Центросоюз России

Башкирский кооперативный техникум

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине «Экономика организации (предприятия)»

на тему: Оборот розничной торговли в предприятиях торговли потребительской кооперации

 Выполнила студентка 4 курса

 группы БУХ-Б заочного отделения

 специальности 080110 «Экономика

 и бухгалтерский учет (по отраслям)»

 Бакиева Эльвина Фаязовна

 Руководитель- преподаватель:

 Бычкова Наталья Григорьевна

 Дата сдачи:

 Оценка:

 г. Уфа, 2011

 Содержание.

Введение 4

1. Оборот розничной торговли в предприятиях торговли Потребительской Кооперации. 6
	1. Экономическая характеристика оборота розничной торговли. Понятие оборота, его роль, состав, отчетность. 7
	2. Основные тенденции развития оборота розничной торговли. 10
	3. Показатели оборота розничной торговли, их характеристика. 12

II. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ. 16

2.1. Краткая характеристика деятельности торгового предприятия Кармаскалинского РайПО. 16

2.2. Порядок планирования оборота розничной торговли на примере торгового предприятия. Материалы, используемые при планировании оборота. 19

Заключение: резервы увеличения оборота розничной торговли. 23

Литература. 27

Приложение. 28

 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. Оборот розничной торговли – сложный и многогранный показатель. Во-первых, он характеризует объем 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 внешне, 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. **Оборот розничной торговли в предприятиях торговли Потребительской Кооперации.**

В обороте розничной торговли Потребительской Кооперации основное место занимает продажа товаров в сельской местности. Кроме общего объема 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 отчетности выделяют оборот розничной торговли, отражающий продажу товаров за наличный и безналичный расчет. Предприятия, как правило, покупают по безналичному расчету. 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 объеме 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 объема 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.

**1.1.Экономическая характеристика оборота розничной торговли. Понятие оборота, его роль, состав, отчетность.**

Розничная торговля – это продажа товаров непосредственным потребителям, преимущественно за наличные деньги, а также в кредит. Статистическая отчетность по розничной торговли включает в нее не только продажу товаров по розничной торговой сети и предприятий общественного питания, но также продажу печатных изделий 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. 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. Экономическая характеристика оборота розничной торговли вытекает из его роли в обеспечении населения товарами, социальных форм российской торговли, организационного построения торговых систем. Оборот розничной торговли – экономический показатель, используемый для характеристики потребительского рынка страны, отдельных регионов, а также для оценки объемов деятельности торговых предприятий. Оборот розничной торговли характеризует значительную стадию движения товаров, когда они переходят из сферы обращения в сферу личного потребления на основе актов купли – продажи. Сущность оборота розничной торговли выражает экономические отношения, связанные с обменом наличных денежных средств населения на приобретаемые товары. Розничная продажа товаров ведется: - юридическими лицами, для которых торговая деятельность является основной (торговые организации разных организационно-правовых форм); - юридическими лицами, для которых торговая деятельность не является основной (промышленные, сельскохозяйственные и др. предприятия); - физическими лицами, осуществляющими продажу товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках. Объемы продажи товаров юридическими лицами отражаются ими в статистической отчетности. Чтобы составить отчет об обороте, надо знать, что в него включается, а что не включается. Существует специальная инструкция, она утверждена ГосКомСтатом РФ (см. постановление № 89 от 31.11.2001 г.). **В состав ОРТ включают:** 1. Продажа населению товаров за наличный расчет, по кредитным карточкам, по расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков. 2. Стоимость товаров проданных в комиссионной торговле. 3. Продажа в кредит по полной стоимости на момент продажи. 4. Продажа подписных изданий. 5. Продажа населению порожней тары. 6. Стоимость упаковочного материала, который не включался в стоимость товара. 7. Продажа отдельным категориям населения товаров по льготной цене (лекарство, топливо и др.). В ОРТ включается полная сумма товара. **В состав ОРТ не включают:**  1. Стоимость проданных товаров, не выдержавших гарантийных сроков службы. 2. Стоимость проездных билетов, талонов на все виды транспорта и лотерейных билетов. 3. Стоимость товаров отпущенных через розничную сеть с оплатой по безналичному расчету. 4. Услуги, оказанные населению. **Статистический отчет по ОРТ:** 1. По ОРТ действует ведомственная статистическая отчетность «Сведения о торговой деятельности», форма №1 – ТОРГ. Эта отчетность месячная, составляется нарастающим итогом. 2. Отчет состоит из двух разделов: I. Справки об оборотах и товарных запасах. Этот раздел составляется в тыс. руб. Сам ОРТ проставлен в первой и второй строке: - первая строка – оборот розничной торговли. - вторая строка – в том числе сельский оборот. Данные для заполнения отчета берут из первичных документов: отчет по кассе, товарно-денежный отчет продавцов. II. Продажа и запасы отдельных товаров. Он заполняется в натуральных единицах. Оборот предприятий питания представляет собой стоимости проданной населению собственной кулинарной продукции (блюд, кулинарных изделий, полуфабрикатов), изготовленных в предприятиях питания; мучных, кондитерских, хлебобулочных изделий и других покупных товаров без кулинарной обработки для потребления на месте. В составе оборота предприятий питания выделяют: оборот по продаже продукции собственного производства и оборот по продаже покупных товаров. Оборот предприятий розничной торговли и питания имеет большое значение для предприятий: - оборот характеризует мощность предприятия, объем деятельности; - объем оборота используется для определения доли предприятия на местном рынке потребительских товаров; - через реализацию товаров обеспечивается получение дохода и прибыли; - оборот используется как результативный показатель при характеристике эффективности использования ресурсов. Формирование оборота предприятий розничной торговли и питания осуществляется под влиянием множества факторов, которые можно объединить в следующие группы: - факторы, связанные со спросом населения; - факторы, связанные с товарным предложением; - факторы, связанные с ценами; - факторы, связанные с организацией торговли. Объемы оборота предприятий розничной торговли и питания формируются с учетом их доли на местном рынке и перспектив ее изменения.

**1.2. Основные тенденции развития оборота розничной торговли.**

Торговля – одно из самых основных и традиционных направлений деятельности Потребительской Кооперации. Причем Потребительская Кооперация обладает опытом не только торговли на территории России, но и внешней торговли. Цели развития торговой деятельности: - создание мощной единой торговой системы на базе торговых предприятий и инфраструктуры Потребительской Кооперации, способной конкурировать с существующими сетями и союзами сетей, в том числе в городских населениях, для максимального обеспечения населения продовольственными и непродовольственными товарами при высокой эффективной деятельности; - организация централизованного сбыта под едиными собственными брендами высококачественной продукции в сельской местности, в городах и за рубежом. Преимущества, отличающие торговые предприятия Потребительской Кооперации заключается в следующем: - в системе имеется более 47 тысяч действующих магазинов, совокупной площадью 3,2 млн. кв. метров; - торговля обслуживает до 60 % сельского населения; - магазины Потребительской Кооперации в сельской местности являются центрами общественной жизни для многих населенных пунктов. Вместе с тем имеются особенности, которые определяют специфику кооперативной торговли и должно учитываться в разработке планов развития торговой сети Потребительской Кооперации. В частности: - в большинстве регионов магазины либо не интегрированы вообще, либо объединены на уровне административных районов, практически отсутствуют торговые сети; - большинство магазинов имеют небольшие площади; - имеется значительное количество убыточных магазинов, расположенных в населенных пунктах с численностью населения менее 100 человек; - многие торговые точки находятся на значительном удалении от возможных логистических распределительных центров. В условиях бурного развития торговых сетей на территории РФ может произойти вытеснение кооперативной торговли с наиболее коммерчески эффективных площадок на уровень, где существующие экономически обоснованные торговли будут невозможным. Основной целью развития торговли в Потребительской Кооперации должно стать создание единых общероссийских кооперативных торговых сетей, отвечающих следующим основным требованиям: 1. Единство торговой системы, основанной на объединении информационных и логистических связей, стилистических и технических решений, закупочной и торговой политики. 2. Коммерческая эффективность для максимально широкого круга торговых предприятий. 3. Коммерчески обоснованная специализация. 4. Наличие широкого круга лояльных покупателей, в первую очередь работников и пайщиков Потребительской Кооперации. 5. Наличие ниши для сбыта продукции кооперативного производства при соответствии ее качества приемлемым стандартам. При этом в Потребительской Кооперации могут и должны сохраняться успешные торговые предприятия, не входящие в торговые сети, которые могут развиваться на региональном и местном уровнях при наличии экономической целесообразности. Оптимизация торговой деятельности за счет внедрения сетевой торговли при предоставлении особых условий для несетевых кооперативных магазинов будет способствовать расширению их безубыточности. Такой подход позволит обеспечивать поддержание и развитие менее эффективных торговых предприятий, имеющих большое социальное значение для небольших населенных пунктов, развивать развозную торговлю.

**1.3. Показатели оборота розничной торговли, их характеристика.**

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 счет ускорения оборачиваемости капитала, так и за счет 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. Статистическими органами разработаны краткие указания по заполнению с 2000 г. Формы №1 – торг, срочный месячный отчет «Отчет о торговой деятельности». Одновременно не включается в оборот розничной торговли: - стоимость спецодежды, выданной своим работникам; - продажа товаров по безналичному расчету организациям социальной сферы; - продажа товаров спецпотребителям. Оборот розничной торговли для целей статистического наблюдения устанавливается в розничных ценах – фактических проданных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость. Оборот розничной торговли представляет собой стоимость проданных товаров для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве. Стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой, включаются в оборот розничной торговли в полном объеме. При характеристике потребительского рынка учитывают и оборот общественного питания. Он включает стоимость проданной населению собственной кулинарной продукции, а также покупных товаров, проданных для потребления на месте без кулинарной обработки. Оборот розничной торговли включают данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других отраслей экономики, осуществляющем продажу населению потребительских товаров. Оборот розничной торговли включает продажу товаров физическими лицами на вещевых, смешанных и продовольственных рынках. В оборот розничной торговли продовольственными товарами включается стоимость проданных населению продуктов питания и алкогольных напитков. В статотчетах по стране, федеральных округов и регионов структуры оборот розничной торговли по формам продаж, например, за декабрь 2000 г. и декабрь 1999 г.составил в следующих соотношениях: - крупные и средние организации розничной торговли (18% и 19%); - крупные и средние не торговые организации (11% и 12%); - субъекты малого предпринимательства розничной торговли (27% и 24%); - субъекты малого предпринимательства других отраслей экономики (16% и 16%). Оборот розничной торговли как в организациях, для которых соответствующий вид деятельности является основным, так и во всех отраслях экономики формируется в порядке, установленными методологическими рекомендациями по формированию показателей статистики розничной торговли. Другими показателями, характеризующие хозяйственную деятельность торговой организации, для целей статистического наблюдения является оборот организаций розничной торговли. Оборот организаций розничной торговли представляет собой выручку от реализации всех видов продукции выполненных работ, оказанных услуг. Оборот организаций розничной торговли = оборот основного вида деятельности розничной торговли + оборот других видов деятельности (оборот деятельности по производству товаров, оборот торговой деятельности, оборот деятельности по оказанию услуг). Общая стоимость оборота организаций розничной торговли устанавливается без учета налогов и обязательных платежей (НДС, акцизов, экспортной пошлины). Экономическая категория выражает определенную группу экономических отношений, которые определяют ее сущность. Поэтому обмен денежных доходов на необходимые товары и услуги на рынке в порядке купли – продажи и экономические отношения, связанные с этим обменом, выражают сущность розничного товарооборота. Критерием полноты учета полученного объема продаж розничной торговли служит практическое совпадение темпов роста валовых доходов и объема продаж после дефлирования. В случае их расхождения необходимо устанавливать причину и провести корректировку объема продаж, используя данные формы №5 – (торг) «Сведения о торговой деятельности». Рассматривая объем продаж предприятия, необходимо иметь в виду показатели, отражающие два уровня продажи товара: оборот розничной торговли. Как следует из приведенных положений: оборот розничной торговли характеризует продажу товаров населению и другим конечным потребителям и означает завершение процесса их обращения на потребительском рынке. К числу показателей оборота розничной торговли относятся и товарные запасы. Товарные запасы представляют собой товары, находящиеся в сфере товарного обращения, их наличие характеризует статичное состояние и местоположение товарной массы в процессе товародвижения на определенный момент времени. Определенные размеры запасов создаются в связи с сезонными колебаниями спроса на некоторые непродовольственные товары при относительно равномерном их производстве и сезонном производстве сельскохозяйственной продукции при равномерном ее потреблении. Из сказанного выше можно сделать вывод, что оборот розничной торговли является одним из определенных факторов эффективности функционирования торговли, исходной основной для определения ресурсного потенциала предприятия, одним из основных факторов, определяющих величину затрат ресурсов.

 **II. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.**

**2.1. Краткая характеристика деятельности торгового предприятия Кармаскалинского РайПО.**

Современные Кармаскалы – это красивое благоустроенное село, в полной мере соответствующее своему статусу центра крупного аграрно-промышленного района. Удобное географическое и транспортно-экономическое положение обусловили здесь высокую концентрацию населения, объектов производственной и социальной инфраструктуры. Сегодня здесь проживает более 10 тысяч человек разных национальностей. Расположение вблизи от столицы республики (50 километров) делает село очень комфортным для населения. Из современного автовокзала отсюда можно доехать по семи маршрутам до населенных пунктов района, в Уфу ежедневно ходят 14 рейсов. Действуют промышленные предприятия: три заправочные станции, Кармаскалинское дорожное ремонтно-строительное управление, общества с ограниченной ответственностью «Кармаскалинсксельэнерго», «Кармаскалинский групповой водопровод», «Водоканал», филиал ОАО «Газ-сервис» и другие. Имеется около 100 субъектов малого бизнеса. Производством мясных полуфабрикатов занимается пищекомбинат «Ладья». Село обеспечено современной почтовой и телефонной связью, имеется доступ к сети Интернет по технологии ADSL, на улицах оборудованы таксофоны. Одним из крупных сельскохозяйственных предприятий района является аграрно-промышленное хозяйство «Алатау», созданное на базе СПК имени Салавата. Это современное предприятие, оснащенное зарубежной сельхозтехникой и использующее передовые технологии. В рамках реализации национального приоритетного проекта здесь ведется строительство крупного молочного комплекса на 1800 коров. Широко за пределами района известна продукция хлебокомбината Кармаскалинского РайПО. Само потребительское общество является неоднократным победителем всероссийских и республиканских конкурсов по торговому обслуживанию сельского населения. Функционируют отделения Сберегательного банка, филиала УРАЛСИБа, дополнительные офисы Башкирского регионального филиала Россельхозбанка, Социнвестбанка. У кармаскалинцев есть все песпективы полнокровно жить, интересно работать и делать родное село еще богаче и прекраснее. Кармаскалинское РайПО создано в 1972 году. Учредителями его являются пайщики. РайПО объединяет 9 потребительских обществ: 1. Правление РайПО 2. Ефремкенское СПО 3. Кармаскалинское СПО 4. Кармаскалинское СПО №2 5. Кармаскалинское ЗСПО 6. ПО Кармаскалы 7. ПО Кармаскалы-2 8. ПО Кармаскалинский хлебокомбинат 9. Прибельское сельпо и колхоз ООО «Кустугул» РайПО занимается торговой, заготовительной, производственной деятельностью, общественным питанием, т.е. занимается предоставлением услуг по заказам населения, предприятий и организаций. В 2010 году была произведена реконструкция столовой в ресторан с. Кармаскалы. РайПО в 2010 году добилось определенных успехов: получена прибыль в сумме 5525 тысяч рублей после уплаты налогов. Оценка финансового состояния РайПО: - общая стоимость имущества – 42175 т. руб - оборотные активы – 18501 т. руб - дебиторская задолжность – 1382 т. руб -денежные средства – 317 т. руб -стоимость капитала – 36646 т. руб - займы и кредиты – 5170 т. руб - кредиторская задолжность – 20558 т. руб В 2010 году произошло увеличение задолжности поставщикам на 1539 тыс. руб. В 2010 году добились снижения задолжности по займам и кредитам на 4154 тыс. руб. Увеличены объемы хозяйственной деятельности в торговле с 131228 тыс. руб. до 211826 тыс. руб., в общественном питании с 21287 тыс. руб. до 28503 тыс. руб., в заготовках с 2132 тыс. руб. до 2802 тыс. руб., что положительно повлияло на рост доходов по всем отраслям и своевременной выплате налогов и отчислений во внебюджетные фонды. Оценка ликвидности: На начало года 17080/26235 = 0,65 На конец года 20229/25724 = 0,79 Коэффициент банкротства: На начало года 26235/56000 = 0,47 На конец года 25724/62404 = 0,41 Банкротства по предприятию нет так как коэффициент 0,5 должно быть. Наличие собственных оборотных средств: На начало года – 9206 тыс. руб. На конец года – 5529 тыс. руб.

**2.2. Порядок планирования оборота розничной торговли на примере торгового предприятия. Материалы, используемые при планировании оборота.** Планирование любого показателя состоит из трех этапов. 1. Задачи планирования: - составление реального и обоснованного плана оборота; - обеспечение роста оборота; - обеспечение удовлетворения спроса через оборот; - обеспечение получения прибыли через оборот. 2. Материалы, используемые при планировании: - статистические отчеты формы №1 – ТОРГ «Сведения о торговой деятельности», форма №3 – ТОРГ; - социально-экономические показатели: численность населения, половозрастной состав, денежные доходы населения; - измерение цен на товары; - развитие конкурентов (их число). 3. Порядок планирования: - оборот планируют на год, на квартал, на месяц; - оборот планируют по всему магазину сразу, а затем по основным товарным группам; - оборот планируют разными вариантами (способами). Из множества вариантов выбрать один оборот, но чтобы он возрастал с одной стороны и приносил прибыль (оптимальный, эффективный). ***Способы планирования ОРТ разными способами на год:*** 1. Метод экстраполяции: а) через сумму; б) через Тр; 2. Через численность населения; 3. Балансовый; 4. Через прибыль и рентабельность; 5. Через денежные доходы населения; 6. Через индекс цен; Планирование оборота розничной торговли методом экстрополяции.

*а) ОРТ на планируемый год через сумму = ОРТ отчетного года + сумма изменения* ; ОРТ отчетного года равен 208201 тыс. руб., в планируемом году ОРТ увеличилось на 1200 тыс. руб. *ОРТ на планируемый год через сумму* = 208201 тыс. руб. + 1200 тыс. руб. = = **209401 тыс. руб**. *б) ОРТ на планированный год черезТр =( ОРТ отчетного года \* Тр) / 100* *(Тр = 100 + % изменения)*; ОРТ отчетного года равен 208201 тыс. руб., в планируемом году он увеличится на 5%. Тр = 100 + 5 = 105% *ОРТ на планируемый год через Тр* = (208201 тыс. руб. \* 105%) / 100% = = **218611 тыс. руб.** Через численность населения. *ОРТ через численность населения = численность населения планируемого года \* ОРТ на 1 человека планируемого года;*  1) численность населения в отчетном году равна 13800 человек, в планируемом году она сократится на 2%. 100% - 2% = 98% ОРТ = (13800 \* 98) / 100 = 13524 человек; Определим ОРТ на планируемый год: 1) ОРТ за отчетный год = 208201 т. руб. 2) Численность населения отчетного года = 13800 человек. В планируемом году оборот на 1 человека увеличится на 4%; *ОРТ через численность населения на планируемый год = численность населения планируемого года \* ОРТ 1 человека планируемого года;* 1) *ОРТ на 1 чел. отчетного года* = 208201 / 13800 = 15,1 тыс. руб. 2) *ОРТ на 1 чел. планируемого года* = (15,1 \* 104%) / 100% = 15,7 тыс. руб. 3) *ОРТ через численность населения* = 13524 \* 15,7 = **212326 тыс. руб.**  Балансовый метод. Балансовый метод предусматривает использование денежного баланса в торговле, который называется баланс оборота. П + О1 = Р + О2 отсюда = Р = П + О1 – О2 Определить ОРТ на планируемый год: 1) ТЗ на начало года составят – 17200 тыс. руб. (см. отчет) 2) на планируемый год по договорам поступит товаров на сумму – 253280 тыс. руб. 3) ТЗ на конец года составят – 18500 тыс. руб. **Р =** 17200 + 253280 – 18500 = **251980 тыс. руб.** Через прибыль и рентабельность. **Прибыль** – это разница между доходами и расходами, она измеряется только в сумме. **Рентабельность** – это та же прибыль, но выражается в процентах (%). *Рентабельность = (сумма прибыли / ОРТ) \* 100%* ОРТ отчетного года составил – 208201 тыс. руб. Прибыль отчетного года – 8841 тыс. руб. В планируемом году: 1) сумма прибыли повысится на 10%; 2) рентабельность повысится на 0,02% *ОРТ в планируемом году = (сумма прибыли планируемого года \*100) / рентабельность в планируемом году* 1) *прибыль в планируемом году* = (8841 \* 110) / 100 = 9725,1 тыс. руб. 2) *рентабельность отчетного года* = (8841 \* 100) / 208201 = 4,25 % 3) *рентабельность в планируемом год*у = 4,25% + 0,02% = 4,27% 4) *ОРТ в планируемом году* = (9725,1 \* 100) / 4,27 = **227754 тыс. руб.** Через денежные доходы населения. Большая часть денег населения расходуется на покупку товаров, где – то 60 % - это процент охвата денежных доходов населения. Денежные доходы – 100 %. ОРТ – 60 % отсюда следует, что (208201 \* 100) / 60 = 347001 т. руб. Определим ОРТ на планируемый год. 1) ОРТ отчетного года – 208201 т. руб. 2) Д. д. отчетного года – 347001 т. руб. В планируемом году: 1) Д. д. увеличатся на 14 % 2) Процент охвата увеличится на 1 % *ОРТ через Д. д. населения = (Д. д. планируемого года \* процент охвата Д. д. планируемого года) / 100*  1) *Д. д. планируемого года* = (347001 \* 114) / 100 = 395581 т. руб. 2) *% охвата в отчетном году* = (ОРТ отч. года \* 100) / Д. д. отч. года = (208201 \* 100) / 395581 = 53 % 3) *% охвата в отчетном году* = 53 + 1 = 54 % 4) *ОРТ через Д. д. на планируемый год* = (395581 \* 54) / 100 = **213613 т. руб.**  Через индекс цен. Если цены на товары повышаются, то оборот тоже повышается с учетом индекса цен (Iр), тогда нужно выбрать один из оптимальных вариантов ОРТ и умножить его на индекс цен. *ОРТ планируемого года = ОРТ планируемого года любым вариантом \* Iр* В планируемом году цены на товары повысятся на 6 %. Iр = (100 \_ 6) / 100 = 0,06 раз *ОРТ планируемого года* = 251980 \* 0,06 = **15118 тыс. руб.**

**Заключение: резервы увеличения оборота розничной торговли.** Для увеличения оборота розничной торговли необходимо привлекать долгосрочные заемные средства. Нужно также провести анализ основных средств предприятия с целью выявления зданий, сооружений, оборудования, которые могут быть реализованы или сданы в аренду. Это позволит провести дополнительные финансовые влияния 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 налогооблажения 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. 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 более 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. 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 том числе 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 том числе 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. 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 и получения максимальной прибыли. При развитии сетевой торговли в потребительской кооперации необходимо продолжать поддержание и развитие иных форм торговой деятельности: 1. Поддержание и развитие социально значимых торговых предприятий, развозной торговли. Возможная низкая экономическая эффективность таких предприятий может быть компенсирована за счет торговой сети потребительской кооперации, в том числе снижения издержек при единых закупках, использовании логистической системы, дополнительных доходов организаций ПК от ее деятельности. 2. Создание и развитие торговли в новых формах: электронная торговля, торговля через Интернет, торговля непродовольственными товарами в кредит, по образцам и каталогам. Для эффективной работы любого предприятия, в том числе и Кармаскалинского РайПО, необходимо разрабатывать систему мероприятий с четко продуманными и проанализируемыми предложениями. 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 еще планировать и прогнозировать ее с учетом прошлых событий и фактов. Именно анализ дает нам основание для разработки предложений по улучшению своей деятельности, чтобы в дальнейшем как можно меньше избежать убытков.

 **Литература.**

1. Баскакова О. В. Экономика организаций (предприятия): Учебное пособие М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004 2. Баскакова О. В. Экономика организаций (предприятия): Учебное пособие – 3-е изд., испр. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008 3. Концепция развития Потребительской Кооперации Российской Федерации до 2015 года (общие положения). 4. Методологические рекомендации по комплексному анализу финансово – хозяйственной деятельности районной кооперативной организации, 2000 5. Раицкий К. А. Экономика организаций (предприятия): Учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2003 6. Конспект лекций по Экономике организаций (предприятия). Разработала: Гайнуллина Т. И., Уфа, 2004 7. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник для студентов Вузов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2000 8. Грузинов В. П., Грибов В. Д. Экономика предприятия. – М.: МИФ, 2000

 **Приложение.**