

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Владимирской области
«Ковровский промышленно-гуманитарный колледж»

«Розничный товароборот и пути его увеличения»

*Выполнила студента специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)
группы КМ-119
Сычугова Татьяна*

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

Розничный товарооборот – это один из главных показателей, определяющих мощность торгового предприятия.

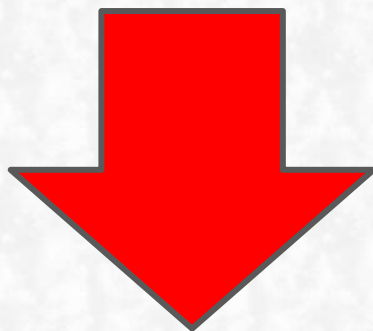
Анализ розничного товарооборота позволяет предприятиям определить, в какой степени выполнен план товарооборота и удовлетворен ли спрос покупателей, какие изменения произошли в товарообороте за отчетный период и чем они обоснованы, вскрыть новые явления, а также имеющиеся резервы в развитии товарооборота.

цель: осуществить анализ факторов, влияющих на розничный товарооборот торговой организации, и на этой основе разработать мероприятия по увеличению объема розничного товарооборота торговой организации.

задачи:

- рассмотрение сущности розничного товарооборота;
- рассмотрение состава и структуры розничного товарооборота торговой организации, анализ его изменений в динамике;
- поиск путей увеличения объема продаж и разработка на этой основе мероприятий по увеличению розничного товарооборота на рассматриваемом предприятии, расчет их экономического эффекта.

Главная цель торговли
потребительскими товарами –
удовлетворение потребностей
населения в товарах и услугах



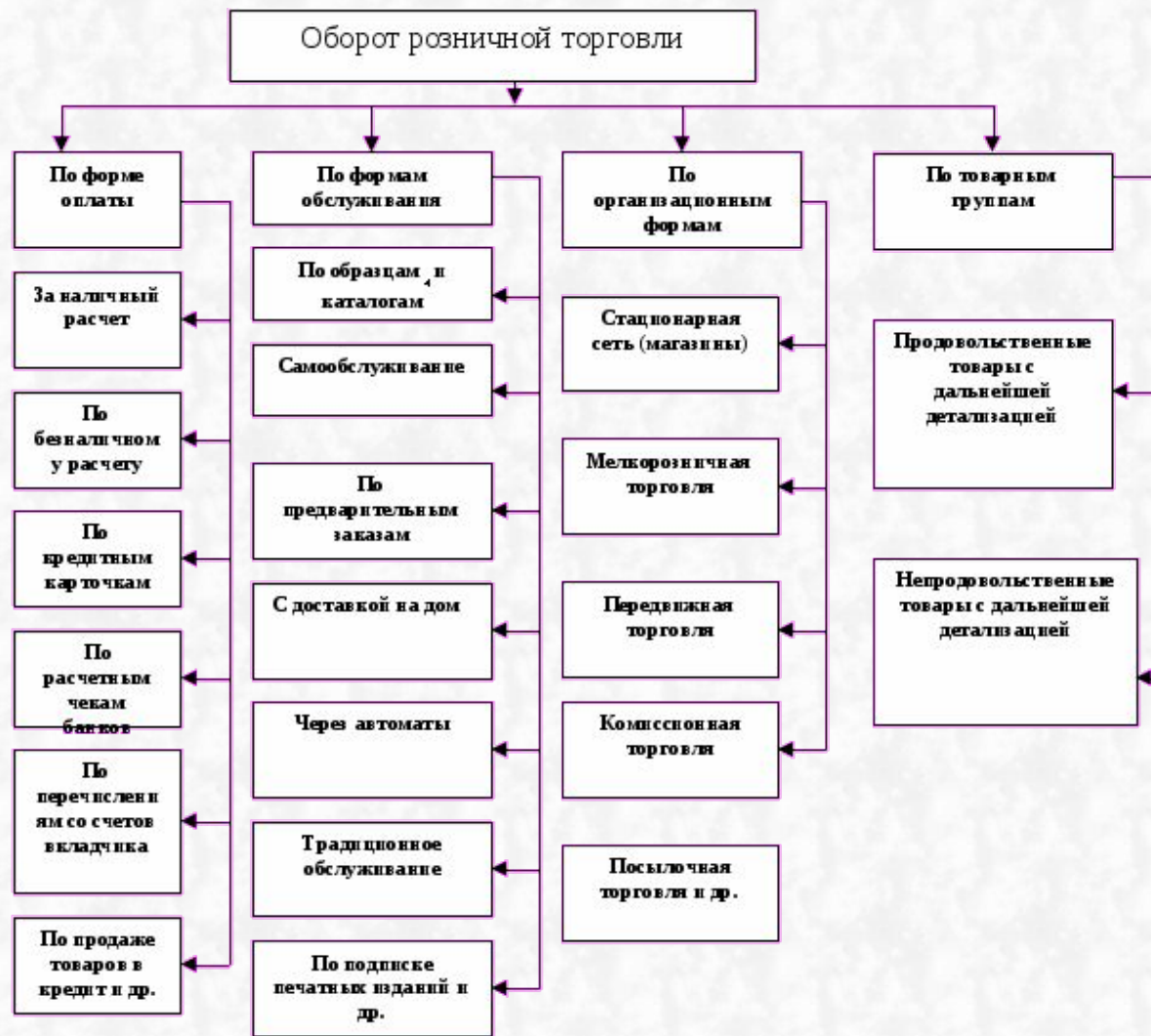
общий объем реализации
товаров населению

РОЗНИЧНЫЙ ТОВАРООБОРОТ

Система отношений
общественного производства

Система отношений обмена денежных доходов
населения на товары народного потребления

Система обратной связи с производством



Оборот розничной торговли

- стоимостью товаров, проданных населению за наличный расчет
- стоимость проданных товаров по почте с оплатой по безналичному расчету (по моменту сдачи посылки отделению связи)
- стоимость товаров, проданных в кредит (по моменту отпуска товаров покупателю), в объеме полной стоимости товара
- стоимость товаров, проданных в порядке комиссионной торговли (по договору комиссии), в размере полной стоимости по моменту продажи товаров
- стоимость проданных по образцам товаров длительного пользования (по времени выписки счета-фактуры и доставки покупателю, независимо от времени фактической оплаты товара покупателем)
- стоимость товаров, проданных отдельным категориям населения со скидкой (лекарственных средств, топлива и т. п.), в полном объеме
- стоимость проданных по подписке печатных изданий (по моменту выписки счета без учета стоимости доставки)
- стоимость упаковки, имеющей продажную цену, не входящую в цену товара
- стоимость проданной порожней тары

Основные задачи розничного товарооборота

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).

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.

ФАКТОРЫ

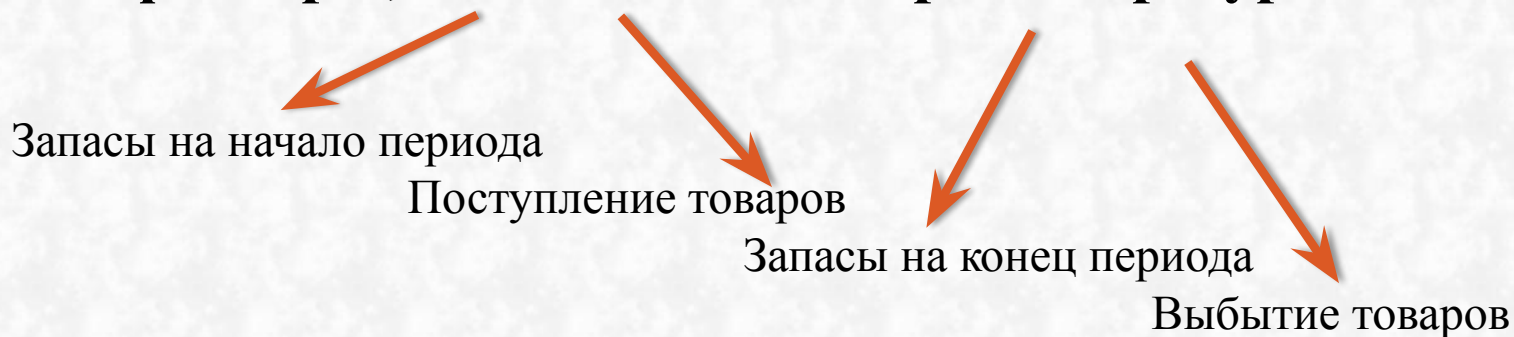
Внешние (макроэкономические)

- демографические:
 - численность и структура населения;
- экономические:
 - тенденции развития экономики, уровня безработицы);
 - ставки за пользование кредитами;
 - изменение в распределении доходов населения на потребление и сбережения;
 - уровень инфляции;
 - уровень цен;
 - уровень денежных доходов;
- политические и законодательные:
 - стабильность законодательства;
 - роль государства в развитии экономики;
- научно-технический прогресс:
 - объем товарных ресурсов;
 - доля новых инновационных товаров в структуре производства;
 - объем производства национальными товаропроизводителями;
 - развитость внешнеторговых отношений;
- национально-бытовые:
 - специфика национального потребления.

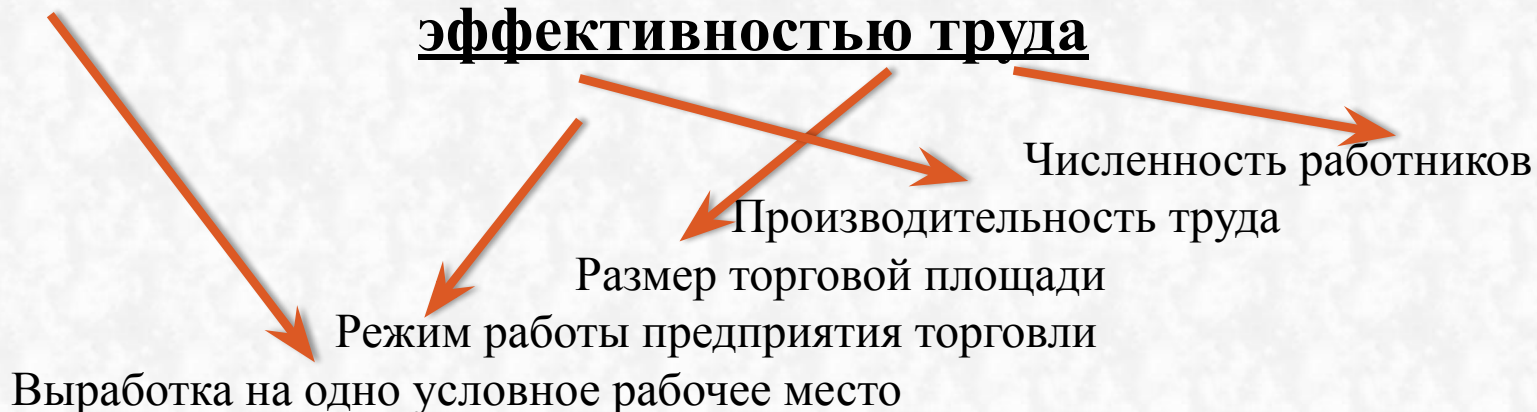
Внутренние (микроэкономические)

- развитость торговой сети:
 - число и виды торговых форматов;
 - размеры торговых площадей;
 - месторасположение, режим работы, специализация торговых объектов;
- обеспеченность товарами
 - объем и структура закупок и их соответствие запросам населения;
 - товарозвечность, товарооборачиваемость, ассортиментная структура товарооборота;
- качество торгового обслуживания:
 - квалификация и численность торговых работников,
 - наличие инновационных торговых технологий;
- поведение покупателей и специфика сегмента рынка:
 - число покупателей и их предпочтения;
 - характеристики экономики обслуживаемого сегмента;
 - денежные доходы населения;
 - средняя стоимость покупки;
 - уровень потребления;
- организация и методы продаж и стимулирование работников
- уровень конкуренции:
 - доля рынка, принадлежащая конкурентам;
 - уровень конкурентоспособности торговой организации

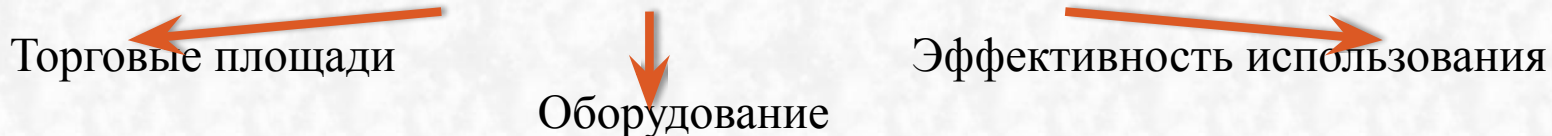
факторы, связанные с товарными ресурсами



факторы, связанные с численностью работников и эффективностью труда



факторы, связанные с эффективностью использования материально-технической базы торгового предприятия и режимом его работы





**ОЖИДАЕМ
ПОСТУПЛЕНИЯ
ТОВАРА!**



Методика экономического анализа товарооборота

- 1) изучение выполнения плана товарооборота по собственной продукции, в том числе обеденной и прочей по розничной реализации, оптовой продаже, выполнение плана по валовому товарообороту
- 2) изучение динамики валового, розничного оборота, а также оборота по собственной продукции
- 3) анализ производственной программы предприятия питания
- 4) исследование влияния важнейших факторов на выполнение плана и динамику товарооборота (товарного обеспечения, запасов, товарооборачиваемости, производительности труда и др.)
- 5) выявление резервов роста товарооборота и разработка конкретных мероприятий по увеличению товарооборота

Анализ товарооборота

**определение объема товарооборота
за исследуемый год**

**сравнение с плановыми показателями и с
показателями (базисными)
соответствующих предшествующих
временных интервалов**

**определение необходимых размеров
товарных запасов и поступления
товаров**





Наибольший удельный вес в товарообороте предприятия занимает реализация следующих товаров:

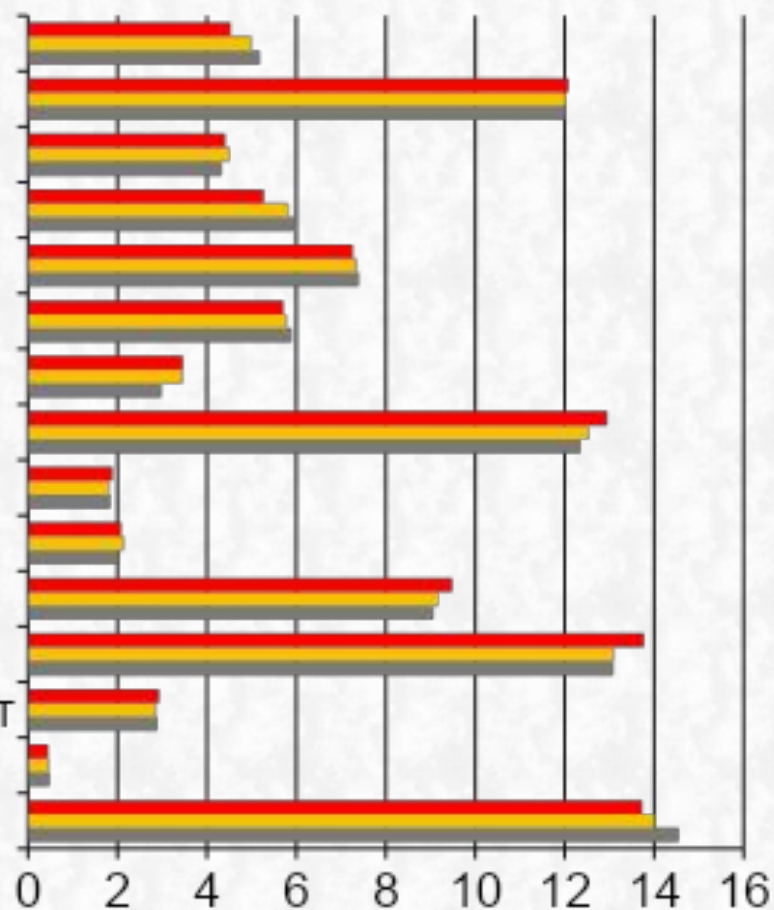
- водка и ликеро-водочные изделия, пиво – 66%;
- продукты – 7,3%;
- табачная продукция – 12,1%.

**Основная цель деятельности ООО
«Альфа–М» сети розничных
магазинов «Красное & Белое» -
осуществление хозяйственной
деятельности, направленной на
получение прибыли.**

**Основные экономические показатели ООО «Альфа-М»
магазина «Красное & Белое» за 2019–2021 гг.**

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021г.	Отклонение (+,-)		Темп изменения за 2019- 2021гг., %
				2020 г. к 2019 г.	2021 г. к 2020 г.	
Товарооборот, тыс. руб.	107 952	112 854	115 987	4 902	3 133	107,4
Валовой доход, тыс. руб.	26 988	29 227	31 025	2 239	1 798	114,96
Уровень, % к обороту	25,0	25,89	26,75	0,89	0,86	106,99
Издержки обращения, тыс.руб.	21 590	22 970	25 120	1 380	2 150	116,35
Уровень, % к обороту	20	20,36	21,66	0,36	1,298	108,29
Прибыль от реализации, тыс. руб.	5 398	6 257	5 905	859	- 352	109,39
Уровень рентабельности, % к обороту	5	5,54	5,09	0,54	-0,45	101,82
Внереализационные доходы, тыс. руб.	3 507	4 102	4 157	595	55	118,53
Налоги, выплачиваемые из прибыли, тыс. руб.	1 079,6	1 251,4	1 181	171,8	-70,4	109,39
Чистая прибыль, тыс. руб	7 452,5	8 760,1	8 523,1	1 307,6	- 237,0	114,37
Численность работников, чел	6	7	7	1	0	116,67
Общая площадь магазина, кв. м.	332,9	332,9	332,9	0	0	100
в том числе торгового зала	149,81	149,81	149,81	0	0	100
Товарооборот на одного работника, тыс. руб.	11 994,7	9 404,5	9 665,6	- 2 590,2	261,1	80,6
Товарооборот на 1 кв.м. общей площади магазина, тыс. руб.	324,3	339,0	348,41	14,73	9,41	107,44
Товарооборот на 1 кв.м. торговой площади, тыс. руб.	750,59	753,31	774,23	2,72	20,92	103,15

продовольственные товары
 бабачная продукция
 корм для животных
 шоколад, конфеты, печенье
 продукты
 соки, воды
 коньяк, бренди
 водка, настойки
 ром, Джин, Текила, Ликеры
 виски
 разливное пиво
 пиво
 вино игристое, шампанское, вермут
 электронные испарители
 вино



**Фактор, формирующим объем и
уровень валового дохода магазина
«Красное & Белое»**

объем, состав и ассортиментная структура
товарооборота

условия поставки товара

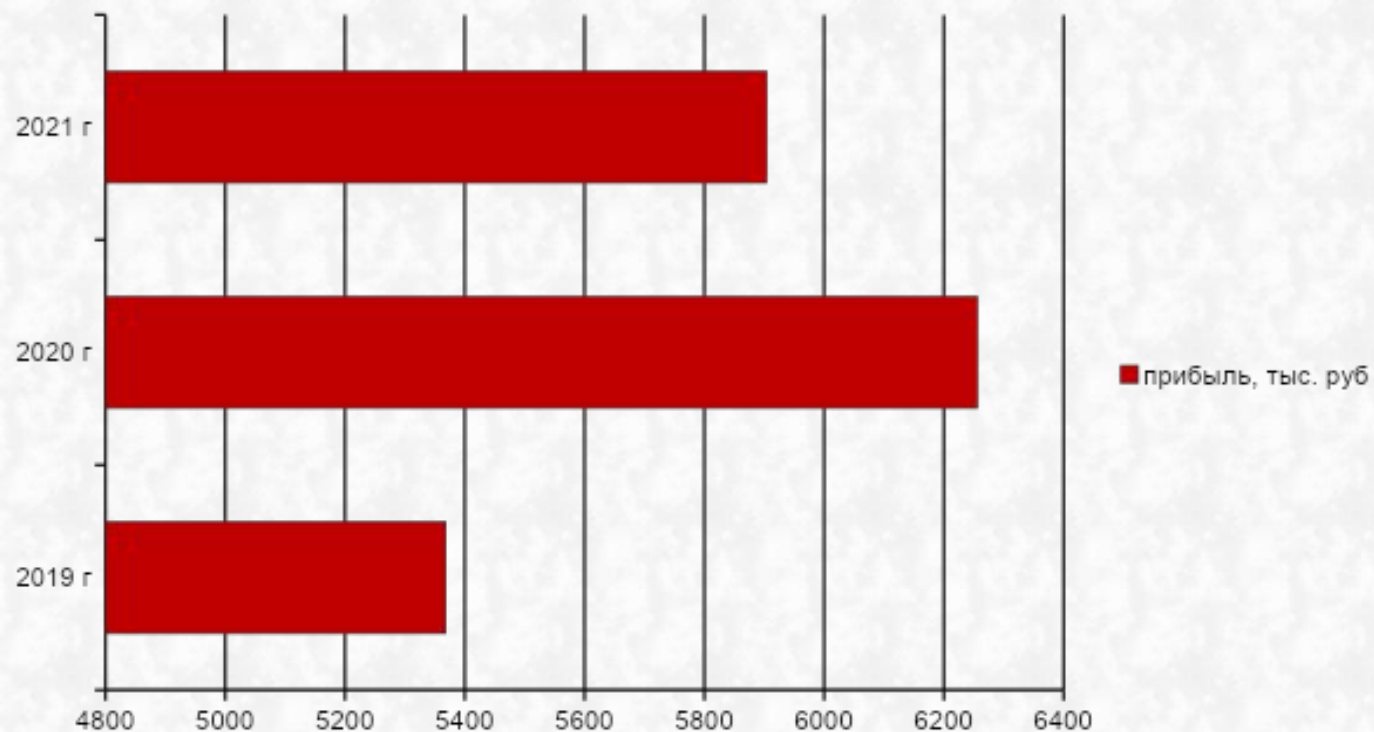
экономическая обоснованность торговой надбавки

количество и качество дополнительных услуг.

Состав и структура издержек обращения магазина «Красное & Белое»

Элементы затрат	Сумма, тыс. руб.			Структура затрат, %		
	2020 г.	2021 г.	Отклонение +, -	2020 г.	2021 г.	Отклонение +, -
Заработная плата сотрудников магазина и налоги, связанные с ней	8748	7591	1157	38,08	30,22	-7,87
Аренда и коммунальные платежи	2589	3450	861	11,27	13,73	2,46
Налоги, кроме налога на прибыль	2908	3452	544	12,66	13,74	1,08
Амортизация основных средств и нематериальных активов	4251	5364	1113	18,51	21,35	2,84
Ремонт и техническое обслуживание	1468	1987	519	6,39	7,91	1,52
Упаковка и материалы	1205	13089	104	5,25	5,21	-0,04
Прочие расходы	1800	1968	168	7,84	7,83	-0,003
Итого	22970	25120	2150	100	100,0	0

Прибыль от реализации продукции



**Анализ общего объема товарооборота
ООО «Альфа-М» сети «Красное & Белое», тыс. руб**

Товарные группы	2019 г.	2020 г.	2021г.	Отклонение (+,-), %
Объем продаж, всего	107952	112584	115987	107,4
в том числе				
Ликеро-водочные изделия	63450,3	66666,8	69930,9	111,79
Электронные испарители	517,1	520,3	524,3	101,4
Соки, воды	6361,3	6514,1	6618,5	104
Продукты питания, кондитерские изделия	14375,7	14852,8	14527	105
Корм для животных	4671,9	5091,5	5112,6	109,4
Табачная продукция	12978,6	13568,8	14015,9	107,99
Непродовольственные товары	5597,1	5639,7	5257,8	93,9

Анализ товарооборота магазина ООО «Альфа-М» сети «Красное & Белое» по месяцам и кварталам 2021 г., тыс. руб.

Месяцы и кварталы	2020 г.	2021 г.		Отклонение в % к 2020 году			
	Факт	План	Факт	%	От плана к 2021 г.	От факта к 2020 г.	В % к 2020 г.
Январь	10266,4	10298,6	10364,8	100,6	66,2	98,4	101,0
Февраль	8245,6	8284,6	8341,2	100,6	56,6	95,6	101,2
Март	9676,4	9715,4	9819,2	101,1	103,8	142,8	101,5
Итого за I кв	28188,4	28298,6	28525,2	100,8	226,6	336,8	101,2
Апрель	7687,2	7836,2	8090,2	103,2	254	40,3	105,2
Май	8968,4	9002,2	9024,2	100,2	22	55,8	100,6
Июнь	8968,2	9060,4	9188,2	101,4	127,8	220	102,5
Итого за II кв	25623,8	25898,8	26302,6	101,6	403,8	678,8	102,6
Июль	9084,4	9168,2	9302,5	101,5	134,3	218,1	102,4
Август	9128,6	9207,4	9296,4	101,0	89	167,8	101,8
Сентябрь	8793,4	8979	9185,5	102,3	206,5	392,1	104,5
Итого за III кв.	27006,4	27354,6	27784,4	101,6	429,8	778	102,9
Октябрь	9541,4	9752,2	9768,4	100,2	16,2	227	102,4
Ноябрь	9611,9	9946,9	9984,2	100,4	37,3	372,3	103,9
Декабрь	12612,1	13076,9	13622,2	104,2	545,3	1010,1	108
Итого за IV кв	31765,4	32776	33374,8	101,8	598,8	1609,4	105,1
Всего	112584	114328	115987	101,5	1659	3403	103,1

Коэффициент ритмичности
выполнения плана
товарооборота по кварталам
2021 г. составил 1,0 (4:4), или
100 %, а по месяцам - 0,833
(10:12), или 83,3%

**Коэффициент вариации,
показывающий степень
неравномерности выполнения
плана - 40,33 → неравномерность
выполнения плана равна 29 %**

**Анализ показателей товарного баланса магазина
ООО «Альфа-М» сети «Красное & Белое»
за 2020-2021 гг., тыс. руб.**

Показатели	2020 г.	2021 г.	Отклонение	Повлияли на динамику товарооборота
Остаток товаров на начало года	36880	37370	+ 490	+ 490
Поступило товаров	121944	125989	+ 4045	+ 4045
Прочее выбытие товаров	980	1142	+ 162	+ 162
Остаток товаров на конец года	45260	45630	+ 370	+ 370
Общий объем товарооборота	112584	115987	+ 3403	+ 3403

**Управление товарооборотом
в торговом предприятии ООО «Альфа-М»
сети магазинов «Красное & Белое»**

- оценка и прогнозирование конъюнктуры
потребительского рынка
- планирование объема и структуры реализации
товаров
- нормирование и планирование товарных
запасов
- планирование поступления и закупки товаров

Основными путями роста товарооборота в современных условиях являются :

- совершенствование ассортимента и качества продукции и услуг с целью удовлетворения более широкого спектра потребностей различных групп потребителей
- ПОИСК НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ СБЫТА

Мероприятия по увеличению розничного товарооборота

1. Мероприятие по расширению ассортимента (например, для летнего периода актуальны средства личной гигиены, предметы для труда и отдыха, детские игрушки и т.д.).
 2. Мероприятие по подготовке и повышению квалификации работников магазина (в настоящее время происходит внедрение новых технологий, совершенствование торгового оборудования, в результате обслуживающему персоналу магазина необходимо повышать свои профессиональные знания).
3. Мероприятие, направленное на совершенствование сбытовой деятельности магазина (необходимо провести рекламную кампанию данного магазина, чтобы напомнить лишний раз покупателям о своем магазине, привлечь новых клиентов и т.д.).
 4. Установление премий за перевыполнение плана по товарообороту

**Анализ экономической эффективности мероприятия
по усилению рекламной и информационной деятельности**

Показатель	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Абсолютное отклонение
Товарооборот, тыс. руб.	115987	118132,4	2145,6
Прибыль от реализации, тыс. руб	5905	6456,8	551,8
Расходы на предложенное мероприятие, тыс. руб.	-	130	130
Рентабельность мероприятия, %	-	$(551,8:130,0) \cdot 100$ %	4,25

**Размер премиальной надбавки работников
ООО «Альфа-М» сети «Красное & Белое»**

Процент перевыполнения товарооборота (норматив 5%)	Размер премии в %
5-10	45
2-4	40
Менее 2	0

**Расчет премиальной ставки работников
ООО «Альфа-М» сети «Красное & Белое» по категориям**

Категория персонала	Средний оклад, тыс. руб	Размер премии от процента выполнения товарооборота, тыс. руб.	
		40%	45%
Специалисты (менеджеры)	22	8,8	9,9
Продавцы	18	7,2	8,1



**Результаты работы рекомендуется
использовать для совершенствования
розничного товарооборота в магазинах сети
«Красное & Белое»**