# Содержание

|  |  |
| --- | --- |
| Введение………………………………………………………………………... | 2 |
| Глава 1. Основная характеристика розничного товарооборота……… | 4 |
| 1.1. Понятие розничного товарооборота………………………………….. | 4 |
| 1.2. Сущность, состав и структура товарооборота предприятий………... | 6 |
| 1.3. Экономическое значение розничного товарооборота и факторы, влияющие на него…………………………………………………… | 11 |
| Глава 2. Оценка розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»………………………………………………………….………… | 18 |
| 2.1. Характеристика предприятия…………………………………………. | 18 |
| 2.2. Оценка розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко» в динамике…………………………………………………………...… | 21 |
| 2.3. Факторы, влияющие на розничный товарооборот предприятия ОАО «Инмарко»…...………………………………………………….. | 24 |
| Глава 3. Пути улучшения показателей розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»…........................................................................ | 29 |
| 3.1. Мероприятия по улучшению показателей розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»…..………………….………... | 29 |
| 3.2. Расчет экономической эффективности повышения квалификации торгово-оперативных работников предприятия ОАО «Инмарко»..………... | 30 |
| Заключение…………………………………………………………………... | 33 |
| Список литературы………………………………………………………….. | 35 |

Введение

Переход предприятий торговли на рыночную концепцию развития изменил их целевые функции и отразился на системе экономических показателей, характеризующих хозяйственный процесс. Прежде всего, это относится к показателю розничного товарооборота.

Рыночные методы хозяйствования привели к тому, что появилась возможность регулировать торговый процесс на основе экономических регуляторов, таких как: цена, налоги и т. п.

Сегодня розничный товарооборот имеет большое значение, поскольку является характеристикой не только отдельных фирм, но и общества в целом, так как он характеризует уровень жизни населения.

Розничный товарооборот торговых предприятий является составной частью товарооборота города и в определенной мере покрывает покупательные фонды населения. В связи с этим товарооборот изучают во взаимосвязи с розничным товарооборотом города и покупательной способностью населения.

Как один из основных экономических показателей, характеризующих торговое предприятие, его масштабы, объемы деятельности, от него зависит объем валового дохода и прибыль.

Изучение товарооборота помогает выявить положительные и отрицательные стороны в торговой деятельности предприятия и разработать методы по росту товарооборота, улучшению ассортимента реализуемых товаров, повышению качества обслуживания покупателей.

Цели и задачи работы: закрепить знания по розничному товарообороту; приобрести навык в способах получения и анализе экономической информации; изучить состав, структуру розничного товарооборота на примере конкретного предприятия; определить факторы, влияющие на изменение товарооборота; проследить произошедшие изменения в динамике; определить изменение товарооборота предприятия в сопоставимых ценах; по полученным данным и расчетам сделать вывод об изменениях, произошедших на предприятии; предложить мероприятия по улучшению работы предприятия и экономически обосновать.

Изучение товарооборота предприятия особенно актуально в современных условиях, поскольку каждый предприниматель стремится получить наибольшее количество прибыли при как можно меньших издержках, а важнейшим условием для достижения такого результата является товарооборот. Этим и объясняется то, что товарооборот рассматривают как один из основных экономических показателей деятельности фирм.

Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота, снижения издержек обращения и расходов на оплату труда, что еще раз говорит о значимости этого показателя, о необходимости его изучения, учета, анализа и сопоставления.

По данным о товарообороте предприятия можно судить о размерах предприятия, его значимости на рынке, о развитости торговой сети. Сравнивая показатели товарооборота в сопоставимых ценах можно сделать вывод об эффективности работы предприятия.

По отношению к товарообороту учитываются, анализируются и планируются показатели, оценивающие эффективность деятельности предприятия, такие как: товарооборачиваемость, рентабельность, уровень издержек и др. Розничный товарооборот может быть использован для расчета трудоемкости, фондоемкости, затратоёмкости, капиталоемкости ресурсов. Розничный товарооборот имеет народно-хозяйственное значение. Через него происходит смена форм стоимости товаров народного потребления, созданной в процессе производства. Возмещаются производственные затраты и создаются дальнейшие условия для развития производства.

Глава 1. Основная характеристика розничного товарооборота.

1.1. Понятие розничного товарооборота.

Главной целью торговых предприятий является получение максимальной прибыли, а товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. По этому товарооборот рассматривается как один из основных экономических показателей хозяйственной деятельности торгового предприятия. Товарооборот- процесс обмена товаров на деньги. Торговое предприятие – владелец товара – за деньги продает товар в собственность другому юридическому или физическому лицу. Товарооборот характеризует процесс движения товаров посредством акта купли – продажи. Как экономическая категория товарооборот характеризуется наличием одновременно двух признаков:

- товара как объекта продажи;

- продажи как формы движения товара от производителя к потребителю.

Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота, снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

Товарооборот торгового предприятия можно рассматривать:

во – первых, как результат деятельности предприятия торговли, как его экономический эффект;

во – вторых, (в социально – экономическом аспекте) как показатель товарного снабжения населения, один из показателей уровня жизни (по классификации ООН).

В торговом предприятии товарооборот выражается в объеме денежной выручки за проданные товары – по его размеру можно судить о значимости данного предприятия на потребительском рынке.

Различают розничный и оптовый товарооборот.

Розничный товарооборот– это передача товаров конечным потребителям. На этом процесс обращения товара завершается – товар поступает в сферу потребления.

Как экономический показатель розничный товарооборот отражает объем товарной массы (в денежном выражении), переходящий в сферу личного потребления, и характеризует, с одной стороны, денежную выручку торговли, с другой – сумму расходов населения на покупку товаров. Динамика розничного товарооборота отражает пропорции между производством и потреблением, потребность предприятий в материальных и трудовых ресурсах, характеризует развитие торговой сети.

Согласно Инструкции Госкомстата РФрозничным товарооборотом является продажа товаров населению; кроме того, в розничный товарооборот включается продажа товаров организациям, учреждениям и предприятиям для обслуживаемых ими контингентов населения.

Розничный товарооборот как статистический показатель отражает объем продажи товаров населению через все каналы реализации: в официально учтенных предприятиях, на вещевых, смешанных и продуктовых рынках.

Объем розничного товарооборота во многом характеризует состояние национальной экономики, отражая положение дел в промышленности и сельском хозяйстве, инфляционные процессы, изменение благосостояния населения, конъюнктуру и емкость внутреннего рынка. Показатель розничного товарооборота (как и оптового) имеет количественную и качественную характеристику.

Количественная характеристика товарооборота – объем реализации в денежном исчислении, качественная связана со структурой товарооборота. Структура (или ассортиментный состав) товарооборота – это доля отдельных товарных групп в общем объеме реализации.

Состав розничного товарооборота классифицируют по видам продаж:

* выручка от продаж продовольственных и непродовольственных товаров в магазинах, палатках, с использованием автоматов в развозной и разносной торговле;
* товарооборот предприятия внедомашнего питания, состоящий из оборота по продаже продукции собственного производства и покупных товаров, включая наценку;
* выручка от реализации медикаментов в аптеках;
* выручка от реализации книг, газет, журналов, в том числе и по подписке, и др.

Необходимо чётко различать понятия «состав» и «величина» товарооборота: состав товарооборота складывается из различных видов продаж, а величина - из сумм торговой выручки, сданной в банк или кассу, объем мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), расходов, произведенных за счет классовой выручки (по документам).

Розничный товарооборот учитывается в ценах фактической реализации строго за отчетный период на основе первичных документов - товарно-денежного отчета и прилагаемых к нему документов. Розничный товарооборот показывается с учетом стоимости стеклянной посуды, принятой от населения в обмен на товар.

Розничный товарооборот имеет народно-хозяйственное значение. Через него происходит смена форм стоимости товаров народного потребления, созданной в процессе производства. Возмещаются производственные затраты и создаются дальнейшие условия для развития производства. Это говорит о значимости и весомой роли розничного товарооборота на предприятии.

1.2. Сущность, состав и структура товарооборота предприятий.

Отличительная особенность хозяйственной деятельности предприятий внедомашнего питания - объединение в рамках одного предприятия процессов производства, реализации и организации потребления продукции. Соответственно, и товарооборот предприятий питания имеет свою специфику, разделяясь на оборот:

* по реализации продукции собственного производства;
* по реализации покупных товаров.

Наибольший удельный вес в товарообороте предприятий питания имеет оборот по реализации продукции собственного производства (55-85% в зависимости от типа предприятия: ресторан, кафе, столовая, пельменная, блинная, закусочная, бистро, буфет и пр.). К продукции собственного производства относятся пищевые продукты и полуфабрикаты, изготовленные на предприятиях питания либо подвергшиеся здесь какой-либо обработке. Она включает в себя блюда, горячие и холодные напитки, кулинарные, кондитерские, мучные изделия, полуфабрикаты и т.д.

Продукция собственного производства по степени готовности подразделяется на готовые блюда и кулинарные изделия и полуфабрикаты, которые требуют в дальнейшем дополнительной доработки.

В зависимости от форм потребления, назначения в питании человека продукцию собственного производства можно подразде­лить на обеденную и прочую продукцию.

Обеденная продукция - это блюда, реализуемые и потребляемые в залах, а также отпускаемые на дом. Блюдо - порция пищи, изготовленная из определенного набора сырья, прошедшего полную или частичную тепловую или первичную обработку, и готовая к потреблению. Все блюда в зависимости от назначения подразделяются на первые, вторые, третьи, горячие и холодные закуски. Из общего выпуска продукции собственного производства на долю обеденной продукции на предприятиях общественного питания приходится 75-80 %.

Остальные виды продукции собственного производства (бутерброды, изделия, запеченные в тесте, горячие напитки, мороженое, безалкогольные напитки собственного производства, молочнокислая продукция и др.), а также полуфабрикаты, изготовленные для продажи (мясные, рыбные, крупяные, овощные, очищенный картофель и др.), кондитерские, мучные изделия как блюда не учитываются и относятся к прочей продукции собственного производства.

Продукция собственного производства учитывается и планируется в стоимостных и натуральных показателях. Так, главным показателем и измерителем обеденной продукции является блюдо, то есть натуральный показатель. Количественный выпуск блюд характеризует объем производства и реализации обеденной продукции. Учет прочей собственной продукции осуществляется в стоимостных показателях, лишь отдельные виды ее учитываются в штуках, стаканах, порциях, килограммах. Реализация продукции собственного производства потребителям в стоимостном выражении представляет собой товарооборот по продукции собственного производства. Удельный вес оборота по продукции собственного производства зависит от типа предприятия питания (столовая, кафе, ресторан, закусочная, бар). Он колеблется от 45 до 90 %. На предприятиях питания, кроме производства и реализации продукции собственного производства, осуществляется продажа покупных товаров, к которым относится готовая продукция, не требующая кулинарной обработки. Покупные товары поступают в готовом виде от других предприятий (например, от предприятий пищевой промышленности). Покупные товары дополняют, а в ряде случаев и заменяют некоторые виды продукции собственного производства. Следовательно, к покупным относятся товары, приобретенные в других организациях и отпускаемые населению без какой-либо обработки. Это хлеб и хлебобулочные изделия; кондитерские изделия; консервы, реализуемые в банках; мороженое; фрукты, ягоды и др. Кроме того, к покупным товарам относят изделия, которые не являются продуктами питания, - алкогольные напитки, пиво, безалкогольные напитки, табачные изделия, спички. Реализация покупных товаров в стоимостном выражении составляет оборот по покупным товарам.

Реализация продукции собственного производства, а также покупных товаров непосредственно потребителям через обеденные залы, буфеты, кулинарные магазины и т.п. составляет розничный товарооборот предприятий питания.

В зависимости от конечного или промежуточного потребления выделяют розничный и оптовый товарооборот.

Розничный товарооборот включает в себя:

* продажу продукции собственного производства и покупных товаров через обеденные залы, буфеты, а также продажу этой продукции через розничную и мелкорозничную сеть, принадлежащую самим предприятиям;
* реализацию продукции через передвижную сеть;
* отпуск питания работникам предприятия по льготным ценам.
* продажа по безналичному расчету готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки юридическим лицам социального назначения и их обособленным подразделениям;
* продажа готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки, покупных товаров рабочим и служащим с последующим удержанием их стоимости из заработной платы;
* продажа горячего питания работающим с последующим удержанием его стоимости из заработной платы; продажа цветов, сувениров и других непродовольственных товаров;
* стоимость товаров, выданных работникам юридических лиц, их обособленных подразделений в счет заработной платы через торговую сеть (магазины, предприятия общественного питания), включается в объем розничного товарооборота по полной продажной стоимости.

В товарооборот общественного питания не включаются:

* бесплатная реализация готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки отдельным категориям населения (учащимся школ, пенсионерам и т.п.), оплаченных органами социальной защиты;
* стоимость питания и обслуживания на банкетах, презентациях и т.п., оплачиваемая юридическими лицами, их обособленными подразделениями;
* оптовая продажа полуфабрикатов, кулинарных и кондитер­ских изделий, других товаров торговым организациям и предприятиям, а также другим предприятиям общественного питания;
* стоимость возвращенной поставщиками тары;
* внутренний отпуск продукции и товаров в пределах организации предприятия общественного питания (из кладовой в столовую, возврат товаров на базу или кладовую, переброска товаров между структурными подразделениями и т.п.); стоимость сырья заказчика (так называемое давальческое сырье);
* выручка за просмотр концертных программ, биллиардных, танцевальных, игровых залов, видеосалонов и других бытовых предприятий

Оптовый товарооборот, как правило, состоит из продажи полуфабрикатов, мучных и кондитерских изделий другими предприятиями внедомашнего питания и розничной торговли.

Сумма розничного и оптового товарооборота образует валовой товарооборот, характеризующий полный объем производственной и торговой деятельности.

Оборот розничной торговли и оборот общественного питания учитываются в розничных ценах – продажных фактических ценах, включающих торговую наценку, налог с продаж и налог на добавленную стоимость.

Развитие розничного товарооборота тесно связано с такими экономическими показателями как: спрос, поступление товара, товарные запасы, прибыль, численность работников, расходы на заработную плату и другими.

1.3. Экономическое значение розничного товарооборота и факторы, влияющие на него.

В рыночных условиях хозяйствования экономическое значение розничного товарооборота вытекает из тех задач, для решения которых он вычисляется.

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

Розничный товарооборот может быть использован для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку товарооборот является показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с величиной затраченных ресурсов (трудовых, материальных, финансовых) даст представление об эффективности их использования, так как в общем виде показатель эффективности есть соотношение результата и затрат.

Розничный товарооборот может быть использован для расчета трудоемкости, фондоемкости, затратоёмкости, капиталоемкости ресурсов. С помощью этих показателей можно в первом приближении определить потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста товарооборота.

По удельному весу товарооборота предприятия питания в това­рообороте региона, отрасли можно судить о доле предприятия на рынке.

Товарооборот в расчете на душу населения характеризует один из аспектов жизненного уровня населения.

По доле товарооборота предприятия питания в товарообороте региона определяется предприятие-монополист (оно считается таковым, если удельный вес товарооборота предприятия в товарообороте региона превышает 30 %).

По отношению к товарообороту учитываются, анализируются и планируются показатели, оценивающие эффективность деятельности предприятия (товарооборачиваемость, рентабельность, уровень издержек и др.).

Первая модель стратегического регулирования розничного товарооборота обеспечивает сбалансированность спроса и предложения товаров. Это становится возможным при следующем условии:

Iп > Iт > Iтз > Iс, (1)

где Iп -индекс роста поступления товаров;

Iт - индекс роста объема товарооборота;

Iтз -индекс роста товарных запасов;

Iс - индекс роста объема спроса населения.

Вторая модель стратегического регулирования розничного товарооборота обеспечивает повышение эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия. Это достигается при условии:

Iпр > Iт > Iфот >Iч , (2)

где Iпр -индекс роста массы прибыли;

Iт -индекс роста объема товарооборота;

Iфот -индекс роста фонда оплаты труда;

Iч -индекс роста численности работников.

Или:

Iр > Iпт > Iз, (3)

где Iр -индекс роста уровня рентабельности (в % к обороту);

Iпт -индекс роста фонда производительности труда одного рабочего;

Iз -индекс роста средней заработной платы одного работника .

Товарооборот торгового предприятия характеризуется следующими показателями:

* объем товарооборота в стоимостном выражении в сопоставимых ценах;
* объем товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах;
* ассортиментная структура товарооборота по отдельным группам товаров (руб, %);
* однодневный объем товарооборота (руб.);
* объем товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговой группы;
* объем товарооборота на 1м2 общей площади, в том числе на 1м2 торговых площадей;
* время обращения товаров, дни оборота;
* скорость товарооборота, число оборотов.

Изучение товарооборота предприятия питания позволяет оце­нить достигнутые результаты, изучить развитие товарооборота по видам и формам, оценить правильность, реалистичность стратегии предприятия в развитии товарооборота, сравнить масштабы деятельности данного предприятия с конкурентами. Оценка достигнутых результатов - основа планирования объема реализации предприятия питания.

На объем товарооборота, его изменение оказывают влияние факторы внутреннего характера, которые можно сгруппировать следующим образом. Первая группа факторов - обеспеченность товарными ресурсами, их правильное использование. Вторая - обеспеченность трудовыми ресурсами, эффективность их использования. Третья группа факторов - состояние, эффективность использования основных фондов и материально-технической базы предприятия.

При обосновании товарооборота учитывают факто­ры повышения его объема. Важнейшими из них являются:

* изучение спроса потребителей;
* расширение ассортимента продукции собствен­ного производства;
* проведение рекламных мероприятий;
* проведение маркетинговых исследований;
* увеличение продажи продукции собственного производства через палатки, киоски и другие виды мелкорозничной сети;
* организация дополнительных мест для обслуживания посети­телей в летний период;
* полная и ритмичная обеспеченность сырьем, товарами;
* динамика запасов сырья и товаров;
* увеличение пропускной способности обеденных залов за счет прогрессивных форм обслуживания, совершенствования режима работы;
* обеспеченность квалифицированными трудовыми ресурсами;
* обеспеченность оборудованием и эффективное его использование;
* повышение культуры обслуживания;
* внедрение новых технологий приготовления продукции;
* внедрение индустриальных методов производства полуфабрикатов и повышение степени обеспеченности ими предприятий общественного питания и др.

Изучение динамики товарооборота проводят не только в сравнении с данными прошлого года, но и с показателями за ряд лет. Если в изучаемом периоде произошли организационно-структурные изменения в сети торговой организации, то необходимо внести соответствующую корректировку в объем розничного товарооборота.

Выполнение плана и динамики розничного товарооборота производят не только за год, но и по кварталам, месяцам и за более короткие промежутки времени. Это помогает установить, как ритмично развивается розничная реализация, как равномерно удовлетворяется спрос покупателей на товары

Исследование товарных ресурсов на предприятиях питания начинается с составления и изучения продуктового баланса. На товарооборот предприятия оказывают влияние объем поступления сырья и покупных товаров, состояние запасов, прочее выбытие. Эта зависимость может быть выражена формулой товарного (продуктового) баланса:

Зн+П = Р + В + Зк, (4)

где Зн - товарные запасы на начало периода;

П - поступление сырья, полуфабрикатов, покупных товаров;

Р - реализация продукции собственного производства и покупных товаров;

В - прочее выбытие продуктов;

Зк - товарные запасы на конец периода.

Влияние показателей товарного баланса на развитие товарооборота можно определить так:

Р = Зн+П-В-Зк. (5)

Из формулы видно, что на выполнение плана и динамику товарооборота положительное влияние оказывают увеличение товарных запасов на начало изучаемого периода и рост поступления сырья и товаров и отрицательное - увеличение прочего выбытия продуктов и завышенные запасы сырья и товаров на конец периода. Так как товарооборот отражается в продажных ценах, то и все другие показатели товарного баланса должны быть оценены аналогично. Прочие выбытие товаров включает товарные потери, бой, лом, порчу и уценку товаров, их недостачи, а также оптовую реализацию излишествующих товаров. В связи с этим увеличение по сравнению с планом и в динамике прочего выбытия товаров должно с отрицательной стороны характеризовать его торговую деятельность.

Важным вопросом является изучение использования товарных ресурсов. Основным показателем оценки эффективности использования товарных ресурсов является объем товарооборота на один рубль товарных ресурсов (Э тов), который определяется по формуле:

Э тов =Р/( Зн+П-Зк) (6)

Этов показывает, сколько рублей приходится на каждый рубль товарных ресурсов.

Значительное влияние на объем розничного товарооборота оказывает обеспеченность торгового предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования. Эта зависимость выражается формулой:

Р=Пр\*Ч (7)

где Пр – производительность труда одного работника, руб;

Ч - среднесписочная численность работников, чел.

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

∆Р ч = П п \* ∆Ч +(∆ П \* ∆Ч)/2, (8)

где ∆Р ч - изменение объема товарооборота за счет изменения среднесписочной численности работников, руб.;

Пп - производительность труда одного работника с предшествующим годом, чел.;

∆Ч - изменение среднесписочной численности работников в отчетном году по сравнению с предыдущим годом, чел.;

∆ П – изменение производительности труда одного работника, руб.

∆Ри = Чи \* ∆П +(∆ Ч\* ∆П)/2, (9)

где ∆Ри- изменение объема товарооборота за счет изменения производительности труда одного работника, руб.;

Чи - 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 формуле:

Р= S\*К \*Вs, (10)

где S - площадь торгового зала предприятия, м2;

К - количество магазинов, принадлежащих предприятию, шт.;

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

Последовательно заменяя в приведенной формуле показатели, предшествующего 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.

В конце аналитическая работа по изучению розничного товарооборота завершается составлением плана мероприятий по использованию выявленных резервов увеличения объема розничного товарооборота торгового предприятия.

Глава 2. Оценка розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»

* 1. Характеристика предприятия.

Сделаем оценку розничного товарооборота на примере предприятия ОАО «Инмарко». Данная фирма является товариществом с ограниченной ответственностью и представляет собой торговое предприятие, которое занимается оптовой и розничной реализацией готовой продукции и полуфабрикатов. Основную долю в товарообороте данной компании занимает мороженое, которое продается под торговой маркой «Магнат». Своего производства данная фирма не имеет, выполняя лишь торгово-посреднические операции. Предприятие ОАО «Инмарко» достаточно молодое предприятие, существующее около пяти лет, тем не менее, это среднее предприятие, имеющее достаточно стабильное положение на рынке и занимающее определенную нишу. Она имеет сеть торговых киосков в городе Омске и Омской области, которых насчитывается около 40.

Данная компания работает с крупными фирмами, компаниями и частными лицами. Среди ее поставщиков такие компании как: Концерн «Русский холодЪ», ООО «Алтай-холод», ОАО «Новосибхолод» и другие.

В городе Омске предприятие ОАО «Инмарко» не единственная фирма, занимающаяся реализацией мороженого. Среди ее конкурентов такие известные в городе компании как: «Русский размах», «Сиб-Холод» и другие.

Торговые посредники данной компании, как правило, мелкие магазины.

Данная компания также пользуется услугами фирм-специалистов по организации товародвижения, которые доставляют товары от мест производства.

Оценить деятельность данного предприятия, его масштабы и эффективность работы можно по основным технико-экономическим показателям, приведенным в таблице 1.

Таблица 1

Основные технико-экономические показатели деятельности предприятия ОАО «Инмарко»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | | 2007г. | | | 2008г. | | | Темп роста |
| план | Факт | % выполнения плана | план | Факт | % выполнения плана |
| 1 | 2 | | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Роз. товарообор., тыс. руб.  в действующих ценах | 44550 | | 44600 | 100,1 | 83200 | 84624 | 101,7 | 190 |
| 2 | Фонд оплаты труда, тыс. руб.:  -рабочих  -работающих | | 3672  5436 | 3227  5148 | 87,9  94,7 | 5906  11412 | 5892  11300 | 99,8  99,0 | 183  220 |
| 3 | Средняя заработная плата в год 1 раб., руб.:  -рабочих  -работающих | | 20400  27180 | 20160  26400 | 98,8  97,1 | 25680  43896 | 25620  43800 | 99,8  99,8 | 127  166 |
| 4 | Средняя заработная плата в месяц 1 раб., руб.:  -рабочих  -работающих | | 1700  2265 | 1680  2200 | 98,8  97,1 | 2140  3658 | 2135  3650 | 99,8  99,8 | 127  166 |
| 5 | Численность персонала предприятия, чел. в т.ч.: торгово-оперативного | | 200  180 | 200  180 | 200  180 | 200  180 | 200  180 | 200  180 | 200  180 |
| 6 | Выработка на одного  -рабочего, тыс. руб.  -работающего, тыс. руб. | | 248  223 | 279  229 | 112,5  102,7 | 362  320 | 368  328 | 101,7  102,5 | 132  143 |

Анализируя данные таблицу 1 можно сказать, что за последние два года численность работников в целом по предприятию увеличилась на 32%, торгово-оперативных работников на 44% от общей их численности. При этом для последних двух лет характерна практически полная укомплектованность работников в соответствии с планом. Численность расчет в большей степени за счет увеличения числа торгово-оперативных работников, т.к. предприятие увеличивает рынки сбыта, открывая новые киоски.

Из таблицы также видно, что основную массу в общей численности составляют торгово-оперативные работники, которых более 80%. Большое их количество можно объяснить тем, что работа в киосках осуществляется посменно.

Фонд оплаты труда за последние два года увеличился в два раза, при этом такое увеличение связано не только с ростом оплаты труда, но и увеличением численности работников за счет расширения предприятия, увеличения числа киосков, разработки новых направлений, требующих дополнительных специалистов. Как видно из 3,4 строчек таблицы, в целом уровень средней заработной платы на предприятии увеличился всего на 66%, а торгово-оперативных работников на 27%.

Следует отметить невысокий уровень оплаты труда, что вызвано желанием предпринимателя закрепиться на рынке (т.к. данное предприятие, как было сказано выше молодое), благодаря низкой цене товара. Таким образом, стремясь к максимизации прибыли, предприятие экономит на всем, в том числе и на оплате труда работников. Тем не менее, уровень оплаты труда имеет тенденцию к повышению.

В целом деятельность предприятия достаточно стабильна, об этом можно судить по данным характеризующим его работу, судя по которым предприятие стремится к росту и расширению своего поля деятельности, в частности на данном предприятии руководством поставлена задача: открыть свою производственную линию и расширять производство.

Данные розничного товарооборота, будут оценены в параграфе 2.2

* 1. Оценка розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»в динамике.

Сделаем оценку розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко» в динамике за несколько лет, приведем цены в сопоставимый вид. Средний индекс розничных цен в отчетном году к прошлому году составил 1,26 раза. Математически и экономически правильнее пересчитывать в сопоставимые цены фактический товарооборот отчетного года в цены прошлого года, разделив его на индекс цен. Это позволяет точнее измерить влияние ценового фактора на объем розничного товарооборота и изучить темпы изменения физического объема розничного товарооборота. Таким образом, стоимостные показатели хозяйственной деятельности предприятия должны изучаться в ценах базисного года. Итак, приведем данные розничного товарооборота в сопоставимый вид.

Таблица 2

Приведение показателей розничного товарооборота в сопоставимый вид

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2007г. | | | 2008г. | | | Темп роста |
| план | факт | % выполнения плана | План | факт | % выполнения плана |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Роз. товарообор., тыс. руб.  в действующих ценах  в сопоставимых ценах | 44550  - | 44600  44600 | 100,1  - | 83200  - | 84624  67162 | 101,7 | 190  151 |

Как видно из таблицы 2, фактический розничный товарооборот предприятия ОАО «Инмарко» за отчетный год в сопоставимых ценах составил 67162 тыс. руб. Следовательно, за счет ценового фактора товарооборот торгового предприятия увеличился на 17462 тыс. руб. (84624-67162), что составляет 39% к фактическому товарообороту прошлого года (17462/44600\*100). Темп роста розничного товарооборота в сопоставимых ценах к прошлому году составил 151% (67162/44600\*100). Физический объем товарооборота (в сопоставимых ценах) в динамике вырос на 22562 тыс. руб. (67162-44600).

Оценку выполнения плана и динамики розничного товарооборота проводят не только за год, но и по кварталам, месяцам и за более короткие промежутки времени, что помогает установить, как равномерно развивается розничная реализация и удовлетворяется спрос на товары. Изучим развитие товарооборота предприятия ОАО «Инмарко», составив таблицу 3.

Таблица 3

Развитие розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко» в действующих ценах, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяцы и кварталы | Факт  2007г. | 2008г. | | | Отклонение | | В % к прошлому году |
| план | Факт | % вып  плана | от плана | от 2007г |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Январь  Февраль  Март | 2250  2495  3905 | 4650  4830  5520 | 4690  4850  5660 | 100,8  100,4  102,5 | +40  +20  +140 | +2440  +2355  +140 | 208,4  194,4  144,9 |
| Итого за 1 кварт. | 8650 | 15000 | 15200 | 101,3 | +200 | +6550 | 175,7 |
| Апрель  Май  Июнь | 4150  5700  5750 | 6980  10500  10570 | 7020  10890  10840 | 100,6  103,7  102,6 | +40  +390  +270 | +2870  +5190  +5090 | 169,2  191,1  188,5 |
| Итого за 2 кварт. | 15600 | 28050 | 28750 | 102,5 | +700 | +13150 | 184,3 |
| Итого за 1полугод. | 24250 | 43050 | 43950 | 102,1 | +900 | +19700 | 181,2 |
| Июль  Август  Сентябрь | 5760  5575  3665 | 10820  10627  8833 | 10978  10720  8952 | 101,5  100,9  101,4 | +158  +93  +119 | +158  +5145  +5287 | 190,6  192,3  244,3 |
| Итого за 3 кварт. | 15000 | 30280 | 30650 | 101,2 | +370 | +15650 | 204,3 |
| Итого за 9 месяцев | 39250 | 73330 | 74600 | 101,7 | +1270 | +35350 | 190,1 |
| Октябрь  Ноябрь  Декабрь | 2600  1750  1000 | 5130  3220  1520 | 5280  3244  1500 | 102,9  100,7  98,7 | +150  +24  -20 | +2680  +1494  +500 | 203,1  185,4  150,0 |
| Итого за 4 кварт. | 5350 | 9870 | 10024 | 101,6 | +154 | +4674 | 187,4 |
| Итого за 2 полугод. | 20350 | 40150 | 40674 | 101,3 | +524 | +20324 | 199,8 |
| Всего за год | 44600 | 83200 | 84624 | 101,7 | +1424 | +40024 | 190,7 |

По данным таблицы можно сказать, что предприятие успешно выполнило план розничного товарооборота во всех месяцах, кроме декабря. Потери товарооборота в связи с недовыполнением плана составили 20 тыс. руб. План розничной реализации мороженого в целом за год выполнен успешно, перевыполнение плана составило 1424 тыс. руб. Основной причиной недовыполнения плана является недостатки в снабжении товарами. Из таблицы также видно, что розничный товарооборот компании «Инмарко» в течение года изменяется неравномерно, т.е. для летних и более теплых месяцев товарооборот имеет существенно более высокие показатели, чем в остальных месяцах. Это объясняется тем, что на реализуемый фирмой товар действует такой показатель как сезонность.

Таблица 4

Динамика розничного товарооборота предприятия ОАО «Инмарко»за 2007-2008 годы в сопоставимых ценах, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Годы | Розничный товарооборот | Абсолютный прирост | | Темп роста,  % | | Темп прироста, % | | Абсолютное значение 1% прироста | |
| С пред.г. | С 2007г. | С пред.г. | С 2007г. | С пред.г. | С 2007г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| 2007 | 44600 | 5950 | 5950 | 115,39 | 115,39 | 15,39 | 15,39 | 386,5 |
| 2008 | 67162 | 22562 | 28512 | 150,59 | 173,77 | 50,59 | 73,77 | 446,0 |
| Итого | 150412 | 28512 | - | - | - | - | - | - |

Таким образом, розничный товарооборот предприятия ОАО «Инмарко» за последние три года в общей сумме составил 150412 тыс. руб. Среднее значение абсолютного прироста товарооборота составило 14256 тыс. руб. Средний темп роста составил 131,82%, прироста 31,82%.

Итак, мы провели анализ розничного товарооборота в динамике, выявив основные его характеристики и просмотрев его изменение в течение прошлого года. Причины изменения, а также факторы, повлиявшие на него, будут рассмотрены в следующем параграфе.

* 1. Факторы, влияющие на розничный товарооборот предприятия ОАО «Инмарко».

Проанализируем товарооборот предприятия ОАО «Инмарко» и определим факторы, повлиявшие на него, используя формулы и опираясь на теорию изложенные в первой главе.

Основной фактор, влияющий на товарооборот предприятий, обеспеченность торгового предприятия товарными ресурсами и их рациональное использование. Изучение товарных ресурсов торгового предприятия начинают с составления и изучения торгового баланса. Причем все показатели отражаются в товарном балансе по розничной стоимости. В товарный баланс включаются все запасы товаров (текущие, сезонные и досрочного завоза) Рассчитаем зависимость розничного товарооборота от периодичности поступления и выбытия товаров, состояния товарных запасов по формулам 4 и 5. Рассчитанные данные о движении товаров компании «Инмарко» приведены в таблице 5.

Таблица 5

Торговый баланс предприятия ОАО «Инмарко» в действующих ценах, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Факт  2007г | 2008 год | | Отклонение | | Повлияли на | |
| план | факт | От плана | От прошлого года | Выполнение плана тов. об. | Динамику товарооб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Товарные запасы на начала года | 45800 | 92500 | 94540 | +2040 | +48470 | +2040 | +48470 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Поступление товаров | 28210 | 41200 | 43013 | +1813 | +14803 | +1813 | +14803 |
| Товарные запасы на конец года | 19970 | 52860 | 52850 | +10 | +32880 | -10 | -32880 |
| Прочее выбытие товаров | 70 | 70 | 79 | +9 | +9 | -9 | -9 |
| Розничная реализация | 44600 | 83200 | 84624 | +1424 | +40024 | +1424 | +40024 |

Розничный товарооборот по сравнению с планом вырос за счет сверхнормативных товарных запасов на начало года на 2040 тыс. руб. и перевыполнение плана поступления товаров на 1813 тыс. руб. Возможности увеличения товарооборота уменьшились в связи с ростом прочего выбытия товаров и завышенными товарными запасами на конец года, что с отрицательной стороны характеризует предприятие и его торговую деятельность. По сравнению с прошлым годом объем товарооборота увеличился за счет завышения товарных запасов на начало года на 48470 тыс. руб., роста поступления товаров на 14803 тыс. руб. Возможности роста товарооборота в динамике уменьшились в результате увеличения товарных запасов на конец года на 32880 тыс. руб.

Таким образом, на выполнение плана и динамику товарооборота оказывают положительное влияние завышенные товарные запасы на начало изучаемого периода и рост поступления товаров и отрицательное – увеличение прочего выбытия товаров и завышенные товарные запасы на конец анализируемого периода.

Рассчитаем изменение розничного товарооборота за счет обеспеченности торгового предприятия трудовыми ресурсами, используя формулы 8 и 9, если производительность труда одного работника равна 340 тыс. руб. в 2008 году и 230 тыс. руб. в 2007 г., численность работников увеличилась на 63 человека, среднесписочная численность работников в предшествующем году 195 человек.

1. Изменение розничного товарооборота за счет увеличения численности работников.

Т изм.ч.= 1,47\*63+(63\*110)/2=92,61+3465=3557,61 тыс. руб.

2. Изменение объема розничного товарооборота за счет изменения производительности труда одного работника.

Т произв =195\*110+(63\*110)/2=21450+3465=24915 тыс. руб.

Рассчитаем эффективность использования товарных ресурсов по формуле

3. Э тов 2006= 44600/(45800+28210-19970)=44600/54040=0,8253 руб.

Э тов 2007= 84624/(94540+43013-52850)=84624/84703=0,9991 руб.

Таким образом, на каждый рубль товарных ресурсов приходилось около 0,83 и 1 руб. товарооборота соответственно в 2007 и 2008 годах. Эффективность использования товарных ресурсов увеличилась за последние два года, что характеризует работу предприятия с положительной стороны.

Влияние природной среды на предприятие ОАО «Инмарко» прослеживается в товарообороте, т.к. на деятельность этой фирмы оказывает влияние такой фактор как сезонность. Объемы реализуемой продукции в теплое время года, особенно в летний период, значительно выше, чем в зимний. По данным таблицы 3 можно проследить отклонение показателей розничного товарооборота в каждом месяце года от среднемесячного значения, эти показатели равны 3716 и 7052 тыс. руб. На основе таблицы 3 составим таблицу, наглядно показывающую сезонные колебания товарооборота.

Таблица 6

Сезонные колебания розничного товарооборота, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц | 2007 г | Отклонение от среднего в 2007 г | 2008 г | Отклонение от среднего в 2008 г |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Январь  Февраль  Март | 2250  2495  3905 | -1466  -1221  +189 | 4690  4850  5660 | -2362  -2202  -1392 |
| Апрель  Май  Июнь | 4150  5700  5750 | +434  +1984  +2034 | 7020  10890  10840 | -32  +3838  3788 |
| Июль  Август  Сентябрь | 5760  5575  3665 | +2044  +1859  -51 | 10978  10720  8952 | +3926  +3668  +1900 |
| Октябрь  Ноябрь  Декабрь | 2600  1750  1000 | -1116  -1966  -2716 | 5280  3244  1500 | -1772  -3808  -5552 |
| Всего за год | 44600 |  | 84624 |  |

Как видно из таблицы, наибольший объем розничного товарооборота приходится на периоды с марта по август в 2007 году и с мая по сентябрь 2008 года. Влияние сезонности на розничный товарооборот предприятия ОАО «Инмарко» объясняется спецификой реализуемой ей продукции.

Чтобы сгладить влияние сезонности на работу компания осуществляет специальные предложения, например, два товара по цене одного; проводит рекламные акции; делает скидки покупателям, которые берут товар на крупную сумму, и обновляет предлагаемый ассортимент, добавляя его товарами в меньшей степени подверженными сезонности.

Поскольку рассматриваемая мной компания занимается торговлей, т.е. непосредственно работает с людьми, то на результат ее деятельности культурный фактор оказывает значительное влияние. Культурное обслуживание потребителей – одна из составляющих успеха деятельности торгового предприятия. Торговый работник – лицо магазина, от терпения, такта, понимания и культуры его поведения зависит, с каким настроением уйдет клиент и вернется ли он снова в этот магазин за покупкой. Грубое отношение к покупателям отрицательно воздействует на спрос, а также сводит к нулю различные усилия компании, направленные на привлечение потребителя к своей фирме и предлагаемой продукции. Этот фактор может повлиять на различных экономических показателях данного предприятия, т.о. влияет и на уровень прибыли предприятия.

Глава 3. Пути улучшения показателей розничного товарооборота компании «Инмарко».

3.1 Мероприятия по улучшению показателей розничного товарооборота компании «Инмарко».

На основе проведенного исследования розничного товарооборота, изложенного в предыдущих параграфах, можно предложить следующие мероприятия для увеличения его качественных характеристик.

Укомплектовать штат работников компании в соответствии с планом. Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами недостаточна, растет нагрузка на действующий персонал компании из-за нехватки работников, что приводит к снижению производительности их труда, а следовательно работники будут обслуживать меньше покупателей, что отрицательно скажется на показателях розничного товарооборота компании.

Поставить перед сотрудниками компании цель по снижению этого показателя, так как в компании этот показатель имеет тенденцию к увеличению, а он крайне неблагоприятно влияет на розничный товарооборот и предприятие теряет значительную часть денежных средств.

Назначить ответственных лиц за контроль над уровнем товарных запасов, так как в данной компании очень высокие показатели товарных запасов на конец года, что не является необходимым для компании и отрицательно влияет на товарооборот предприятия.

Разработать комплекс мероприятий по снижению влияния сезонности на компанию, который должен быть основан на предварительном маркетинговом исследовании рынка, на котором представлена данная компания.

Повысить уровень квалификации торгово-оперативных работников, что повысит их уровень знаний, умений и навыков. Это в свою очередь позволит экономить время на обслуживание покупателя, что в конечном итоге благоприятно отразится на производительности их труда, а, следовательно, и на товарообороте компании.

Проводить инструктаж и стажировку торгово-оперативных работников, тем самым, отбирая лучших. Также это позволит новым работникам познакомиться и изучить ассортимент предлагаемых товаров. Знание ассортимента позволит быстрее ориентироваться в товаре, а при отсутствии необходимого для клиента товара предложить ему альтернативу.

Проводить беседы с торгово-оперативным персоналом о важности взаимоотношений с покупателями, ведь их грубость, нетерпеливость и бестактность может сформировать у покупателя и групп покупателей негативное отношение и к продавцу, и к товару, и к фирме.

3.2 Расчет экономической эффективности повышения квалификации торгово-оперативных работников компании «Инмарко»

Рассчитаем, насколько экономически будет выгодно повышение квалификации торгово-оперативных работников, необходимые данные для расчета приведены в таблице 7.

Таблица 7

Исходные данные для расчета

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Значение показателя |
| 1 | Число торгово-оперативных работников, повышающих квалификацию, чел | 10 |
| 2 | Экономия времени после повышения квалификации работников, мин | 1 |
| 3 | Годовой фонд времени 1 работника,  дни,  ч | 261  2088 |
| 4 | Среднесписочная численность работников, чел | 258 |
| 5 | Фонд оплаты труда одного работника, руб. | 25620 |
| 6 | Отчисления во внебюджетные фонды, % | 35,8 |
| 7 | Нормативный коэффициент экономической эффективности | 0,15 |
| 8 | Единовременные затраты | 10000 |

В среднем за смену торгово-оперативный работник обслуживает 60 клиентов и на обслуживание одного клиента он тратит в среднем 3 минуты. После совершенствования квалификации работник будет четче и быстрее выполнять необходимые действия, в результате чего время на обслуживание клиента сократится до 2 минут. Таким образом, сэкономленное время равно 60 минут (3-2)\*60).

Экономия времени рассчитывается по формуле:

Эвр=(t\*Чохв\*Фг.вр.)/60, (11)

где t – сокращение времени после внедрения мероприятия, мин;

Чохв – численность работников, охваченных мероприятием, чел.;

Фг.вр - годовой фонд времени, дни.

Экономия численности рассчитывается по формуле:

Эчисл=Эвр/Фг.вр, (12)

где Фг.вр.- годовой фонд времени, ч.

Прирост производительности труда работников охваченных мероприятием и в целом по отделению рассчитывается соответственно по следующим формулам:

Птр. охв. = (Эчисл\*100)/(Чохв-Эчисл), (13)

Птр. ср. = (Эчисл\*100)/(Чсред-Эчисл). (14)

Экономия по заработной плате рассчитывается по формуле:

Э зп = Э числ\* ФОТ 1раб, (15)

где ФОТ 1раб - фонт оплаты труда одного работника, руб.

Экономия по отчислениям во внебюджетные фонды рассчитывается по формуле:

Э внеб = Э зп\* ОТ Чвнеб, (16)

где ОТЧ внеб - отчисления во внебюджетные фонды, %.

Экономия от снижения себестоимости рассчитывается по формуле:

Э с/с = Э зп+Эвнеб, (17)

Годовой экономический эффект рассчитывается по формуле:

Эг =Эс/с – Ен\*Зд, (18)

где Эс/с – экономия от снижения себестоимости, руб.;

Ен - нормативный коэффициент экономической эффективности;

Зд - затраты единовременные, связанные с реализацией организационных мероприятий, руб.

Расчет

1. Экономия времени:

Эвр = (60\*10\*216)/60=129600/60=2160 (чел-час).

1. Экономия численности (условное высвобождение):

Э числ =2160/2088=1,035 (чел)

3. Прирост производительности труда:

Птр.охв = (1,035\*100)/(10-1,035)=103,5/8,97=11,54%

Птр.ср = (1,035\*100)/(258-1,035)=103,5/256,97=0,40%

4. Экономия по заработной плате:

Э зп = 1,035\*25620= 26516,7 (руб.)

5. Экономия по отчислениям во внебюджетные фонды:

Э внеб = 26516,7\*(35,8/100)=9492,98 (руб.)

6. Экономия от снижения себестоимости:

Э с/с = 26516,7+9492,98 =36009,68 (руб.)

7. Годовой экономический эффект:

Эг = 36009,68 -0,15\*10000=36009,68 -1500=34509,68 (руб.)

Заключение

В работе дана оценка торговой деятельности компании «Инмарко». Цели работы достигнуты: изучен розничный товарооборот компании в динамике и по отношению с планом, выявлены, рассчитаны и проанализированы показатели, влияющие на товарооборот компании, даны рекомендации по улучшению качественных показателей розничного товарооборота.

В целом работу компании можно оценить, как стабильную. Наблюдается рост качественных показателей товарооборота, рост оплаты труда работников, намечены пути роста и расширения поля деятельности компании, периодически расширяется и обновляется ассортимент мороженого. Слабыми местами являются влияние сезонности на розничный товарооборот, поэтому компании следует кроме мороженого заняться реализацией каких-либо других товаров, чтобы сгладить это воздействие, увеличение прочего выбытия товаров и завышение товарных запасов на конец периода.

Интенсивный рост розничного товарооборота компании происходит за счет увеличения числа торговых точек, роста численности торгово-оперативных работников и их производительности труда, перевод некоторых киосков на круглосуточную работу и роста эффективности использования товарных ресурсов. Кроме того, на увеличение товарооборота, конечно же повлияло увеличение цен.

Внедрение предлагаемых мероприятий поможет увеличить товарооборот компании «Инмарко», повысить профессиональный уровень работников в соответствии с выполняемыми ими функциями. Кроме того, предложенные мероприятия экономически выгодны, они позволяют экономить бюджет, а, следовательно, высвобожденные средства помогут решить другие проблемы компании. Таким образом, данная работа носит не только теоретический, но и практический характер и имеет определенную значимость не только для разработчика, но и для самого предприятия.

При более глубоком изучении деятельности данной компании в целом, в частности при проведении фотографий рабочего времени всех работников, возможно внедрение мероприятий, которые затрагивали бы абсолютно всех работников, способствовали росту их профессиональных качеств, экономии времени работниками, поддерживанию благоприятной рабочей атмосферы и психологического климата в коллективе, что влияет на все показатели работы.

При выполнении работы использовались знания, полученные на экономике и социологии труда, экономической теории, экономика предприятия, а также смежных с ними дисциплин.

На основе данной работы возможен дальнейший анализ деятельности компании в целом. Пути дальнейшей разработки, углубления и расширения данной темы огромны. Можно, например, рассмотреть какие факторы, кроме описанных в данной работе влияют также на розничный товарооборот, более детально изучить влияние товарных запасов, изучить качество торгового обслуживания покупателей, исследовать состояние материально-технической базы розничной торговли, сравнить розничный товарооборот данной компании с данными за те же периоды другого предприятия. Изучение этих характеристик позволит глубже исследовать работу отделения и возможно откроет новые направления развития данной темы.

В целом результат этой роботы еще раз подтверждает необходимость и целесообразность деятельности, направленной на изучение розничного товарооборота, увеличение его показателей и целесообразности дальнейшей работы в этом направлении.

Кроме закрепления теоретических знаний по розничному товарообороту, данная работа позволила получить более полное представление о торговом предприятии, его деятельности, задачах и функциях, а также познакомится с существующей на предприятиях документацией, отчетностью, порядком ее разработки и сдачи.

Список литературы

1. Баканов М.И. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: ИНФРА-М,1999.-360с.
2. Барнгольц С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития. - М.: ИНФРА-М,1994.-230с.
3. Кевин В.К. Теория индексов и практика экономического анализа. – М.: Финансы и статистика,2007.-258с.
4. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет, анализ хозяйственной деятельности и аудит в условиях рынка. – М.:Экономика,2002.
5. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учеб.для вузов.-5-е изд., перераб. и доп.-Мн.:Выш.шк.,2000.-430с.
6. Методика расчета экономической эффективности мероприятий НОТ. М.: Изд-во НИИтруда,2005.
7. Михайлов – Станюта И.А., Ковалев Л.А., Шулейко О.Л. Оценка финансового состояния предприятия. Минск,2004.
8. Основы предпринимательской деятельности / Под ред.Осипова Ю.М. **–** М.:Изд-во Московского университета,2002.
9. Скотт Синк Д. Управление производительностью/ Пер. с англ. М.:Прогресс,2003.
10. Самуэльсон П.Экономика/ Пер. с англ. М.:Прогресс,2004
11. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: Учебник.-2-е изд., перераб. и доп./Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько.-М.:ИНФРА-М,2001.-560с.
12. Учет и финансовый анализ: инструменты эффективного управления/ Под ред.Д.А. Панькова.- Минск,2005.
13. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник/Под общ. ред. А.Н. Соломатина.-М.:ИНФРА-М,2001.-295с.
14. Экономика и организация деятельности торгового предприятия /Под общ. ред. А.И. Соломатина. М.: ИНФРА-М, 2001.-295с.