационная структура предприятия представлена на схеме (рис. 3).

директор

Главный бухгалтер

Администратор

Юрист

Экономист

Сервисный инженер

Бухгалтерия

Охрана

Завхоз

Заведующий складом

Менеджеры по продажам

Водители

Рис. 3. Схема организационной структуры ООО "Сигма"

В уставе организации определяются цель деятельности – пропаганда и распространение гидро-продукции нацеленной на разные группы населения.

Руководит всем предприятием директор, у которого имеются заместители: менеджер, главный бухгалтер, администратор.

Администратор занимается подбором поставщиков и заказчиков, организацией торговой деятельности, оформлением договоров с поставщиками товаров, согласуя их с директором и приглашенным юристом, следит соблюдением условий договора, качества принимаемых товаров и сроками поставок товаров.

Экономист определяет финансовые приоритеты, ищет инвесторов, определяет финансовые возможности предприятия.

Главный бухгалтер, находящийся в подчинении директора, ведет весь учет на предприятии и согласует свою деятельность с другими заместителями директора.

Сервисный инженер руководит работой компьютерной сети, в которую включены все магазины

В штате предприятия наибольшее количество работников – менеджеры по продажам (11 человек) и обслуживающие торговый процесс работники: грузчики, водители, уборщицы.

В состав ООО "Сигма" входит 4 магазина, которые расположены в разных районах города. Учет и анализ основных экономических показателей будет проведен в целом по торговой организации, анализ товарооборота по одному из магазинов, осуществляющему торговую деятельность с декабря 2006 года. Данный магазин, расположен в Советском районе города Омска по адресу ул. Нефтезаводская, 8.

Рассмотрим общие показатели деятельности торгового предприятия за 2007-2008 годы.

Рассмотрим динамику основных технико-экономических показателей, характеризующих деятельность магазина по данным таблицы 1.

Таблица 1

Динамика основных технико-экономических показателей деятельности магазина ООО "Сигма за 2007-2008 годы

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Факт за 2007г. | 2008г. | | | Отклонения | | В % к 2007г. |
| план | факт | % выпол-нения | от плана | от 2007 г. |
| 1.Товарооборот, тыс. руб. |  | | | | | | |
| - в действующих ценах | 415,9 | 600,0 | 572,4 | 95,4 | 27,6 | 156,5 | 137,6 |
| - в сопоставимых ценах | 457,4 | 545,5 | 520,4 | 86,7 | 25,1 | 142,3 | 125,1 |
| 2. Численность, чел | 3 | 3 | 3 | 100,0 | 0 | 0 | 100,0 |
| 3. Производительность труда, тыс. руб. | 138,6 | 200,0 | 190,8 | 95,4 | 9,2 | 52,2 | 137,6 |
| 4. Фонд оплаты труда, тыс. руб. (оклад) | 50,4 | - | 72,0 | - | - | 21,6 | 142,9 |
| 5.Валовой доход, тыс. руб. | 511,5 | - | 744,1 | - | - | 232,6 | 145,5 |
| 6. Торговые расходы, тыс. руб. | 112,6 | - | 193,5 | - | - | 80,9 | 171,9 |
| 7. Прибыль от продаж, тыс. руб. | 399,0 | - | 550,6 | - | - | 151,7 | 138,0 |

За два года розничный товарооборот магазина возрос, прирост произошел за счет увеличения количества реализованных товаров (физического объема розничного товарооборота) на 28,8% и за счет изменений розничных цен на товары, что составило 156,5 тыс. рублей.

Анализ основных показателей направлен на всестороннее ознакомление с экономической информацией о функционировании магазина с целью принятия оптимальных управленческих решений по обеспечению товарооборота и оценки уровня его выполнения, выявления слабых сторон и внутрихозяйственных резервов.

Из приведенных данных видно, что план товарооборота магазин выполнил в действующих ценах на 95,4%,. В сравнении 2007 годом объем товарооборота увеличился на 156,5 тыс. руб., или 37,6%, что в сопоставимых ценах составило 25,1 %.

Коммерческие расходы по магазину в 2007 году составили 112,6 тыс. руб. и в 2008 году они увеличились на 71,9 % и составили 80,9 тыс. руб. Увеличение коммерческих расходов связано с повышением оплаты аренды, заработной платы персонала, увеличением расходов на рекламу и др.

Как в 2007 году, так и в 2008 году торговая деятельность магазина прибыльна: величина прибыли от продаж составила соответственно 399,0 тыс.руб. и 550,6 тыс.руб.

Данные (прил. 1) показывают, что за два года темпы роста розничного товарооборота увеличиваются: в 2007 году товарооборот составил 415,8 тыс. руб., а в 2008 году – 572,4 тыс. руб. Выросла также полученная наценка (прил. 2): в 2007 году она составляла в среднем по группам товаров 18,6%., а в 2008 году 27,2%. Количество реализованных товаров увеличилось в 2008 году до 1 846 шт. с 1 433 шт. в 2007 году, т.е. на 413 шт. или 28,8%.

Анализ товарооборота в разрезе товарных групп и отдельных видов товаров, показал, что наибольший удельный вес в количественном отношении в 2007 и 2008 гг. занимают следующие группы товаров: водонагреватели, кондиционеры и котлы соответственно 29 %, 25% и 21 %, меньший удельный вес у следующих групп товаров насосы – 14%, запасные детали – 11%.

**2.2 Анализ розничного товарооборота магазина ООО "Сигма"**

Розничный товарооборот является одним из основных показателей, по которому оценивается хозяйственная деятельность торговой фирмы.

Для анализа товарооборота магазина ООО "Сигма" изучим его динамику, которая позволит выявить тенденцию и закономерности его развития, выявление возможностей улучшения динамики продаж.

Прежде всего, определим средний темп роста товарооборота. Исходные данные, для определения темпа прироста возьмем из таблицы 2. По данным видно, что выполнение плана составило – 95,39%, а в сопоставимых ценах 86,72% (572,4 : 1,1 : 600,0).

Таким образом, этот показатель характеризует весьма низкое развитие товарооборота по сравнению с запланированными показателями.

Для углубленного анализа выполнения плана товарооборота рассмотрим его в поквартальном разрезе, используя информацию таблицы 2.

Таблица 2

Информация о доле квартала в годовом товарообороте магазина ООО "Сигма" за 2008 год

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Квартал | Факт за прошлый год, тыс. руб. | Отчетный год | | Отклонение | | | |
| план, тыс. руб. | факт, тыс. руб. | абсолютное, тыс. руб. | | относительное, % | |
| от плана | от 2007г. | от плана | от 2007г. |
| 1 квартал | 102,3 | 150,0 | 150,5 | 0,5 | 48,2 | 100,36 | 147,15 |
| 2 квартал | 74,4 | 120,0 | 89,3 | -30,7 | 14,9 | 74,41 | 119,95 |
| 3 квартал | 89,0 | 138,0 | 117,3 | -20,7 | 28,4 | 85,03 | 131,85 |
| 4 квартал | 150,1 | 192,0 | 215,2 | 23,2 | 65,1 | 112,09 | 143,36 |
| Всего за год | 415,9 | 600,0 | 572,4 | -27,6 | 156,5 | 95,40 | 137,64 |

Магазин не выполнил план товарооборота за 2-й и 3-й кварталы. В связи с чем, потери товарооборота составили 27,6 тыс. руб., или 4,6% планового годового оборота. Наибольшее отставание от плана наблюдается во втором квартале на 25,6%, а если рассмотреть по месяцам этого квартала, то это январь (30%) и февраль (20%). В марте происходит превышение плана на 46%, что реально в 2008 году по сравнению с 2007 годом равно 71%. Наибольшее отклонение от плана в сторону невыполнения наблюдается в июне (41%) и в апреле (33%), а в сторону перевыполнения март (46%) и сентябрь (28%).

Основными причинами недовыполнения плана являются недостатки в изучении покупательского спроса на рынке товара. На второй квартал запланировано снижение товарооборота от первого на 30 тыс. руб., так как во втором квартале наблюдается наибольшее снижение покупательской активности в течение года. В третьем задано повышение товарооборота по плану на 18 тыс. руб. Наибольший всплеск покупательской активности приходится на четвертый квартал, в связи с этим на него приходится 192 тыс. руб. или 32,0 % от годового плана.

Для оценки ритмичности развития товарооборота, составим график выполнения плана по месяцам (рис. 4).

Как наглядно видно из графиков товарооборот в 2008 году наиболее не ритмичен, в течение года наблюдаются два всплеска, один приходится на март, другой на декабрь. Подобная тенденция наблюдается, но в менее выраженном для марта виде в 2007 году. Плановые показатели незначительно учитывают эту тенденцию, а значит, руководство предприятием не подготавливает для этого периода значительных торговых запасов.

Наибольший разрыв между показателями товарооборота за 2007 и 2008 годы наглядно виден на графике и происходит в марте 71%, сентябре – 106%, в декабре – 55%.

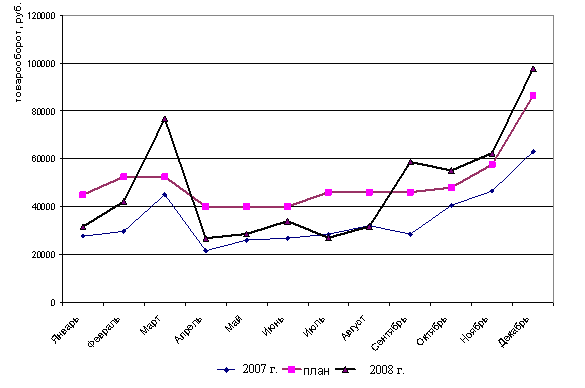


Рис. 4. Графики товарооборота по месяцам

Исчислим и проанализируем коэффициенты ритмичности и равномерности продаж. Используя информацию представленную в приложении 1 видно, что план был выполнен в марте, сентябре, октябре, ноябре и декабре отчетного года. Отсюда коэффициент ритмичности (соотношение числа месяцев, в которых выполнен план к общему числу месяцев) равен 0,4167 (5/12) или 41,66%. Данный показатель характеризует низкую ритмичность, менее 50%.

Для определения равномерности и ритмичности производства воспользуемся следующими формулами.

Среднего квадратического отклонения (σ)



Коэффициента вариации (v):



Коэффициент равномерности (Кравн)

Кравн = 100 – v

где Т – процент выполнения плана розничного товарооборота по месяцам исследуемого периода,

Тs – процент выполнения плана розничного товарооборота за исследуемый период,

n – число месяцев в периоде,

σ – среднеквадратичное отклонение.

Кравн - коэффициент равномерности.

Найдем процент выполнения плана розничного товарооборота за исследуемый 2008 год: Тs = 572,4 : 600,0 = 0,957 или 95,7%.

Произведенные расчеты показатели, что среднеквадратичное отклонение составило 0,6 %:

σ = √[(0,7–0,95)2 + (0,8–0,95)2 +(1,46–0,95)2 +(,67–0,95)2 +(0,71–0,95)2 +

(0,85–0,95)2 + (0,59–0,95)2 +(0,69–0,95)2 +(1,28–0,95)2 +(1,15–0,95)2 +

(1,08–0,95)2 +(1,13–0,95)2 =√ 0,89 : 12 = 0,272% ≈ 0,27%

Коэффициент вариации равен:

= 0,27 : 0,95 · 100% = 28,5%



Такой коэффициент вариации, равный 29% показывает, что исследуемая совокупность данных однородна (меньше 30%)

Коэффициент равномерности:

Кравн = 100 – v = 100 – 29 = 71%

Таким образом, выполнение плана товарооборота за отчетный год было достаточно равномерным. Результаты проведенного анализа ритмичности и равномерности плана товарооборота показали что, за анализируемый период работа в целом оценивается положительно, хотя неритмичность в розничном товарообороте отрицательно сказывается, как на работе с поставщиками, так и с определением оптимальных запасов, необходимых на каждый месяц года. Неудовлетворительная работа менеджеров, различных категорий, привела к невыполнению плана в 7 из 12 месяцев года, в целом план также не выполнен на 27,6 тыс. руб. или на 4,6% (100 – 95,4%). По месяцам товарооборот магазина распределялся равномерно с небольшим отклонением от среднегодового процента выполнения плана товарооборота меньшего 1% (0,27%).

Представим на (рис. 5 и 6) структуру розничного товарооборота по месяцам исследуемых периодов



Рис. 5. Структура розничного товарооборота магазина ООО "Сигма" по месяцам 2007 года, (%)

Наибольший удельный вес в годовом товарообороте занимает оборот декабря, 15,2% в 2007 году, 17,1 % в 2008 году, а наименьший удельный вес в годовом обороте приходится на апрель, в апреле 2007 года – 5,2%, а в 2008 года 4,7%.



Рис. 6. Структура розничного товарооборота магазина ООО "Сигма" по месяцам 2008 года, (%)

Ритмичность развития розничного товарооборота магазина по месяцам рассмотрим на основе данных. Данные свидетельствуют о резкой смене ритмов развития товарооборота магазина по месяцам: наиболее напряженным является первое полугодие (с января по апрель включительно), кроме марта, где происходит резкий скачок, особенно в 2008 году, затем товарооборот постепенно нарастает с небольшими волнообразными спадами (без резких колебаний) вплоть до декабря.

Лучшими являются последние 3-4 месяца года с сентября по декабрь. Такое развитие розничного товарооборота по месяцам, влечет за собой сложности в долгосрочном планировании, и как следствие затрудняет процесс планирования закупок таким образом, чтобы они обеспечивали оптимальные остатки каждого вида товаров на складах, для удовлетворения покупательского спроса. Эта напряженность в работе ведет к неравномерному удовлетворению спроса покупателей на товары. Причинами этого могут являться недостатки в снабжении товарами, в организации торговли, в рекламе и др.

**2.3 Анализ влияния факторов на розничный товарооборот ООО "Сигма"**

Для анализа влияния товарных запасов на товарооборот используем данные статистической отчетности формы № 12-торг "Отчет о продаже и запасах товаров". Исходя из которой, среднегодовые товарные запасы в 2007 году по сравнению с 2008 годом увеличились на 10,0 тыс. руб., что составляет 17,96%. Чтобы оценить данное изменение на состояние товарооборота проанализируем данные товарного баланса, представленного в таблице 3.

Таблица 3

Данные товарного баланса отчетного и прошлого года по магазину ООО "Сигма", тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2007 г факт | 2008 год | | Отклонение от | | Темп роста,% | |
| план | факт | плана | 2007г. | план | 2007г. |
| 1. Остаток товаров на начало года | 37,4 | 60,0 | 74,4 | 14,4 | 37,0 | 124,06 | 198,89 |
| 2. Поступило товаров, | 452,9 | 570,0 | 555,5 | -14,6 | 102,6 | 97,45 | 122,65 |
| 4. Остаток товаров на конец года | 74,4 | 30,0 | 57,6 | 27,5 | -16,9 | 191,72 | 77,27 |
| 5. Реализовано товаров | 415,9 | 600,0 | 572,4 | -27,6 | 156,5 | 95,40 | 137,64 |
| 6. Среднегодовые остатки товарных запасов | 55,9 | 45,0 | 66,0 | 21,0 | 10,0 | 146,61 | 117,96 |

В динамике прослеживается следующая картина. Фактический объем товарооборота вырос на 37,64% или на 156,5 тыс. руб. и факторами, побудившими рост товарооборота, является увеличение объема поступления товаров в текущем году (+102,6 тыс. руб.), а также увеличения товарных запасов на начало года (+37,0 тыс. руб.). Также, возможности увеличения товарооборота были немного повышены за счет снижения остатков товаров на конец года (-16,9 тыс. руб.).

Таким образом, показатели товарного баланса оказали влияние на реализацию товара в различных направлениях: одни – в сторону увеличения объема продажи (товарные запасы на начало года и поступление товаров); другие – в сторону уменьшения розничной реализации (товарные запасы на конец года).

В связи с тем, что поступление товаров оказывает самое большое влияние на развитие товарооборота, произведем его анализ. Для обеспечения ритмичной работы, широкого выбора товаров и наиболее полного удовлетворения спроса покупателей торговая фирма должна обладать определенными товарными запасами. Поэтому дальнейший анализ проведем с оценкой, как товарные запасы обеспечивают развитие товарооборота и бесперебойное обеспечение населения необходимыми товарами. Для чего анализ товарных запасов проведем в разрезе товарных групп и товаров по данным таблицы 4.

Таблица 4

Информация о товарных запасах ассортимента в действующих ценах

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа | На начало года | | На конец года | | Изменение за год | |
| сумма, тыс. руб. | в днях | сумма, тыс. руб. | в днях | сумма, тыс. руб. | в днях |
| Водонагреватели | 21,2 | 30,2 | 23,7 | 32,1 | 2,4 | 1,9 |
| Насосы | 10,3 | 25,1 | 9,9 | 24,5 | -0,4 | -0,6 |
| Котлы | 15,7 | 26,4 | 4,7 | 25,8 | -11,0 | -0,6 |
| Кондиционеры | 18,8 | 43 | 19,8 | 45,2 | 1,0 | 2,2 |
| Детали | 8,5 | 45 | 8,0 | 50,5 | -0,5 | 5,5 |
| ИТОГО | 74,4 | 33,2 | 66,0 | 31,8 | -8,5 | -1,4 |

Изменение фактических товарных запасов в денежном выражении по товарным группам за отчетный год, неравномерно, снижение произошло по насосам, котлам и деталям, значительный рост по группе водонагревателей и кондиционеров. Также уменьшились товарные запасы в днях на конец периода на 1,4 дня, что может сказаться негативно в следующем периоде, при условии спроса. В связи с тем, что темп роста товарных запасов на конец года сократился на 1,4 дня, а также среднегодовые темпы не успевают за ростом товарооборота, произведем расчеты влияния факторов на изменение товарных запасов. На их размер оказывают влияние два фактора:

1) изменение объема товарооборота;

2) ускорение или замедление товарооборачиваемости.

Средние товарные запасы базисного года по отношению к отчетному изменились не значительно (10,0 тыс. руб.). Влияние товарооборачиваемости на изменение товарных запасов проанализируем, используя базовые формулы (2.5) и (2.6) указанные в разделе методика проведения анализа и результаты расчетов оформим в табл. 5.

Таблица 5

Информация о средних товарных запасах и товарооборачиваемости по магазину ООО "Сигма"

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Факт 2007г. | Отчетный 2008 г | | | Отклонение | | в % к 2007г. |
| план | факт | % выпол-нения плана | от плана | от 2007г. |
| 1. Товарооборот в действующих ценах, тыс. руб. | 415,9 | 600,0 | 572,4 | 95,40 | -27,6 | 156,5 | 137,64 |
| 2. Среднегодовые запасы в действующих ценах, тыс. руб. | 55,9 | 45,0 | 66,0 | 146,61 | 21,0 | 10,0 | 117,96 |
| 4. Время обращения товаров в днях (стр2:стр1\*360) | 48,42 | 27,00 | 41,50 | 153,69 | 14,50 | -6,92 | 85,70 |
| 5. Скорость обращения товаров, в оборотах (стр1:стр2) | 7,43 | 13,33 | 8,68 | 65,07 | -4,66 | 1,24 | 116,69 |

Исходя из информации содержащейся в таблице 5, видим, что в 2007 г. в среднем товарные запасы оборачивались 7,43 раз в год. Однако в 2008 году оборачиваемость их повысилась и составила 8,68 раз. В результате увеличения товарооборачиваемости повлекло за собой уменьшение среднего периода оборота товаров, т.е. среднюю продолжительность пребывания их в виде товарных запасов, с 48,4 дней в 2007 году до 41,5 дней в 2008 году.

Отсюда, увеличение скорости оборота товарных запасов в динамике в 1,2 раза, уменьшило нахождение товаров в запасе на 6,9 дня, что привело к излишку оборотных средств в сумме 11,0 тыс. руб. (572,4 : 7,43 – 66,0). По плану произошло замедление оборачиваемости товарных запасов (14,5 дней), и как следствие увеличение потребности в оборотных средствах на 23,1 тыс. руб. (572,4 : 13,33– 66,0).

Для более полной оценки использования товарных ресурсов проведем анализ средних товарных запасов и товарооборачиваемости в разрезе товарных групп и товаров. По сравнению с прошлым годом товарные запасы возросли по группам: водонагреватели, кондиционеры, детали и соответственно уменьшились по группам: насосы и котлы. Поэтому скорость оборота товарных запасов имеет существенные различия. Так, ускорение времени обращения товаров по ряду товарных групп (водонагреватели на 1,9 дня кондиционеры на 2,2 дня, детали на 5,5 дня) обеспечило высвобождение средств, вложенных в товарные запасы, в размере 391,2тыс. руб. Изменение товарооборачиваемости в днях происходит под воздействием двух факторов:

1) изменение структуры розничного товарооборота,

2) изменения времени обращения отдельных групп товарных групп и товаров.

Для изучения влияния этих факторов на динамику времени обращения товаров составим таблицу 6.

Таблица 6

Расчет влияния факторов на динамику оборачиваемости товаров по магазину ООО "Сигма"

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа | Время обращения товаров, дни | | | | | | |
| факт за 2007 | при запасах 2008 г. и товарооборачиваемости 2007г | факт за 2008 | изменение в динамике | | | |
| всего | | за счет изменения | |
| ускорение (-) | замедление (+) | средних товарных запасов (стр2-стр1) | объема продаж товара (стр3-стр2) |
| Водонагреватели | 30,2 | 35,4 | 26,1 | -4,1 | 0 | 5,2 | -9,3 |
| Насосы | 25,1 | 25,1 | 30,1 | 0 | 5 | 0 | 5 |
| Котлы | 26,4 | 28,1 | 25,8 | -0,6 | 0 | 1,7 | -2,3 |
| Кондиционеры | 43 | 42,2 | 37,7 | -5,3 | 0 | -0,8 | -4,5 |
| Детали | 45 | 46,5 | 50,5 | 0 | 5,5 | 1,5 | 4 |
| ИТОГО | 33,2 | 33,4 | 31,8 | -1,4 | 0 | 0,2 | -1,6 |

Изменение оборачиваемости товаров связано с изменением объема их продаж и размера средних товарных запасов. Полученные данные показывают, что структурные изменения в товарообороте магазина ООО "Сигма" привели к ускорению времени обращения товаров в целом почти на 7 дней (41,5 – 48,42 = 6,9).

Рост розничного товарооборота обеспечил ускорение оборачиваемости по товарным группам: водонагреватели, котлы и кондиционеры. При этом замедлился товарооборот: насосов и запасных деталей к различным аппаратам.

Ускорение времени обращения водонагревателей в большей степени (в 1,8 раза) связано с уменьшением объемов продаж (–9,3), чем с увеличением средних товарных запасов (+5,2). А вот ускорение времени продажи котлов зависит в меньшей мере в 1,35 раза от уменьшения объема продаж в сравнении со средними товарными запасами.

Для увеличения товарооборачиваемости необходимо довести имеющиеся в настоящий момент товарные запасы до оптимального уровня за счет равномерного и частого завоза товаров. Оптимальной в данном случае является величина запасов, которые действительно пользуются спросом, и в ближайшее время будут реализованы. Кроме того, возможно увеличение товарооборота, за счет оптовой реализации излишне завезенных товаров другим торговым предприятиям, распродажи товаров, не пользующихся спросом, залежалых и неходовых, совершенствования организации торговли и обслуживания покупателей, проведения тренингов с продавцами, выставок-продаж товаров, а так же организации рекламы товаров, вновь поступивших и демонстрации показа новых товаров и введения новых перспективных групп товаров.

Анализ использования трудовых ресурсов. Одним из основных факторов успешного развития розничного товарооборота являются обеспеченность трудовыми ресурсами, правильность установления режима труда, эффективность использования рабочего времени и рост производительности труда. Согласно штатному расписанию численность торговых работников должна быть 3 человека. В исследуемый период штат торговых работников был укомплектован на 100%. Для оценки трудовых ресурсов и эффективности их использования в магазине ООО "Сигма" воспользуемся данными табл. 7.

Таблица 7

Оценка использования трудовых ресурсов по магазину ООО "Сигма"

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 г. | 2008 год | | | Отклонение | | Темп роста к 2007 г. % |
| план | факт | % выпол-нения | от плана | от 2007г. |
| 1. Товарооборот, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| в действующих ценах | 415,9 | 600,0 | 572,4 | 95,4 | -27,6 | 156,5 | 137,6 |
| в сопоставимых ценах | 457,4 |  | 520,3 |  |  | 62,9 | 113,8 |
| 2. Среднесписочная числ. торговых работников, чел | 3 | 3 | 3 | 100 | 0 | 0 | 100 |
| 3. Среднегодовая выработка 1-го торг. раб., тыс.руб. |  |  |  |  |  |  |  |
| в действующих ценах | 138,6 | 200,0 | 190,8 | 95,4 | -9,2 | 52,2 | 137,6 |
| в сопоставимых ценах | 152,5 |  | 173,5 |  |  | 21,0 | 113,8 |

Исходя из приведенных данных в таблице 7, магазин успешно выполнил план по комплектованию численности торговых работников, но недовыполнил по производительности труда, что отрицательно сказалось на развитии товарооборота.

План товарооборота недовыполнен на 4,6 %, или на 27,6 тыс. руб. Из них 12,22% (– 4,6 : 37,64 · 100) из-за снижения производительности труда. В динамике также отмечается качественное снижение товарооборота, 100 % (37,6 : 37,6 · 100) из-за снижения производительности труда торгово-оперативных работников. Это показывает недостаточность торговых работников. Так численность оставалась неизменной, снижение произошло из-за снижения производительности труда. На выработку работников торговли в стоимостном выражении повлияло изменение розничных цен. Не смотря на это, произошло снижение выработки на одного работника на 17,3 тыс. руб. (190,8 – 173,54) или 12,5 %. к фактической производительности труда торгово-оперативного работника за прошлый год (17,3 : 138,6 · 100).

За счет этого фактора прирост розничного товарооборота торгового предприятия в динамике составил 52,0 тыс. руб. (17,3 · 3).

Далее рассмотрим оценку влияния указанных факторов на изменение абсолютного значения выработки торговых работников. Так план по выработке торговых работников, рассчитанной исходя из товарооборота в действующих ценах, недовыполнен на 9,2 тыс. руб., в том числе за счет снижения уровня производительности труда торгово-оперативных работников – на 27,6 тыс. руб. (600,0 · (– 4,6) : 100). Тем не менее, рассматривая такой важный показатель продаж как количество, можно отметить, что он увеличился на 413 шт. (1846 – 1433), т.е. на 137,7 (413 : 3 ) единиц на каждого работника. Таким образом, можно отметить, что для увеличения товарооборота необходимо увеличить численность торговых работников. Анализ использования торговых площадей магазина ООО "Сигма". На выполнение плана и динамику товарооборота большое влияние оказывают состояние, развитие и эффективность использования материально-технической базы. Одним из критериев оценки эффективности использования торгового потенциала магазина ООО "Сигма" является режим работы и его торговая площадь. Так, полезная торговая площадь магазина в 2007 – 2008 годах, составляла 40,9 м2. Режим работы установлен как в прошедшем, так в отчетном году с 10 до 18 часов, без обеда, без выходных, в воскресенье с 10 до 16 часов, то есть продолжительность рабочего дня в среднем 8 часов. Анализ уровня технического состояния торгового процесса проведем по данным табл. 8.

Таблица 8

Информация о режиме работы магазина ООО "Сигма" за 2007-2008 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007 год | 2008 год | Темп роста в % | Отклонение в сумме, руб. |
| 1. Торговая площадь, м2 | 40,9 | 40,9 | 100,00 | 0,0 |
| 2. Количество рабочих дней за год | 363 | 364 | 100,28 | 1 |
| 3. Средняя продолжительность рабочего дня, час | 8 | 8 | 100,00 | 0 |
| 4. Выработка на 1 м2 торговой площади за час работы, руб. | 3,5 | 4,8 | 137,26 | 1,3 |
| 5. Товарооборот в действующих ценах, тыс. руб. | 415,8 | 572,4 | 137,6 | 156,5 |
| 6. Выработка на 1 м2 торговой площади за год. | 118,8 | 119,1 | 100,28 | 0,3 |

Увеличение товарооборота на 156,5 тыс. руб. достигнуто за счет увеличения количества рабочих дней в году (1 день), выработки с одного кв. м торговой площади (1,3 руб.). Степень влияния каждого из этих факторов на изменение товарооборота определим с помощью приема цепных подстановок. Для этого произведем расчеты и оформим результаты в таблицу 9.

Таблица 9

Разработочная таблица для изучения влияния режима работы магазина ООО "Сигма" в динамике на розничный товарооборот

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Расчет | | | | |
| 1-й | 2-й | 3-й | 4-й | 5-й |
| 1. Торговая площадь, м2 | 2007г | 2008г | 2007г | 2008г | 2008г |
| 40,9 | 40,9 | 40,9 | 40,9 | 40,9 |
| 2. Количество рабочих дней за год | 2007г | 2007г | 2008г | 2008г | 2008г |
| 363 | 363 | 364 | 364 | 364 |
| 3. Средняя продолжительность рабочего дня, час | 2007г | 2007г | 2007г | 2008г | 2008г |
| 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 4. Выработка на 1 м2 торговой площади за час работы, руб. | 2007г | 2007г | 2007г | 2007г | 2008г |
| 3,50 | 3,50 | 3,50 | 3,50 | 4,81 |
| 5. Товарооборот в действующих ценах  (стр4 · стр3 · стр2 · стр1), тыс. руб. | 2007г | пересчита-нный 2008г. | пересчита-нный 2008г. | пересчита-нный 2008г. | 2008г |
| 415,8 | 415,8 | 417,0 | 417,0 | 572,4 |

На увеличение товарооборота в 2008 году на 156,5 тыс. руб. в сравнении с прошлым 2007 годом оказали влияние следующие факторы:

1) площадь торгового зала не изменилась, поэтому товарооборот не изменился: 415,8 – 415,8 = 0 тыс. руб.

2) увеличение количества рабочих дней в году на 1 день вызвало увеличение товарооборота: 417,0 – 415,8 = 1,2 тыс. руб.

3) продолжительность рабочего дня не изменилась, поэтому изменение товарооборота равно нулю: 417,0 – 417,0 = 0 тыс. руб.

4) увеличение выработки на 1 м 2 торговой площади за час работы дало следующий прирост товарооборота: 572,3 – 417,0 = 155,3 тыс. руб.

Общее влияние всех факторов: 0 + 1,2 + 0 +155,3 = 156,5 тыс. руб.,

что подтверждает правильность расчетов.

Проведенный анализ показал, что в будущем году можно продлить время работы торгового предприятия с 10 ч утра до 19 ч вечера, с понедельника по субботу (в воскресенье рабочий день увеличить не получится, из-за условий аренды), то есть на 6 часов в неделю, в среднем за год в день на 50 минут (50 : 60 = 0,83) или на 10,38 % [(8,83 – 8):8 · 100]. При этом, изменение режима времени работы торгового предприятия на 10% дает по оценкам специалистов прирост товарооборота примерно на 7% [14, с. 99]. Следовательно, удлинение времени работы магазина каждый день на 50 минут позволит увеличить товарооборот в следующем году на 41,6 тыс.руб. [(572,3 · 10,38 · 7) : (100 · 10)].

Подводя итоги анализа товарооборота и основных показателей, влияющих на товарооборот, проведенного во второй главе работы можно отметить, что наряду с положительными сторонами в деятельности предприятия наблюдаются и отрицательные, указывающие на необходимость поиска путей для их устранения. В заключительной главе исследования представим рекомендации по совершенствованию экономической работы и повышению эффективности коммерческой деятельности, развитию розничного товарооборота в магазине ООО "Сигма", который расположен в г. Нефтяников.

**3. Мероприятия, направленные на увеличение розничного товарооборота предприятия ООО «Сигма»**

**3.1 Мероприятия по совершенствованию оборота розничной торговли ООО "Сигма"**

В результате проведенного анализа определены основные экономические показатели, характеризующие деятельность предприятия ООО "Сигма". Предприятие ликвидное, работает с прибылью, развивается, расширяет свою деятельность, открывая новые магазины в г. Омске.

Ликвидность предприятия позволяет находить инвесторов для выхода на новые рынки. Наряду с положительными тенденциями в деятельности предприятия просматриваются и недоработки: плановые показатели товарооборота не выполняются, производительность труда за 2008 год снизилась, при том, что заработная плата в среднем возросла.

Все это показывает, что необходимо пересмотреть экономическую работу в ООО "Сигма" и, используя финансовые возможности, проведенный анализ, определить приоритеты в дальнейшей деятельности.

Итак, выделим недостатки в деятельности ООО "Сигма", устранение которых, будет способствовать более рациональному использованию ресурсов торгового предприятия, улучшению его финансового состояния и результатов деятельности.

Несмотря на рост товарооборота в 2008 году по сравнению с 2007 годом на 156,5 тыс. руб., план товарооборота был не выполнен, наблюдается неритмичность в продажах, что объясняется отсутствием изучения спроса покупателей на товары, приводя к несбалансированности товарооборота и в будущем может отрицательно сказаться на эффективности торговой деятельности. Кроме того, рентабельность предприятия практически остается неизменной (+0,3%), что в условиях монополистической конкуренции, а предприятие ООО "Сигма" работает именно в таких условиях, может в ближайшие 3-5 лет привести к снижению конкурентоспособности и снижению эффективности торговой деятельности.

В связи с этим предприятию необходимо:

проводить изучение спроса покупателей на конкретные виды товаров;

определять товары, пользующиеся наибольшим спросом по видам товаров и в ассортиментном разрезе в пределах одного вида и модели;

анализировать рынок поставщиков, оценивая их по категориям "цена-качество", торговая марка, "дополнительные услуги", способы оплаты и др. характеристики, влияющие на затраты и спрос продукции;

проводить оперативный анализ выполнения товарооборота и определять причины изменений, с целью их своевременного устранения.

Повышение товарооборачиваемости в 2008 году по сравнению с 2007 годом связано с тем, что товары стали меньше находиться в виде товарных запасов, в результате чего увеличилась скорость превращения их в денежную форму. Повышение товарооборачиваемости положительно сказалось на величине товарооборота магазина. Тем не менее, для его повышения в следующих периодах и выполнения плановых показателей следует:

планировать более рациональную структуру товарооборота;

исключить из ассортимента, неходовые товары, а так же товары, не пользующиеся спросом;

осуществлять организацию рекламных мероприятий – сообщения о новинках, информирование об изменении цены;

стимулировать покупательскую активность, используя для этого скидки, проведение лотерей.

Немаловажное значение в данной ситуации имеет организация торговли и культура обслуживания покупателей: обеспечение удобства пребывания в магазине, рекламно-художественное оформление интерьера, одежда работников торгового зала и их доброжелательное отношение.

Для оценки успеха или неудач многих форм стимулирования сбыта достаточно просты, поскольку они тесно связаны с показателями деятельности или сбыта.

Анализируя данные до и после, легко определить полезность стимулирования.

Например, эффективность торговой выставки можно измерить с помощью подсчета:

числа контактов, которые были осуществлены в ходе проведения выставки;

объема продаж, который был достигнут с помощью этих контактов;

издержек на один контакт; с помощью обратной связи с потребителями через торговый персонал или определения, количества рекламных проспектов розданных на выставке.

Изучая динамику товарооборота предприятия в 2008 году можно отметить большой скачок в марте по сравнению с предыдущими месяцами и в сравнении с мартом 2007 года. Это объясняется тем, что в конце февраля начале марта 2008 года предприятие участвовало в торговой выставке, на участие в которой было выделено, с учётом всех издержек 5 тыс.руб. Проанализировав данные за весь год, было установлено, что именно за этот месяц товарооборот увеличился, по сравнению со средним значением за год больше чем на 33%, следовательно, участие в выставке дало положительный результат, и необходимо чаще участвовать в таких мероприятиях. Поэтому еще одним фактором, влияющим на увеличение розничного и оптового товарооборота будет разработка и проведения рекламной компании, в процессе которой жители города и области, руководители предприятий, нуждающиеся в продукции ООО "Сигма" смогут узнать о предприятии и его продукции.

В результате сравнительного анализа, предложенных мероприятий для повышения розничного товарооборота предлагаем следующие мероприятия:

Разработка и проведение рекламной компании.

Повышение товарооборачиваемости.

**3.2 Расчет эффективности, предлагаемых мероприятий**

Для проведения рекламной компании следует разместить рекламу в таких газетах, как "Из рук в руки", "Проспект", "Может быть", "Все для Вас", так как эти издания являются более распространяемыми среди населения, как показал статистический опрос продавцов киосков "Роспечати" их тиражи составляют от 55000 до 68000 экземпляров, и они являются самыми распродаваемыми. Также организовать рекламу на телевидении и радио, выбрав для этих целей вечерние программы, которые просматривает большое число телезрителей. Для категории бизнесменов лучше выбрать распространение прямой почтовой рекламы или радио-рекламу, так как в пути на работу, на объекты директора предприятий часто прослушивают радио, где и могут узнать о предприятии и его продукции. Рост числа покупателей вызовет увеличение объема продаж и товарооборота, но также возрастут и издержки. Расходы на рекламу возрастут в три раза и составят 3% от общего объёма прибыли 2008 года, учитывая увеличение объема рекламных объявлений, на 11 тыс.руб. в год.

Для расчета экономического эффекта применения рекламной компании используется формула:



где Э – экономический эффект рекламирования, руб.

Тс – среднедневной товарооборот до рекламного периода, руб. (1 229,4 руб. )

П – прирост среднедневного товарооборота за рекламный и послерекламный периоды, % (108,2 %)

Д – количество дней учета товарооборота в рекламном и послерекламном периодах. (150 дней)

НТ – торговая надбавка на товар, % к цене реализации; (15%)

Ир – расходы на рекламу, руб. (5 тыс.руб.)

Подставив данные, которые получим следующий результат экономического эффекта от проведения выставки:

= руб.



Расчет экономической эффективности предложенного метода представлен в табл. 10.

Таблица 10

Эффективность увеличения объема рекламных объявлений

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя, тыс. руб. | Период | | Абсолютное изменение, тыс. руб. | Темп роста, % |
| базовый | предпола-гаемый |
| Валовой доход | 744,1 | 1116,1 | 372,0 | 150,0 |
| Затраты общие | 193,5 | 301,1 | 107,6 | 155,6 |
| в том числе затраты на рекламу | 5,5 | 16,5 | 11,0 | в 3 раза |
| Прибыль от реализации | 550,6 | 815,0 | 264,4 | 148,0 |

Предполагаемый объем продаж увеличился на 50% (аналогично запланированному увеличению на 2008 год по сравнению с 2007 годом), прибыль увеличится на 48 % , при этом основные затраты увеличились на 55,6%. В итоге прибыль от реализации повысится на 264,4 тыс.руб.

Следующим запланированным мероприятием по совершенствованию экономической деятельности является повышение товарооборачиваемости. Если магазин сумеет повысить товарооборачиваемость, то это положительно скажется на величине товарооборота (табл. 11).

Таблица 11

Расчет влияния повышения товарооборачиваемости на величину товарооборота, при прочих равных условиях

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2008 год | План | Отклонение |
| 1. Среднегодовые товарные запасы, тыс. руб. | 65,98 | 65,98 | – |
| 2. Оборачиваемость товаров, раз. | 8,68 | 13,34 | 4,66 |
| 3. Товарооборот, тыс. руб. | 572,37 | 879,82 | 307,45 |

За счет повышения товарооборачиваемости 4,66 раза (до планового показателя 2008 года) магазин сможет увеличить товарооборот на 307,45 тыс. руб. Реализация указанных мероприятий, по нашему мнению, позволит повысить эффективность торговой деятельности не только данного магазина, но и всей сети, что укрепит финансовое состояние предприятия.

**Заключение**

Изучив особенности деятельности ООО "Сигма", рассмотрев организацию работы на предприятии, оценив результаты его торговой деятельности, можно сделать следующие выводы.

Товарооборот магазина в действующих ценах в 2008 году по сравнению с 2007 годом увеличился на 156,5 тыс. руб., что составляет 37,64 % от уровня прошлого года. Однако по плановым показателям товарооборот не был выполнен на 4,6 %.

Следует отметить, что по месяцам и кварталам товарооборот развивается неравномерно и неритмично, что характеризуется коэффициентом равномерности (71%) и коэффициентом ритмичности (41,7%), за счет чего объем товарооборота недополучен на 27,6 тыс. руб. Неритмичное развитие товарооборота объясняется сезонными изменениями потребностей и спроса населения на определенные виды товаров, таких как водонагреватели, кондиционеры, котлы.

Анализ товарооборота в разрезе товарных групп и отдельных видов товаров, показал, что наибольший удельный вес в 2007 и 2008 гг. занимают следующие группы товаров: водонагреватели, кондиционеры и котлы соответственно 29 %, 25% и 21 %, меньший удельный вес у следующих групп товаров насосы – 14% и запасные детали – 11%.

Среднегодовые товарные запасы магазина в 2008 году по плану увеличились на 10044,2 руб. или на (18,0%), при этом оборачиваемость товарных запасов увеличилась в 1,2 раза. Повышение товарооборачиваемости повлекло за собой снижение среднего периода оборота товаров с 48 дней в 2007 году до 42 дней – в 2008 году, а скорость товарооборота не достигла плановой на 4,6 дней.

С целью повышения товарооборачиваемости, необходимо исключить из ассортимента товары, не пользующиеся спросом, осуществлять планирование нормативной величины товарных запасов по кварталам, не допускать образования больших остатков и залежалых товаров.

Для этого необходимо совершенствовать организацию торговли и обслуживания покупателей, регулярно проводить выставки-продажи новых товаров, использовать возможности рекламы, товаров как вновь поступивших, так и имеющихся в запасе. Существенное влияние на деятельность магазина в анализируемом периоде оказало использование трудовых ресурсов. Несмотря на неизменность общей численности торгово-оперативных работников, производительности труда снизилась. Не выполнение плана товарооборота на 4,6 %, или на 27,6 тыс.руб. произошло из-за снижения производительности труда на 12,22%.

Так среднегодовая выработка на одного торгового и торгово-оперативного работника уменьшилась в 2008 году по сравнению с 2007 годом на 17,3 тыс.руб. или на 12,5%. Снижение производительности труда торгово-оперативных работников отрицательно сказалось на величине товарооборота.

В результате сравнительного анализа, возможных мероприятий для реализации проекта совершенствования экономико-хозяйственной деятельности были выделены следующие мероприятия:

Разработка и проведение рекламной компании.

Повышение товарооборачиваемости.

Предполагаемый объем продаж в результате проведения рекламной компании увеличился на в 1,5 раза (аналогично запланированному увеличению), прибыль увеличится на 48 %, при этом основные затраты увеличились на 55,6%, а расходы на рекламу возрастут в 3 раза. Экономический эффект составит 264,4 тыс.руб.

За счет повышения товарооборачиваемости 4,66 раза (до планового показателя 2008 года) магазин сможет увеличить товарооборот на 307,4 тыс. руб.

**Список литературы**

1. Конституция РФ. – СПб.: Издательство "Литера", 2006. – 48 с.
2. Гражданский кодекс РФ. Части первая и вторая. Официальный текст по состоянию на 1 августа 2000 года. – М.: Издательство НОРМА, 2006. – 376 с.
3. Федеральный закон от 05.08.2000 № 118-ФЗ. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая).
4. Федеральный закон от 31.07.98 № 147-ФЗ. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая).
5. Абрютина М. С. Экономический анализ торговой деятельности. – М.: Издательство "Дело и Сервис", 2005. – 512 с.
6. Агафонова М. Н. Бухгалтерский учет в оптовой и розничной торговле. – М.: Бератор-Пресс, 2007. – 504 с.
7. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Под ред. П. П. Табурчака и др. – Ростов на Дону: Феникс, 2006. – 352 с.
8. Баканов И.И. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: "Финансы и статистика", 2007. – 340 с.
9. Баканов М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: – М: Экономика, 2007 – 352 с.
10. Баканов М. И., Капепюш С. М. Калькуляция издержек обращения в торговле: Учебное пособие для вузов. – М.: Экономика, 2008. – 232 с.
11. Бандурин А. В., Чиненов А. В. Проблемы управления финансами корпораций по материалам Волгоградской области. – М.: "ТДДС Столица-8", 2008. – 176 с.
12. Баскакова О.В. Экономика организаций (предприятий) - М., 2006.- 256с.
13. Бахтина В. Новые нормы в действии. Налог на прибыль на примерах. // Двойная запись. – 2008. № 1
14. Брен И. П., Митрофанов Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий торговли и общественного питания: - 2-е изд., перераб. и доп. – К. Высш. шк., 2005. – 231 с.
15. Джоунз Гари. Торговый бизнес: как организовать и управлять / Пер. с англ. – М.: Инфра-М, 2007. – 304 с.
16. Карпова Е.В. Ресурсы торгового предприятия. – М.: КНОРУС, 2007. – 256 с.
17. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: . – 6-е изд., перераб. – М.: Новое издание, 2007. – 526 с.
18. Лебедева С.Н. Экономика торгового предприятия: / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков; Под ред. С.Н. Лебедевой. Минск: Новое знание; 2005. – 239 с.
19. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Минск, 2007. – 228с.
20. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес / Под. ред. М.И. Баканова. – М.: ЮНИТИ, 2007. - 686 с.
21. Экономика предприятий торговли / Н.В. Максименко. – Мн.: Вышейшая школа, 2006. – 544 с.
22. Экономика предприятий торговли и общественного питания / Т.И. Николаевой и Н.Р. Егоровой, М.: КНОРУС, 2008. – 400 с.
23. Экономика торгового предприятия. / Под ред. Л.А. Брагиной. М: Инфра-М, 2008. – 314с.
24. Экономика торгового предприятия. / Под ред. С.Н. Лебедевой. Мн.: Новое знание, 2008. – 240 с.
25. Экономический анализ в торговле / М.И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 400 с.