Товарооборот предприятий торговли

1.Сущность и состав товарооборота
2. Анализ товарооборота на предприятиях торговли
3. Методы планирования товарооборота

Товарооборот является важнейшим оценочным показателем торгового предприятия, измерителем эффективности деятельности.

Показатели товарооборота дают возможность выявить фактическую потребность в товарах, уровень покупательской способности населения, требования покупателей к товарам, факторы предпочтения при выборе товаров потребителями, а также перспективы изменения потребностей, выраженные не только темпами изменения товарооборота, но и характеристикой жизненного цикла товара.

Товарооборот является показателем размера предприятия, показателем денежной выручки за проданные товары, основой для определения потребности в материальных, трудовых и финансовых ресурсах.

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

Торговое предприятие для оценки результатов своей деятельности в процессе анализа и планирования использует различные количественные и качественные показатели товарооборота. К этим показателям относятся:

- общий объем продажи товаров за отчетный и прошлый периоды в текущих и сопоставимых ценах;
- продажа товаров по видам, формам, по структурных подразделениям в разрезе отдельных фирм (магазинам, отделам, секциям и т.п.);

- среднедневная продажа товаров;
- товарная структура товарооборота;
- розничные и оптовые цены на товары;
- равномерность, ритмичность, сезонность реализации товаров;
- поступление товаров в покупных ценах;
- наличие товаров на складе, соответствие их нормативам;
- время обращения товарных запасов;

- издержкоемкость и рентабельность продаж отдельных товаров и товарных групп;
- товарооборот на одного работника, на одного продавца;
- товарооборот на 1м2 торговой площади;
- число покупателей за анализируемый период;
- степень удовлетворения спроса (завершенность покупки, ее средняя стоимость, интенсивность потока покупателей и т.п.

Цель анализа товарооборота – получение информации, необходимой торговому предприятию для принятия решения о том, что и в каких количествах ему следует продавать на рынке в будущем, чтобы обеспечить получение необходимой прибыли.

1. Анализ товарооборота в предплановом
ериоде, проверка степени его выполнения по
авнению с планом или предыдущим периодом;
ыявление всех изменений, происшедших в объеме,
ставе и структуре товарооборота за этот период.
Изучение, количественное измерение и обобщение
ияния факторов на динамику и изменение
варооборота.
Выявление внутренних резервов, путей и
зможностей оптимизации товарооборота и
вершенствования его ассортиментной структуры.

Анализ объема товарооборота проводится в определенной последовательности:

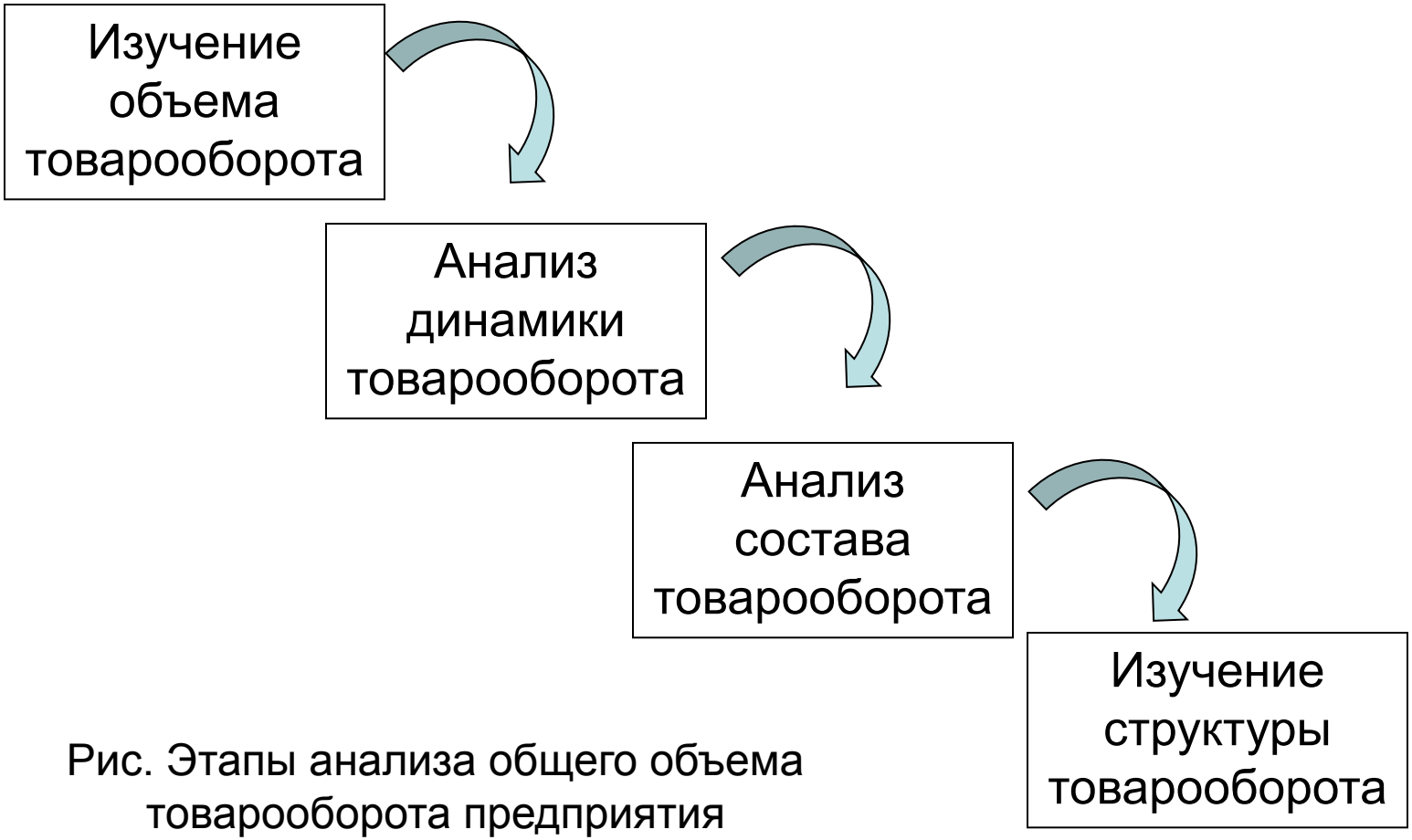

Рис. Этапы анализа общего объема товарооборота предприятия

Следующей задачей анализа товарооборота являются изучение, количественное изменение и обобщение влияния факторов на динамику и изменение объема товарооборота.

Важнейший фактор развития товарооборота – обеспеченность предприятия товарными ресурсами.

$$Зн + П = О + В + Зк$$

Следующая группа факторов связана с состоянием и использованием материально-технической базы торгового предприятия.

Показатель	Расчет показателя	Обозначение	Содержание показателя
Объем товарооборота	$O = \sum_{i}^{n} p_i q_i$	О – объем товарооборота piqi – реализация отдельного товара $\sum_{i}^{n} p_i q_i$ -весь товарооборот n – число i-х товаров (товарных групп)	Сумма проданных товаров за определенный период
Структура товарооборота	$Д_i = \frac{p_i q_i}{\sum_{i}^{n} p_i q_i}$	$Д_i$ – удельный вес товара	Удельный вес каждого товара или товарной группы в общем объеме товарооборота

Показатель	Расчет показателя	Обозначение	Содержание показателя
Динамика товарооборота	$T_i = \sqrt[n-1]{\frac{O_n}{O_i}}$	T_i-средний темп; O_n-товарооборот последнего периода; O_i-товарооборот первого периода; n-число периодов	Средний темп роста товарооборота
Равномерность товарооборота			
Коэффициент вариации	$V = \frac{T \times G \times 100}{\overline{O}}$	V- коэффициент вариации; G - среднеквадратическое отклонение; $\overline{O}$ - средний объем реализации	Неравномерность выполнения плана товарооборота
Коэффициент равномерности	$K_p = 100 - V$	K_p – коэффициент равномерности	Равномерность выполнения плана товарооборота
Коэффициент ритмичности	$V = \frac{n_n}{n_o}$	n_n – количество периодов, когда план выполнен; n_o- общее количество периодов	Ритмичность выполнения плана товарооборота

Методы планирования товарооборота

Планирование товарооборота служит инструментом выявления будущей прибыли предприятия, позволяет улучшить контроль за размещением и использованием всех его ресурсов.

Процесс планирования товарооборота состоит из нескольких этапов.

Рис.Этапы планирования товарооборота предприятия

1) Если предприятие располагает только рядом статистических данных, рактеризующих изменение товарооборота во времени, то плановые казатели можно рассчитать путем метода ***экстраполяции.*** Экстраполяция уществляется различными приемами. Выбор метода экстраполяции висит от особенностей динамического ряда.
ановый показатель рассчитывается по формуле:

$$O_n = O_{n-1} \times T_c$$

O_n - плановый товарооборот;

O_{n-1} - товарооборот последнего периода в ряду динамики;

T_c - средний темп роста товарооборота;

2) К экономико-статистическим методам планирования общего объема товарооборота относится ***метод, основанный на сглаживании данных о приросте товарооборота за ряд периодов., предшествующих плановому.***

$$\overline{K}_1 = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3}$$

$$\overline{K}_2 = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3}$$

$$\overline{K}_3 = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3}$$

и т.д.

$$\overline{\Delta} = \frac{\overline{K}_n + \overline{K}_1}{n-1}$$

$\overline{\Delta}$ - среднегодовое (квартальное) изменение прироста товарооборота, %

$\overline{K}_n$ - завершающий показатель в ряду выравненных средних, %

$\overline{K}_1$ - первый показатель в ряду выравненных средних, %

n - количество показателей выравненного ряда средних, %

3) ***Метод, основанный на получении необходимой суммы прибыли,*** предполагает проведение плановых расчетов, которые основываются на заранее рассчитанной целевой сумме прибыли и ряде других финансовых показателей.

4) Планирование объема продажи товаров может проводиться ***методом технико-экономических расчетов, или нормативным.***

Этот объем реализации товаров может быть определен по следующей формуле:

$$Об = \frac{И_{пост} \times 100}{У_{вд} - УИ_{пер}}$$

$Об$ - объем реализации товаров, обеспечивающий достижение «точки безубыточности»

$У_{вд}$ - уровень валового дохода от реализации, %

$И_{пост}$ - сумма постоянных издержек обращения;

$УИ_{пер}$ - уровень переменных издержек обращения к товарообороту, %;

5) ***Следующий этап планирования товарооборота –*** распределение товарооборота по отдельным товарным группам, т. е. планирование структуры товарооборота.

6) Для планирования структуры товарооборота торгового предприятия может быть использован метод, основанный на ***расчете коэффициентов эластичности,*** отражающих изменение оборота по отдельным товарам в зависимости от изменения общего объема товарооборота торгового предприятия:

$$Э_i = \frac{\Delta O_i}{\Delta O}$$

$Э_i$ - коэффициент эластичности по *i*-му товару, %

ΔO_i - прирост товарооборота по *i*-му товару в отчетном году по сравнению с предшествующим годом, %

ΔO - прирост общего объема товарооборота торгового предприятия в отчетном году по сравнению с предшествующим годом, %

6) ***Следующий этап планирования-*** расчет товарооборота по кварталам и месяцам.

Наиболее простым и достаточно надежным методом является ***метод относительной средней.*** При данном методе допустима сопоставимость товарооборота только в течении года. Для расчета необходимо использовать данные о квартальном (месячном) обороте не менее чем за три года. При этом неважно, в каких ценах (сопоставимых или фактических) ведутся расчеты, так как при данной методике влияние индекса цен нивелируется.

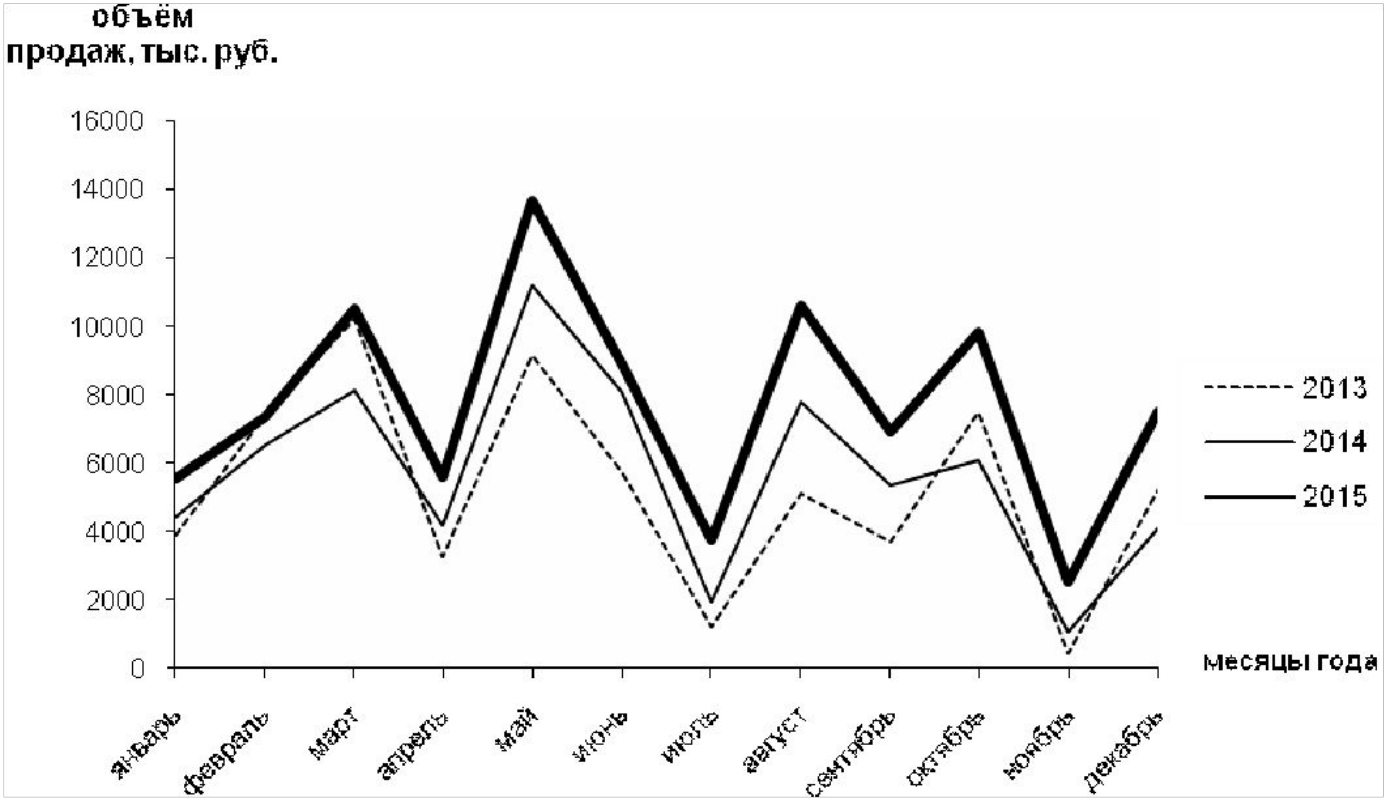

Рис. Динамика реализации продукции ОАО «Прохладненский хлебозавод» за период 2013-2015 гг.

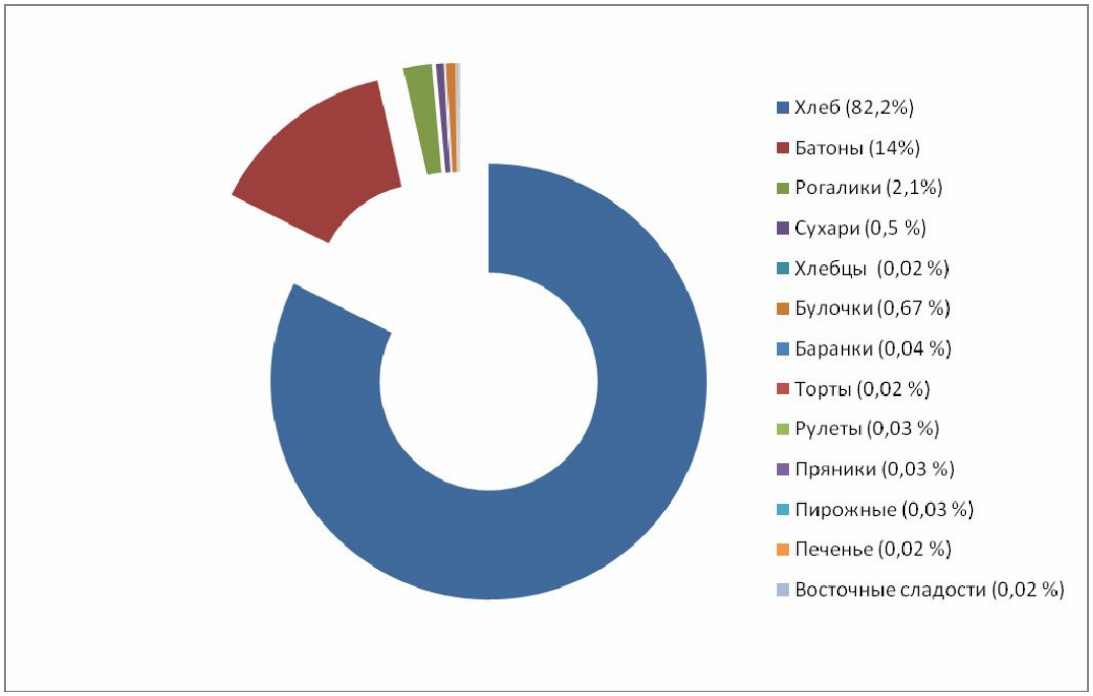

Рис. 2.6. Структура сбыта продукции ОАО «Прохладненский хлебозавод» в 2013 году, в % к итогу

Таблица 2.5.

Динамика и структура региональных продаж

ОАО «Прохладненский хлебозавод» 2013-2015 гг.

да и ны	2013		2014		2015		Темпы роста /снижения 2014 к 2013, %	Темпы роста /снижения 2015 к 2014, %
	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу	В тыс. руб.	В % к итогу		
	2	3	4	5	6	7	8	9
всего	39701	63,2	42214	61,09	51382	55,3	106,3	121,7
дненс йон	17100	27,2	25390	36,7	29800	32,1	148,4	117,3
ий	7832	12,4	6800	9,8	7125	7,6	86,9	104,7
.ч. г. ик	10623	16,9	9124	13,2	13269	14,3	85,9	145,4
ругие х	4146	6,6	900	1,3	1188	1,2	-260	132,1
лика ая	22365	35,6	23508	34,01	33260	35,8	104,8	141,4
. савказ	12584	20,04	13283	19,2	18530	19,9	105,5	139,5
.	8311	13,2	9306	13,4	11705	12,6	111,9	125,7
ругие х	1470	2,3	919	1,3	3025	3,2	62,6	329,1
е х	722	1,1	3379	4,8	6069	6,5	468,1	179,6
	62788	100	69101	100	92711	100	+1020,4	+1536,5

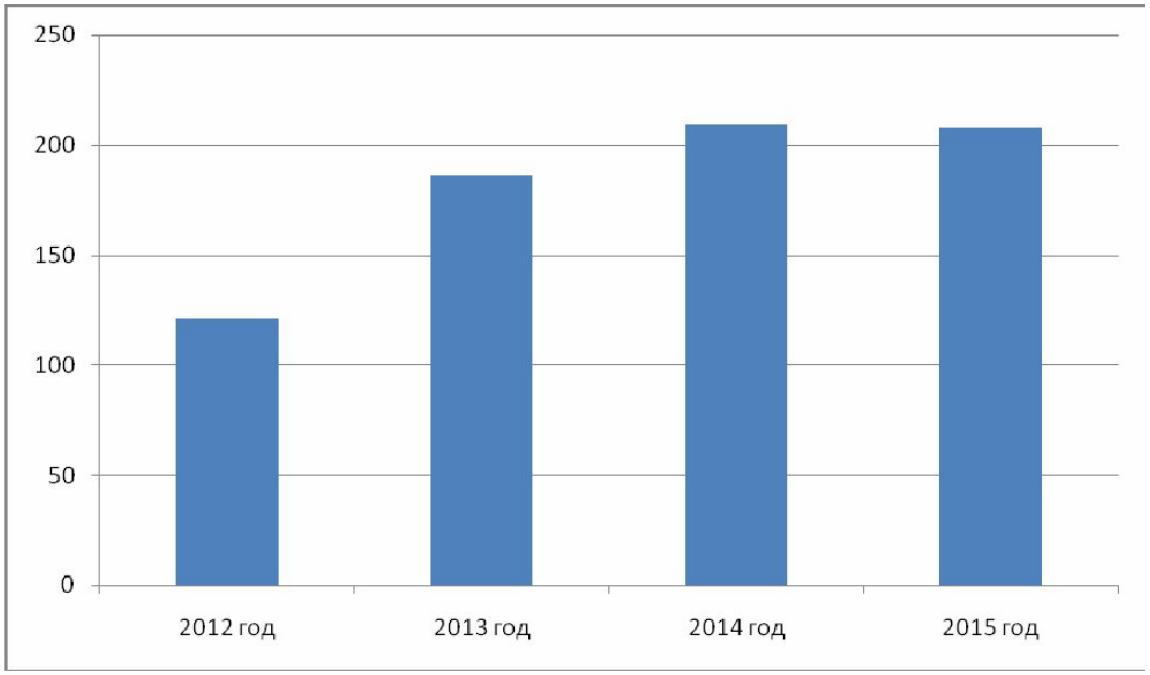

Рис. 2.5. Анализ динамики количества точек сбыта ОАО «Прохладненский хлебозавод» 2012-2015гг