***Царегородцев Алексей Вячеславович***

**ВЫПУСКНАЯ**

**КВАЛИФИКАЦИОННАЯ**

**РАБОТА**

***Управление товарооборотом как элемент финансовой политики Малмыжского РАЙПО***

Оглавление

[Введение 3](#_Toc421001898)

[1 Теоретические основы управления товарооборотом как элемента финансовой политики торгового предприятия 5](#_Toc421001899)

[1.1 Содержание финансовой политики торгового предприятия 5](#_Toc421001900)

[1.2 Содержание и процесс управления товарооборотом 8](#_Toc421001901)

[1.3 Методы управления закупками 17](#_Toc421001902)

[1.4 Управление финансовыми рисками торгового предприятия 20](#_Toc421001903)

[2 Организационно-экономическая характеристика Малмыжского РАЙПО 27](#_Toc421001904)

[2.1 Организационно-правовая характеристика 27](#_Toc421001905)

[2.2 Экономическая характеристика 28](#_Toc421001906)

[2.3 Анализ финансового состояния 34](#_Toc421001907)

[3 Управление товарооборотом как элемент финансовой политики Малмыжского РАЙПО 39](#_Toc421001908)

[3.1 Финансовая политика предприятия в области управления товарооборотом 39](#_Toc421001909)

[3.2 Анализ динамики, состава и структуры товарооборота 48](#_Toc421001910)

[3.3 Оценка ритмичности товарооборота 53](#_Toc421001911)

[3.4 Факторный анализ товарооборота 54](#_Toc421001912)

[3.5 Предложения по совершенствованию управления товарооборотом на предприятии 59](#_Toc421001913)

[3.6 Планирование товарооборота предприятия 64](#_Toc421001914)

[Заключение 68](#_Toc421001915)

[Список литературы 70](#_Toc421001916)

[Приложения 73](#_Toc421001917)

Введение

Одна из главных задач анализа товарооборота организации состоит в том, чтобы наиболее точно определить в условиях неопределенности, что и в каких количествах оно может продавать на рынке.

Для торговой организации эта задача сводится к тому, чтобы определить, что нужно закупать, выбрать те изделия, которые пользуются или будут пользоваться в будущем наибольшим спросом у потребителей, и обеспечить получение необходимой прибыли.

Реальным стимулом развития розничного товарооборота может стать оптимальное соотношение цен на различные виды товаров с учётом динамики спроса на них.

В силу различных причин, товарооборот предприятия в данный день (неделю, месяц) почти никогда не совпадает с товарооборотом в другом аналогичном периоде.

Работникам приходится принимать решения в условиях вероятностной определенности. Требуется принятие решений не только в отношении величин детерминированных или принятых за таковые, но и в отношении величин случайных, которые характеризуются не единственным значением, а распределением вероятностей. Выдвигаются гипотезы в отношении размера закупок, запасов, покупательской активности, платежеспособного спроса и объема реализации товаров в течение дня, либо в другой кратковременный период. Затем, по фактическому объему и структуре товарооборота, ранее принятая гипотеза проверяется.

Поэтому актуальными являются вопросы управления товарооборотом предприятия.

Цель работы – изучить систему управления товарооборотом в конкретной организации и разработать мероприятия по ее совершенствованию.

Исходя из поставленной цели работы, необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические и методологические основы управления розничным товарооборотом как элемента финансовой политики организации.
2. Представить организационно - экономическую характеристику объекта исследования.
3. Изучить финансовую политику управления товарооборотом в организации
4. Провести анализ товарооборота как объекта управления
5. Изучить контроль и дать оценку рисков предприятия при управлении товарооборотом;
6. Разработать мероприятия по совершенствованию политики управления товарооборотом в организации.

Объектом исследования ВКР является Малмыжское РАЙПО.

Период исследования : 2012-2014гг.

При написании работы использовались следующие методы исследования: экономико-статистический, абстрактно-логический, расчетно- конструктивный и другие

Источниками информации, которые послужили основой теоретической и информационной базы исследования, явились работы ученых, связанные с изучением товарооборота, данные бухгалтерского учета и отчетности организации, электронные ресурсы ИПЦ «Консультант Плюс: Высшая школа».

1 Теоретические основы управления товарооборотом как элемента финансовой политики торгового предприятия

1.1 Содержание финансовой политики торгового предприятия

Финансовая политика торгового предприятия — это совокупность методов управления финансовыми ресурсами предприятия, направленных на формирование, рациональное и эффективное использование финансовых ресурсов [23].

Целью разработки финансовой политики торгового предприятия является построение эффективной системы управления финансами, направленной на достижение стратегических и тактических целей предприятия.

Стратегическими задачами разработки финансовой политики торгового предприятия могут являться: максимизация прибыли предприятия; оптимизация структуры капитала предприятия и обеспечение его финансовой устойчивости; достижение прозрачности финансово – экономического состояния предприятия для собственников, инвесторов, кредиторов; обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия.

К основным направлением разработки финансовой политики торгового предприятия относятся: анализ финансово – экономического состояния предприятия; разработка учетной и налоговой политики; выработка кредитной политики предприятия; управление оборотными средствами, кредиторской и дебиторской задолженностью; управление издержками, включая выбор амортизационной политики; выбор дивидендной политики [21].

Финансовая политика выражает целенаправленное использование финансов для достижения стратегических и тактических задач, определенных учредительными документами (уставом) предприятия. Например, усиление позиций на рынке товаров (услуг), достижение приемлемого объема продаж, прибыли и рентабельности активов и собственного капитала, сохранение платежеспособности и ликвидности баланса.

Содержание финансовой политики многогранно и включает следующие основные звенья:

- разработку оптимальной концепции управления финансовыми (денежными) потоками предприятия, обеспечивающую сочетание высокой доходности и защиты от коммерческих рисков;

- выявление основных направлений использования финансовых ресурсов на текущий период (декаду, месяц, квартал) и на ближайшую перспективу (год и более длительный период). При этом учитываются возможности развития производственно-торговой деятельности. Состояние макроэкономической конъюнктуры (налогообложение, учетная ставка банковского процента, нормы амортизационных отчислений по основным фондам и др.);

- осуществление практических действий, направленных на достижение поставленных целей (финансовый анализ и контроль, выбор способ финансирования предприятия, оценка реальных инвестиционных проектов и финансовых активов и т.д.) [25].

Единство трех ключевых звеньев определяет содержание финансовой политики, стратегическими задачами которой являются:

- максимизация прибыли как источника экономического роста;

- оптимизация структуры и стоимости капитала, обеспечение финансовой устойчивости и деловой активности предприятия;

- достижение финансовой открытости предприятия для инвесторов и кредиторов;

- использование рыночных механизмов привлечения капитала с помощью финансового лизинга, проектного финансирования;

- разработка эффективного механизма управления финансами (финансового менеджмента) на основе диагностики финансового состояния с учетом постановки стратегических целей деятельности предприятия, адекватных рыночным условиям, и поиска путей их достижения [25].

При разработке эффективной системы управления финансами постоянно возникают проблемы гармонизации развития интересов предприятия, наличия достаточного объема денежных ресурсов и сохранения высокой платежеспособности [17].

Исходя из продолжительности периода и характера решаемых задач, финансовая политика классифицируется на финансовую стратегию и тактику.

Финансовая стратегияразрабатывается в соответствии с глобальными задачами социально-экономической стратегии предприятия. Она представляет собой долгосрочную финансовую политику. В процессе ее разработки прогнозируются основные тенденции развития финансов, формируется концепция использования, намечаются принципы финансовых отношений с государством (налоговая политика) и партнерами (поставщиками, покупателями, кредиторами, инвесторами, страховщиками и др.).

Стратегия предполагает выбор альтернативных путей развития предприятия. При этом используются прогнозы, опыт и интуиция специалистов (менеджеров) для мобилизации финансовых ресурсов на достижение поставленных целей. С позиции стратегии формируются конкретные цели и задачи производственной и финансовой деятельности и принимаются оперативные управленческие решения.

К важнейшим направлениям разработки финансовой стратегии торгового предприятия относятся:

- анализ и оценка финансово-экономического состояния;

- разработка учетной и налоговой политики;

- выработка кредитной политики;

- управление основным капиталом и амортизационная политика;

- управление оборотными активами и кредиторской задолженностью;

- управлением товарооборотом;

- управление заемными средствами;

- управление текущими издержками, сбытом продукции и прибылью;

- ценовая политика;

- выбор дивидендной и инвестиционной политики;

- оценка достижений предприятия и его рыночной стоимости [29].

Составной частью финансовой стратегии являются перспективное финансовое планирование, ориентированное на достижение основных параметров деятельности предприятия: объем и себестоимость продаж, прибыль, рентабельность, финансовая устойчивость и платежеспособность.

Финансовая тактика направлена на решение более частных задач конкретного этапа развития предприятия путем своевременного изменения способов организации финансовых связей, перераспределения денежных ресурсов между видами расходов и структурными подразделениями. При относительно стабильной финансовой стратегии финансовая тактика должна отличаться гибкостью, что вызывается изменением рыночной конъюнктуры (спроса и предложения на ресурсы, товары, услуги и капитал). Стратегия и тактика финансовой политики тесно взаимосвязаны. Правильно выбранная стратегия создает благоприятные возможности для решения тактических задач.

Таким образом, финансовая политика – это совокупность мероприятий по целенаправленному формированию, организации и использованию финансов для достижения целей предприятия. Основа финансовой политики – четкое определение единой концепции развития предприятия, выбор из всего многообразия механизмов достижения поставленных целей оптимальных, а также разработка эффективных механизмов контроля.

1.2 Содержание и процесс управления товарооборотом

Процесс управления товарооборотом представляет собой комплекс мероприятий, направленных на обеспечение тактических маркетинговых задач, относящихся к продажам товаров [16].

Стратегия управления товарооборотом является частью общего стратегического плана развития торгового предприятия.

Разработка стратегии управления товарооборотом предприятия осуществляется, исходя из стратегических целей деятельности предприятия, и имеет целью обеспечение необходимых темпов развития торгового предприятия, наиболее полное удовлетворение спроса потребителей, расширение их контингента [20].

Содержание и процесс управления товарооборотом зависят от специализации и сфер деятельности торговых предприятий.

С учетом главной цели, задач и принципов управления строится система управления товарооборотом в торговом предприятии, определяется конкретное содержание этого управления и последовательность его осуществления.

Этапы управления товарооборотом можно представить следующим образом:

1. Первый этап управления товарооборотом предусматривает формирование информационной базы, т.е. совокупности сведений, необходимых для принятия управленческих решений относительно объема и структуры розничного товарооборота.

2. Второй этап предусматривает проведение анализа состояния реализации товаров данным предприятием, и оцениваются возможности дальнейшего роста объема товарооборота.

В ходе проведения этой работы анализируют объем, состав и структуру реализации товаров в прошлых периодах.

Далее рекомендуется определить тенденции развития и факторы, влияющие на данный показатель, ритмичность и сезонность реализации отдельных групп товаров, оценить степень и причины невыполнения ранее разработанных планов развития товарооборота.

Кроме того, рекомендуется провести анализ влияния факторов внешней среды в настоящее время и на перспективу.

Анализ товарооборота 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 товарооборота [24].

Таким образом, методику экономического анализа товарооборота можно представить следующим образом:

1) изучение выполнения плана товарооборота по розничной реализации, оптовой продаже, выполнение плана по валовому товарообороту;

2) изучение динамики товарооборота. Анализ товарооборота проводится в фактических (действующих) и сопоставимых ценах. Для определения товарооборота в сопоставимых ценах необходимо его объем с момента действия новых продажных цен разделить на индекс цен. Необходимо также проанализировать, какие изменения произошли в составе товарооборота по сравнению с прошлым периодом[13].

3) анализ производственной программы предприятия;

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.

Результатом проведенной аналитической работы является изучение возможностей предприятия относительно дальнейшего роста товарооборота  и определения основных противодействующих факторов.

3. Третий этап управления товарооборотом предприятия связан с определением целей дальнейшего развития товарооборота.

Он предусматривает разработку плана и формирование ассортиментной структуры товарооборота.

При этом выбираются следующие стратегии развития:

1. достижение объема и формирования структуры товарооборота с учетом возможностей данного сегмента потребительского рынка и  поиск изменений его конъюнктуры («ориентация на спрос»).
2. достижение объема и формирование структуры товарооборота, который бы обеспечивал максимальную эффективность использования имеющегося ресурсного потенциала («ориентация на ресурсообеспеченость»).
3. достижение объемов товарооборота и формирование его структуры, исходя из необходимости получения целевой суммы прибыли («ориентация на прибыль»).

Все перечисленные цели управления товарооборотом тесно связаны, и могут быть реализованы только на базе комплексного подхода.

Особенности рынка деятельности предприятия, стадия жизненного цикла предприятия и его реализуемых товаров, могут обусловливать приоритетность реализации отдельных целей управления товарооборотом.

Это имеет определяющее значение для выбора методик планирования объема товарооборота на предприятии в предстоящий период.

4. Четвертый этап управления товарооборотом предусматривает планирование объемов продаж торгового предприятия.

Планирование объема и структуры реализации товаров, по словам Плоткина Б.К. [25] является одним из ответственных этапов в системе экономического управления товарооборотом. Это объясняется важным значением этих показателей в системе планов экономического и финансового развития предприятия.

При планировании товарооборота, определяют с одной стороны, его необходимый объем, исходя из целевой суммы прибыли, а с другой возможный объем и структуру товарооборота в условиях имеющегося ресурсного потенциала предприятия.

В таблице 1 представим различные варианты и подходы к управлению товарооборотом [21].

Таблица 1 - Характеристика условий и места отдельных стратегических подходов к управлению товарооборотом

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название стратегического подхода | Место в процессе управления товарооборотом | Условия приоритетности реализации |
| 1. Ориентация на спрос | Определение максимального объема реализации товаров в данном сегменте потребительского рынка | Деятельность предприятия в сегменте рынка с большим объемом неудовлетворенного спроса и низким уровнем конкурентной борьбы |
| 2. Ориентация на ресурсное обеспечение | Определение объема товарооборота, который может бать достигнут при имеющемся ресурсном потенциале и уровне эффективности его использования | Деятельность предприятия на перспективном сегменте потребительского рынка или в условиях  ухудшения конъектуры рынка и снижения объемов реализации |
| 3. Ориентация на прибыль | Определение минимальных объемов товарооборота, исходя с условий самоокупаемости и самофинансирования деятельности предприятия | Жесткие финансовые ограничения, большой объем условно постоянных текучих затрат и заемного капитала, гарантированность выплат дивидендов, большие инвестиционные и социальные потребности. |

5. На пятом этапе управления товарооборотом осуществляют обоснование объема и структуры товарооборота на плановый период.

Обоснование ценовой политики, по словам Ракиты П.Р. [29] должно быть направлено на определение оптимальных цен реализации товаров, при которых достигается оптимальный объем товарооборота, а как следствие - максимальную прибыль.

Разработка ассортиментной политики торговым предприятием должна быть направлена на обеспечение соответствия между товарно-групповой структурой товарооборота и структуре спроса населения.

Формирование ресурсной политики торгового предприятия должно предусматривать привлечение дополнительных ресурсов, которые обеспечивают достижение необходимого объема деятельности с наименьшими затратами.

Если осуществление этих мероприятий не обеспечит рост товарооборота предприятия до необходимого объема, следует рассмотреть другие возможности по получению прибыли (за счет неторговых видов деятельности).

План товарооборота предприятия принимается, в этом случае, в объеме максимально возможного, с учетом выявленных резервов относительно его роста.

6. Шестой этап управления товарооборотом предполагает контроль за выполнением поставленных плановых задач.

На этом этапе сравнивают достигнутые результаты с плановыми показателями, вносят необходимые коррективы в ранее разработанные планы и политику предприятия с целью обеспечения условий для выполнения разработанного плана товарооборота и получения максимально возможного объема дохода и прибыли.

Выполнение плана по товарообороту и динамика основных показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия зависят от трёх групп факторов:

1) от обеспеченности товарными ресурсами, правильности их распределения и использования;

2) от обеспеченности трудовыми ресурсами, эффективности использования рабочего времени, производительности труда работников организации;

3) от состояния, развития и использования материально-технической базы торгового предприятия [16].

Первая группа факторов включает обеспеченность и рациональное использование товарных ресурсов.

Анализ использования товарных ресурсов на предприятии обычно начинают с изучения продуктового баланса. В ходе анализа определяют, как товарные ресурсы обеспечивали успешное выполнение плана и развитие товарооборота в динамике.

Товарооборот предприятия зависит от поступления сырья и покупных товаров, состояния товарных запасов.

На его объём оказывает влияние прочее выбытие продуктов.

Эта зависимость может быть выражена формулой продуктового баланса:

Зн + П = Р + В + Зк , (1)

где Зн – товарные запасы на начало изучаемого периода;

П – поступление сырья, полуфабрикатов и покупных товаров;

Р – реализация продукции собственного производства и покупных товаров;

В – прочее выбытие продуктов;

Зк – товарные запасы на конец анализируемого периода.

Влияние показателей товарного баланса на развитие товарооборота можно определить, применив следующую формулу:

Р = Зн + П – В – Зк (2)

Следовательно, на выполнение плана и динамику товарооборота положительное влияние оказывают завышенные товарные запасы на начало изучаемого периода и рост поступления продуктов, а отрицательное – увеличение прочего выбытия продуктов и завышенные запасы сырья и покупных материалов на конец периода.

Так как товарооборот планируют, учитывают и анализируют в продажных ценах, то и все другие показатели включают в продуктовый баланс в аналогичной оценке.

Данные по продуктовому балансу изучают в целом по предприятию, так как отсутствует необходимая информация для его составления в ассортиментном разрезе.

Анализ текущих товарных запасов начинают с сопоставления фактических их размеров с установленными нормативами. Изучение товарных запасов проводят не только в сумме, но и в днях. Для определения товарных запасов в днях необходимо их сумму разделить на объём товарооборота и умножить на количество дней изучаемого периода.

В процессе анализа устанавливают, как товарные запасы обеспечивали развитие товарооборота и выпуска собственной продукции: изучают причины отклонений фактических остатков продуктов от установленных нормативов.

Такими причинами могут быть:

* невыполнение или перевыполнение планов товарооборота и выпуска собственной продукции;
* невыполнение или перевыполнение плана поступления сырья и покупных товаров;
* завоз продуктов в размерах, превышающих потребность;
* неравномерное их поступление;
* неправильное распределение товарных ресурсов между отдельными предприятиями и их подразделениями;
* наличие других недостатков производственно-торговой деятельности.

Товарные запасы в сумме обычно снижаются, если поступление продуктов отстаёт от темпов увеличения товарооборота, и повышаются при опережающих темпах роста поступления сырья и покупных товаров [11].

Если на предприятии не планируют товарные запасы, то их анализ проводят в динамике. Рекомендуется фактические остатки сырья и покупных товаров на первые числа месяцев в каждом квартале в сумме и в днях сравнивать с данными на начало квартала. В результате определяют, не было ли резких изменений в фактических товарных запасах в течение каждого квартала и отчётного года.

Наряду с анализом товарных запасов на отдельные даты проводят изучение их средних размеров.

При определении средних товарных запасов привлекают как можно большее число данных, что обеспечивает репрезентативность расчётов. Плановые среднегодовые товарные запасы (Зср) могут определяться по формуле средней арифметической (путём суммирования их нормативов на четыре квартала отчётного года и деления полученного итога на 4) или по средней хронологической:

Зср =  (3)

где З1, З2, …, Зn – запасы товаров на отдельные даты изучаемого периода;

n – число дат, за которые взяты данные.

Товарооборачиваемость является одним из важнейших качественных показателей.

Под товарооборачиваемостью понимается время обращения продуктов со дня их поступления до дня их расхода, а также скорость оборота сырья и покупных товаров.

Время обращения характеризует среднюю продолжительность пребывания продуктов в виде товарного запаса.

Скорость оборота показывает, сколько раз в течение изучаемого периода произошло обновление товарных запасов.

Следует отметить, что оборачиваются не сами продукты, а вложенные в них средства.

Ускорение товарооборачиваемости имеет большое значение для экономики: высвобождаются оборотные средства, вложенные в сырьё и покупные товары; снижаются товарные потери и другие издержки производства и обращения; сохраняется качества продукта и т.п.

Товарооборачиваемость в днях (время обращения сырья и покупных товаров) определяют на основе данных о средних товарных запасах и товарообороте по одной из следующих формул:

Тдн = , или Тдн =  , (4,5)

где Тдн – товарооборачиваемость в днях,

Зср – средние товарные запасы;

Д – количество дней анализируемого периода;

Р – реализация продукции собственного производства и покупных товаров (товарооборот);

Рдн – среднедневной объём товарооборота.

Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости может проводиться также и по отдельным торговым предприятиям.

Вторая группа факторов, определяющих результаты деятельности торгового предприятия, это - обеспеченность трудовыми ресурсами; правильность установления режима труда; эффективность использования рабочего времени; рост производительности труда.

Третья группа факторов - состояние и использование материально-технической базы предприятий.

Таким образом, система управления товарооборотом, являющегося элементом финансовой политики торгового предприятия, включает ряд последовательных этапов, нацеленных на реализацию выбранной им стратегии.

1.3 Методы управления закупками

Управление закупками – область деятельности, в результате которой фирма приобретает необходимые товары и услуги [21].

Деятельность по организации и управлению закупками направлена на то, чтобы компания получила необходимые по качеству и количеству сырье, материалы, товары и услуги в нужное время, в нужном месте, от надежного поставщика, своевременно выполняющего свои обязательства, с хорошим сервисом (как до осуществления продажи, так и после нее) и по выгодной цене.

Осуществление закупок (снабжения) – одна из важнейших функций в торговой фирме. Значение деятельности по организации и управлению закупками можно рассматривать в двух аспектах – тактическом и стратегическом.

1. Снабжение (закупки) в тактическом, оперативном плане – ежедневные операции, традиционно связанные с закупками и направленные на избежание дефицита, отсутствия материальных ресурсов или готового продукта.

Отсутствие товара – необходимого количества и качества, его несвоевременная доставка могут создать проблему у конечного потребителя продукции или услуги.

2. Стратегическая сторона снабжения – собственно сам процесс управления закупками, связи и взаимодействия с другими отделами компании, внешними поставщиками, потребностями и запросами конечного потребителя, планирование и разработка новых закупочных схем и методов и т.п. Потенциал стратегической сферы закупок велик. Его развитие и использование зависит как от знаний о таком потенциале у руководства компании, так и от способности эффективно распределять корпоративные ресурсы. Обязанность тех, кто уполномочен управлять функцией снабжения - повсюду находить стратегические возможности и привлекать к ним внимание высшего исполнительного руководства компании [19].

За рубежом сфера деятельности по обеспечению фирмы – производителя или торговой компании необходимыми видами материальных ресурсов или готовой продукции традиционно называется Purchasing/Procurement – закупки/управление закупками (снабжением). Эта же область производственной деятельности в отечественной практике до сих пор называется «материально–техническим снабжением» («обеспечением»).

На предприятиях оптовой торговли в отечественной плановой экономике долго применялся термин «товароснабжение». Однако в последние годы растущее число российских ученых и специалистов по логистике (вышедших в основном из сферы «снабжения») стали определять эту область как «закупочную логистику».

Такие термины, как «закупка», «поставка», «снабжение», «обеспечение сырьем и материалами» и т.д. являются практически взаимозаменяемыми. Единого определения каждого термина не существует. В некоторых источниках «закупка» означает разовую сделку, нацеленную на приобретение необходимого в данный момент сырья и материалов. В таком случае этот термин характеризует тактическую деятельность отдела закупок фирмы. А термин «снабжение» описывается как целостный процесс закупочной деятельности: выявление необходимости в материалах, сырье и услугах, поиск, анализ и выбор поставщиков, развитие отношений с ними, переговоры по цене, качеству и прочим условиям, контроль качества поставляемой продукции и т.д. Эту деятельность, скорее, можно отнести к стратегической деятельности отдела закупок.

В ряде случаев можно встретить понятие снабженческого (материального) менеджмента, под которым понимается планирование и контроль над всем входящим материальным потоком (материальными ресурсами и готовой продукции), поступающим в компанию.

Сюда относят следующие виды деятельности:

• Планирование поступлений материальных ресурсов и (или) готовой продукции и контроль на этом этапе;

• Собственно закупки;

• Доставка;

• Приемка и контроль качества;

• Хранение и отпуск на производство;

• Распоряжение невостребованными или некачественными остатками;

• Утилизация отходов производства [22].

Процесс закупки представляет собой организованное приобретение продукции для дальнейшей переработки или для перепродажи. Приобретаемая для промышленных предприятий продукция в основном - это материальные ресурсы, необходимые для производства, а для торговых компаний – готовая продукция для последующей продажи.

Сфера деятельности, связанная с закупками подразумевает все функции, выполнение которых необходимо для непрерывного обеспечения фирмы ежедневно и в долгосрочном периоде. Поэтому деятельность логистического менеджера (менеджера по закупкам) включает следующие задачи:

- определение потребности в материальных ресурсах;

- поиск потенциального поставщика;

- оценка возможности закупки в нескольких альтернативных источниках;

- выбор метода закупки;

- установление приемлемой цены и условий поставки;

- мониторинг товара до момента его доставки;

- оценка продукции поставщика и услуг. Любое предприятие в условиях рыночной экономики постоянно осуществляет планирование своей деятельности.

1.4 Управление финансовыми рисками торгового предприятия

Для всех управленческих структур управление риском является важной, неотъемлемой частью менеджмента.

Процесс управления финансовыми рисками обычно включает выполнение следующих процедур:

1. Планирование управления рисками - выбор подходов и планирование деятельности по управлению рисками проекта.

2. Идентификация рисков - определение рисков, способных повлиять на проект, и документирование их характеристик.

3. Качественная оценка рисков - качественный анализ рисков и условий их возникновения с целью определения их влияния на успех проекта.

4. Количественная оценка - количественный анализ вероятности возникновения и влияния последствий рисков на проект.

5. Планирование реагирования на риски - определение процедур и методов по ослаблению отрицательных последствий рисковых событий и использованию возможных преимуществ.

6. Мониторинг и контроль рисков - мониторинг рисков, определение остающихся рисков, выполнение плана управления рисками проекта и оценка эффективности действий по минимизации рисков. Все эти процедуры взаимодействуют друг с другом, а также с другими процедурами [11].

Последовательность процедур управления риском показана на рисунке 2.

Анализ риска

Оценка (количественная и качественная)

Выявление и классификация

Выбор метода воздействия на риск при сравнении их эффективности

Принятие решения

Удержание

Передача риска

Избежание

Контроль результатов

Рисунок 2 - Общая схема процесса управления риском [13]

Управление финансовыми рисками предприятия основывается на определенных принципах, основными из которых являются: осознанность принятия рисков; управляемость принимаемыми рисками; независимость управления отдельными рисками; сопоставимость уровня принимаемых рисков с уровнем доходности финансовых операций; сопоставимость уровня принимаемых рисков с финансовыми возможностями предприятия; экономичность управления рисками; учет временного фактора в управлении рисками; учет финансовой стратегии предприятия в процессе управления рисками; учет возможности передачи рисков.

По мнению специалистов [15,17], в современных условиях необходим интегрированный подход к управлению риском. Интегрированный подход - это активная позиция, так как подразумевает предвидение, а не пассивную реакцию на риск, такой подход предоставляет больше возможностей и ограничивает опасности.

Центральное место в оценке риска и последующем управлении риском занимают анализ и прогнозирование возможных потерь ресурсов, снижения доходности.

Последовательность проведения анализа следующая:

* выявление внутренних и внешних факторов, увеличивающих или уменьшающих конкретный вид риска;
* анализ и оценка выявленных факторов риска;
* оценка конкретного вида риска с финансовой стороны с использованием двух подходов: определение финансовой состоятельности (ликвидности) и экономической целесообразности проекта; определение допустимого уровня риска; анализ отдельных операций по выбранному уровню риска; разработка мероприятий по снижению риска.

В процессе анализа не только выявляются отдельные виды рисков, но и определяется вероятность их появления, а также дается количественная и качественная их влияния. Часто анализ идёт в двух противоположных направлениях — от оценки к выявлению и наоборот. В первом случае уже имеются (зафиксированы) убытки и необходимо выявить причины. Во втором случае на основе системы обнаруживаются риски и возможные их последствия.

Следующий этап - выбор метода воздействия на риски с целью минимизировать возможный ущерб в будущем.

Каждый вид риска допускает два-три традиционных способа его уменьшения.

Поэтому возникает проблема оценки сравнительной эффективности методов воздействия на риск для выбора наилучшего из них. Сравнение происходит на основе различных критериев, в том числе экономических. Выбор оптимальных способов воздействия на конкретные риски дает возможность сформировать общую стратегию управления всем комплексом рисков организации. Это этап принятия решений, когда определяются требуемые финансовые и трудовые ресурсы, происходят постановка и распределение задач среди менеджеров, проводятся анализ рынка соответствующих услуг, консультации со специалистами.

Методы управления рисками весьма разнообразны. Из сложившейся на настоящий момент практики достаточно четко видно, что у российских специалистов с одной стороны, и западных исследователей – с другой, сложились вполне четкие предпочтения в отношении методов управления рисками.

Средствами разрешения рисков являются их избежание, удержание, передача, снижение их степени.

Избежание риска означает простое уклонение от мероприятия, связанного с риском. Однако избежание риска для инвестора зачастую означает отказ от прибыли. Удержание риска – это оставление риска за инвестором, т.е. на его ответственности. Так, инвестор, вкладывая венчурный капитал, заранее уверен, что он может за счет собственных средств покрыть возможную потерю венчурного капитала. Передача риска означает, что инвеcтор предает ответственность за риск кому-то другому, например страховой компании.

Для снижения степени риска применяются различные приемы. Наиболее распространенными являются: диверсификация; приобретение дополнительной информации о выборе и результатах; лимитирование; самострахование; страхование.

Диверсификация представляет собой процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения капитала, которые непосредственно не связаны между собой, с целью снижения степени риска и потерь доходов. Диверсификация позволяет избежать часть риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности.

Лимитирование – это установление лимита, т.е. предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.п. Хозяйствующими субъектами применяется при продаже товаров в кредит, предоставлении займов, определении сумм вложения капитала и т.п.

Самострахование означает, что предприниматель предпочитает подстраховаться сам, чем покупать страховку в страховой компании. Тем самым он экономит на затратах капитала по страхованию.

Каждый из перечисленных инструментов снижения риска имеет как определенные преимущества, так и недостатки. Поэтому обычно используют определенные комбинации этих инструментов «подавления» рисков. Завершающим этапом в анализе средств снижения риска является формулировка общего плана управления рисками предприятия.

Основные финансовые риски, оцениваемые предприятиями:

* риски потери платежеспособности;
* риски потери финансовой устойчивости и независимости;
* риски структуры активов и пассивов.

Модель оценки риска ликвидности (платежеспособности) баланса с помощью абсолютных показателей представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Модель оценки риска ликвидности баланса

|  |  |
| --- | --- |
| Порядок группирования активов по степени быстроты их превращения в денежные средства | Порядок группирования пассивов по степени срочности выполнения обязательств |
| А1. Наиболее ликвидные активы | П1. Наиболее срочные обязательства |
| А2. Быстрореализуемые активы | П2. Краткосрочные пассивы |
| А3. Медленно реализуемые активы | П3. Долгосрочные пассивы |
| А4. Труднореализуемые активы | П4. Постоянные пассивы |

Тип финансового состояния определяется следующим образом:

±Фс ≥ 0; ±Фт ≥ 0; ±Фо ≥ 0; S = 1, 1, 1- абсолютная независимость;

±Фс < 0; ±Фт ≥ 0; ±Фо ≥ 0; S = 0, 1, 1 - нормальная независимость;

±Фс < 0; ±Фт < 0; ±Фо ≥ 0; S = 0, 0, 1 - неустойчивое финансовое состояние;

±Фс < 0; ±Фт < 0; ±Фо < 0; S = 0, 0, 0 - кризисное финансовое состояние.

При этом используемые источники покрытия затрат в случае абсолютной независимости - собственные оборотные средства предприятия; нормальная езависимость - собственные оборотные средства плюс долгосрочные кредиты.

Оценка рисков финансовой устойчивости предприятия представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Оценка рисков финансовой устойчивости предприятия

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Расчет величины источников средств и величины запасов и затрат | | |
| 1. Излишек (+) или недостаток (–) собственных оборотных средств | 2. Излишек (+) или недостаток (–) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат | 3. Излишек (+) или недостаток (–) общей величины основных источников для формирования запасов и затрат |
| ±Фс = СОС — ЗЗ | ±Фт = СДИ — ЗЗ | ±Фо = ОВИ — ЗЗ |
| S (Ф) = 1, если Ф > 0; = 0, если Ф < 0. | | |

Если предприятие находится в неустойчивом финансовом состоянии, то используются собственные оборотные средства плюс долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы.

Оценка риска финансовой неустойчивости на основании характеристики типов финансового состояния следующая:

* Высокая платежеспособность: предприятие не зависит от кредиторов – это безрисковая зона.
* Нормальная платежеспособность: эффективное использование заемных средств; высокая доходность производственной деятельности: зона допустимого риска.
* Нарушение платежеспособности: необходимость привлечения дополнительных источников; возможность улучшения ситуации - зона критического риска.
* Неплатежеспособность предприятия: грань банкротства - зона катастрофического риска.

Оценка рисков ликвидности и финансовой устойчивости с помощью относительных показателей осуществляется посредством анализа отклонений от рекомендуемых значений.

Сущность методики комплексной (балльной) оценки финансового состояния организации заключается в классификации организаций по уровню финансового риска, то есть любая организация может быть отнесена к определенному классу в зависимости от набранного количества баллов, исходя из фактических значений ее финансовых коэффициентов.

1-й класс (100–97 баллов) — это организации с абсолютной финансовой устойчивостью и абсолютно платежеспособные.

2-й класс (96–67 баллов) — это организации нормального финансового состояния.

3-й класс (66–37 баллов) — это организации, финансовое состояние которых можно оценить как среднее.

4-й класс (36–11 баллов) — это организации с неустойчивым финансовым состоянием.

5-й класс (10–0 баллов) — это организации с кризисным финансовым состоянием.

Приведенная выше методика оценки риска позволяет объективно оценить финансовое состояние предприятия и выработать стратегию управления рисками предприятия.

2 Организационно-экономическая характеристика Малмыжского РАЙПО

2.1 Организационно-правовая характеристика

Местоположение РАЙПО: 612920, г. Малмыж, ул. Карла Маркса, д. 80

Основные виды деятельности:

1. оптово-розничная торговля продовольственными и непродовольственными товарами.
2. заготовительная деятельность.
3. услуги общественного питания.

За первый квартал 2015 года по торговле и общественному питанию Малмыжское РАЙПО заняло первое место в системе Кировского областного потребительского союза, а по товарообороту РАЙПО стабильно держится на пятом – шестом месте в потребкооперации области.

РАЙПО является одним из основных налогоплательщиков, поскольку на него приходится 50 % от всего товарооборота района.

Управление потребительским обществом осуществляют общее собрание потребительского общества, совет и правление потребительского общества.

Высшим органом потребительского общества является общее собрание потребительского общества.

В период между общими собраниями потребительского общества управление в потребительском обществе осуществляет совет, который является представительным органом.

Исполнительным органом потребительского общества является правление потребительского общества.

Контроль за соблюдением устава потребительского общества, его финансовой и хозяйственной деятельностью, а также за созданными им организациями и подразделениями осуществляет ревизионная комиссия потребительского общества.

Собственником имущества потребительского общества является потребительское общество как юридическое лицо.

Имущество потребительского общества не распределяется по долям (вкладам) между пайщиками и работающими по трудовому договору (контракту) в потребительской кооперации гражданами.

Источниками формирования имущества потребительского общества являются паевые взносы пайщиков, доходы от предпринимательской деятельности потребительского общества и созданных им организаций, а также доходы от размещения его собственных средств в банках, ценных бумаг и иные источники, не запрещенные законодательством Российской Федерации.

Паевой фонд потребительского общества состоит из паевых взносов, являющихся одним из источников формирования имущества потребительского общества.

2.2 Экономическая характеристика

Проведем анализ динамики основных показателей размера деятельности Малмыжского РАЙПО (таблица 4).

Таблица 4 - Показатели размера Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012г | 2013г | 2014г | 2014 г. в % к 2012г. |
| Выручка, тыс. руб. | 9295 | 11734 | 25177 | 270,87 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб. | 1113,00 | 1096,00 | 1606,50 | 144,34 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 76 | 70 | 74 | 97,37 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб. | 890,5 | 1357,5 | 1791,5 | 201,18 |

За период с 2012г. по 2014г. выручка увеличилась на 170,87%. Основной причиной ее роста стало расширение деятельности РАЙПО.

Численность персонала за исследуемый период сократилась на 2,63%. Среднегодовая стоимость основных производственных фондов в 2014 г. по сравнению с 2012г. увеличилась на 44,34%, что связано с закупкой и модернизацией оборудования.

Среднегодовая стоимость оборотных средств увеличилась на 101,18%, что в основном связано с расширением сферы деятельности.

В целом данные таблицы 4 свидетельствуют об увеличении размеров деятельности Малмыжского РАЙПО.

Одним из главных показателей деятельности Малмыжского РАЙПО является наличие в его собственности обособленного имущества. Именно оно обеспечивает материально-техническую возможность функционирования предприятия, его экономическую стабильность и надежность.

Состав и структура основных средств Малмыжского РАЙПО представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Состав и структура основных средств Малмыжского РАЙПО на конец периода (по остаточной стоимости)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид основных средств | 2012 г. | | 2013 г. | | 2014 г. | | Изменение  2014г. к 2012 г., +/- | |
| сумма, тыс. руб. | уд. вес, % | сумма, тыс. руб. | уд. вес, % | сумма, тыс. руб. | уд. вес, % | суммы, тыс. руб. | уд. веса, п.п. |
| Здания | 612 | 55,23 | 584 | 53,87 | 574 | 26,96 | -38 | -28,27 |
| Сооружения и передаточные устройства | 120 | 10,83 | 112 | 10,33 | 102 | 4,79 | -18 | -6,04 |
| Машины и оборудование | 85 | 7,67 | 82 | 7,56 | 1245 | 58,48 | 1160 | 50,81 |
| Средства транспортные | 212 | 19,13 | 201 | 18,54 | 189 | 8,88 | -23 | -10,26 |
| Производственный и хозяйственный инвентарь | 12 | 1,08 | 10 | 0,92 | 11 | 0,52 | -1 | -0,57 |
| Прочие | 67 | 6,05 | 95 | 8,76 | 8 | 0,38 | -59 | -5,67 |
| Итого ОПФ | 1108 | 100 | 1084 | 100,00 | 2129 | 100,00 | 1021 | 0,00 |

В структуре основных средств по состоянию на конец 2012 и 2013года наибольший удельный вес занимают здания (55,23% и 53,87% соответственно).

В 2014г. доля зданий снизилась до 26,96% в пользу машин и оборудования (58,48%).

Такие изменения были связаны с расширением деятельности и введением в действие новой производственной линии.

Вторыми по величине в составе основных средств являются транспортные средства, хотя к 2014г. их доля снижается до 8,88%.

В целом стоимость основных средств возросла в 2014г. по сравнению с 2012г. возросла на 1021 тыс. руб. и составила 2129 тыс. руб.

Показатели обеспеченности и эффективности использования основных производственных фондов Малмыжского РАЙПО представлены в таблице 6.

Таблица 6 - Показатели обеспеченности и эффективности использования основных средств Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | Откл-е 2014г. от 2012г., +,- | 2014 г. в % к 2012г. |
| Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб. | 1113,00 | 1096,00 | 1606,50 | 493,50 | 144,34 |
| Выручка, тыс. руб. | 9295,00 | 11734,00 | 25177,00 | 15882,00 | 270,87 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 47,00 | 48,00 | 52,00 | 5,00 | 110,64 |
| Фондоотдача, руб. | 8,35 | 10,71 | 15,67 | 7,32 | 187,66 |
| Фондоемкость, руб. | 0,12 | 0,09 | 0,06 | -0,06 | 53,29 |
| Фондовооруженность, тыс. руб./чел. | 14,64 | 15,66 | 21,71 | 7,06 | 148,24 |
| Рентабельность основных фондов, % | 4,22 | 4,38 | 3,24 | -0,99 | х |

Среднегодовая стоимость основных производственных фондов возросла в 2014г. по сравнению с 2012г. на 493,5 тыс. руб. или на 44,34%, выручка – более чем в 1,5 раза. Данный факт обусловил повышение фондоотдачи на 7,32 руб. или на 87,66%.

Соответственно фондоемкость снизилась на 0,06 руб. или на 46,71%.

Рентабельность основных средств снизилась на 0,99п.п и составила 3,24%.

Можно сделать вывод о том, что основные средства с РАЙПО используются достаточно эффективно.

Фондовооруженность в РАЙПО также возросла, что свидетельствует о повышении уровня обеспеченности основными средствами.

Важное значение для финансового анализа имеет оценка оборотных средств, так как она затрагивает потребности в товарах, сырье, материалах и т.д. и характеризует поступление финансовых ресурсов в части расчётов с покупателями и заказчиками. Таким образом, от эффективности использования оборотных средств предприятия во многом зависит его финансовая устойчивость.

Состав и структура оборотных средств Малмыжского РАЙПО представлена в таблице 7.

Таблица 7 - Состав и структура оборотных средств Малмыжского РАЙПО на конец года

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | 2012 г. | | 2013 г. | | 2014 г. | | Изменение  2014 г. к 2012 г. | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | п.п. |
| Оборотные фонды, всего, в т.ч. | 383 | 36,65 | 1470 | 88,02 | 896 | 46,84 | 513 | 10,19 |
| производственные запасы, из них | 383 | 36,65 | 1470 | 88,02 | 896 | 46,84 | 513 | 10,19 |
| -сырье и материалы | 383 | 36,65 | 723 | 43,29 | 896 | 46,84 | 513 | 10,19 |
| -незавершенное производство | 0 | 0,00 | 747 | 44,73 | 0 | 0,00 | - | - |
| Фонды обращения, всего, в т.ч. | 662 | 63,35 | 200 | 11,98 | 1017 | 53,16 | 355 | -10,19 |
| расходы будущих периодов, готовая продукция | 455 | 43,54 | 0 | 0,00 | 706 | 36,91 | 251 | -6,64 |
| денежные средства | 93 | 8,90 | 150 | 8,98 | 157 | 8,21 | 64 | -0,69 |
| краткосрочные финансовые вложения | 3 | 0,29 | 3 | 0,18 | 3 | 0,16 | - | -0,13 |
| дебиторская задолженность | 111 | 10,62 | 47 | 2,81 | 151 | 7,89 | 40 | -2,73 |
| Итого оборотных средств | 1045 | 100,00 | 1670 | 100,00 | 1913 | 100,00 | 868 | 0,00 |

Оборотные средства Малмыжского РАЙПО в течение 2012-2014г.г. имеют различную структуру.

Наибольшая доля в 2012 и 2014г.г. принадлежала фондам обращения (63,35% и 53,16% соответственно).

В 2013г. наибольший удельный вес занимали оборотные фонды (88,02%).

Из оборотных фондов наибольшую долю занимают сырье и материалы, из фондов обращения – готовая продукция.

При этом наблюдается рост доли сырья в 2014г. по сравнению с 2012г. на 10,19п.п. По остальным видам оборотных средств наблюдается снижение их удельного веса.

В целом величина оборотных средств в Малмыжском РАЙПО в 2014г. по сравнению с 2012г. увеличилась на 868 тыс. руб.

Показатели эффективности использования оборотных средств Малмыжского РАЙПО представлены в таблице 8.

Таблица 8 - Экономическая эффективность использования оборотных средств Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2014 г. в % к 2012 г. |
| Среднегодовая величина оборотных средств, тыс. руб. | 890,5 | 1357,5 | 1791,5 | 201,18 |
| Коэффициент оборачиваемости, об | 10,44 | 8,64 | 14,05 | 134,64 |
| Продолжительность одного оборота, дни | 34 | 42 | 26 | 74,27 |
| Рентабельность оборотных средств, % | -157,10 | -86,11 | -81,89 | х |

Критерием эффективности использования оборотных средств является показатель оборачиваемости, характеризующий скорость их оборота и отражающий взаимосвязь размера оборотных средств и объемов продаж.

Как видно их данных таблицы 8 коэффициент оборачиваемости оборотных активов увеличился в 2014г. по сравнению с 2012г. на 34,64%.

Использование оборотных активов является убыточным, что обусловлено полученными убытками от основной деятельности, хотя к 2014г. убыточность снижается.

В целом можно сделать вывод, что оборотные активы Малмыжского РАЙПО используются недостаточно эффективно.

Для характеристики трудовых ресурсов Малмыжского РАЙПО рассмотрим динамику их состава и структуры (таблица 9).

Таблица 9 - Состав и структура персонала Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Категории работников | 2012 г. | | 2013 г. | | 2014 г. | | Изменение 2014г. к 2012г. | |
| чел. | уд.вес, % | чел. | уд.вес, % | чел. | уд.вес, % | чел. | п.п. |
| Рабочие | 48 | 63,16 | 42 | 60,00 | 45 | 60,81 | -3 | -2,35 |
| Руководители | 8 | 10,53 | 7 | 10,00 | 8 | 10,81 | 0 | 0,28 |
| Специалисты | 20 | 26,32 | 21 | 30,00 | 21 | 28,38 | 1 | 2,06 |
| Итого | 76 | 100,00 | 70 | 100,00 | 74 | 100,00 | -2 | - |

За рассматриваемый период среднесписочная численность работников предприятия сократилась на 2 чел. за счет снижения численности рабочих.

Показатели эффективности использования персонала Малмыжского РАЙПО в 2012-2014 г.г. представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Показатели эффективности использования персонала Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2012 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2014 г. к  2012г., % |
| Выручка от продаж, тыс. руб. | 9295 | 11734 | 25177 | 270,87 |
| Среднесписочная численность персонала, чел. | 76 | 70 | 74 | 97,37 |
| Фонд оплаты труда персонала, тыс. руб. | 3447,36 | 3486,00 | 4635,36 | 134,46 |
| Производительность труда, тыс. руб./чел. | 122,30 | 167,63 | 340,23 | 278,19 |
| Среднемесячная зарплата одного работника, руб. | 3780 | 4150 | 5220 | 138,10 |

Показатель производительности труда в 2014г. по сравнению с 2012г. увеличился на 178,19%, что свидетельствует о повышении эффективности использования персонала.

Темп роста производительности труда опережает темп роста его оплаты, что свидетельствует об относительной экономии средств, направленных на оплату труда.

2.3 Анализ финансового состояния

Эффективность использования ресурсов влияет на конечный финансовый результат фирмы и эффективность его деятельности в целом.

Расчет производился на основании данных приложений А-Е.

В таблице 11 представлены финансовые результаты деятельности РАЙПО.

Таблица 11 – Финансовые результаты деятельности Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012г. | 2013г. | 2014г. | 2014г. в % к 2012г. |
| 1. Выручка, тыс. руб. | 9295 | 11734 | 25177 | 270,87 |
| 2. Себестоимость продаж, тыс. руб. | 3752 | 5820 | 8990 | 239,61 |
| 3. Валовая прибыль, тыс. руб. | 5543 | 5914 | 16187 | 292,03 |
| 4. Коммерческие расходы, тыс. руб. | 6942 | 7083 | 17654 | 254,31 |
| 5. Прибыль (+), убыток (-) от продаж, тыс. руб. | -1399 | -1169 | -1467 | х |
| 7. Рентабельность (+), убыточность (-) продаж, % | -15,05 | -9,96 | -5,83 | х |
| 8. Прочие доходы, тыс. руб. | 1742 | 1238 | 2635 | 151,26 |
| 9.Прочие расходы, тыс. руб. | 296 | 21 | 1116 | 377,03 |
| 10.Прибыль (+), убыток (-) до налогообложения, тыс. руб. | 47 | 48 | 52 | 110,64 |
| 11 Чистая прибыль (+), убыток (-), тыс. руб. | 47 | 48 | 6 | 12,77 |
| 12. Рентабельность (+), убыточность (-) продаж по чистой прибыли, % | 1,25 | 0,82 | 0,07 | х |

В целом в Малмыжском РАЙПО деятельность является эффективной, хотя в 2014г. был получен убыток от продаж в размере 1467 тыс. руб..

За исследуемый период времени чистая прибыль снизилась на 87,23% или на 41 тыс. руб.

Только за счет прочих доходов Малмыжское РАЙПО имеет хоть и небольшую, но прибыль.

Финансовые результаты деятельности РАЙПО тесно связаны с финансовым состоянием.

Для дальнейших расчетов составим агрегированный аналитический баланс (таблица 12) на основании данных бухгалтерских балансов Малмыжского РАЙПО.

Аналитический баланс Малмыжского РАЙПО представлен в таблице 12.

Таблица 12 –Аналитический баланс Малмыжского РАЙПО, тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статьи баланса | на 31.12.11г. | на 31.12.12г. | на 31.12.13г. |
| Актив | | | |
| Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения (S) | 96 | 153 | 160 |
| Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы (Ra) | 111 | 47 | 151 |
| Запасы и затраты (Z) | 838 | 1470 | 1602 |
| Всего текущие активы (Аt) | 1045 | 1670 | 1913 |
| Внеоборотные активы (F) | 1108 | 1315 | 2129 |
| Итого активов (имущество предприятия) (Ва) | 2153 | 2985 | 4042 |
| Пассив | | | |
| Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы (Rр) | 458 | 1075 | 2080 |
| Краткосрочные кредиты и займы (Kt) | 0 | 0 | 0 |
| Всего краткосрочный заёмный капитал (краткосрочные обязательства) (Рt) | 458 | 1075 | 2080 |
| Долгосрочный заёмный капитал (долгосрочные обязательства) (Кd) | 0 | 0 | 0 |
| Собственный капитал (Ес) | 1695 | 1910 | 1962 |
| Итого пассивов (капитал предприятия) (Вр) | 2153 | 2985 | 4042 |

Обобщающим показателем финансовой независимости является излишек (недостаток) источников средств для формирования запасов, который представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Обеспеченность запасов собственными источниками формирования и тип финансовой устойчивости Малмыжского РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | На 31.12.11 | На 31.12.12 | На 31.12.13 | Абс.откл.  2014г. от 2012г. |
| 1. Собственный капитал, тыс.руб. (Ес) | 1695 | 1910 | 1962 | 267 |
| 2. Внеоборотные активы, тыс.руб. (F) | 1108 | 1315 | 2129 | 1021 |
| 3. Наличие собственных оборотных средств, тыс.руб. (Ас) Аc=Еc-F | 587 | 595 | -167 | -754 |
| 4. Долгосрочные пассивы, тыс.руб. (Кd) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5. Наличие долгосрочных источников формирования запасов, тыс.руб. Аr=Ас+Кd | 587 | 595 | -167 | -754 |
| 6. Краткосрочные кредиты и займы, тыс.руб. (Кt) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7. Общая величина основных источников формирования запасов, тыс.руб. А0=Аr+Кt | 587 | 595 | -167 | -754 |
| 8. Общая величина запасов, тыс.руб. (Z) | 838 | 1470 | 1602 | 764 |
| 9. Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств, тыс.руб. Nс=Ас-Z | -251 | -875 | -1769 | -1518 |
| 10.Излишек (+), недостаток (-) долгосрочных источников формирования запасов, тыс.руб.  Nr=Аr-Z | -251 | -875 | -1769 | -1518 |
| 11. Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов, тыс.руб. N0=А0-Z | -251 | -875 | -1769 | -1518 |
| 12. Тип финансовой устойчивости | Кризисный | Кризисный | Кризисный | - |

На протяжении 2012-2014 г.г. Малмыжское РАЙПО имело кризисный тип финансовой устойчивости.

Данный факт свидетельствует о том, что для формирования запасов и затрат у РАЙПО не хватает нормальных источников, для этих целей используется кредиторская задолженность.

Далее представим показатели финансовой устойчивости РАЙПО (таблица 14).

Таблица 14 – Коэффициенты финансовой устойчивости РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Оптимальное значение | конец 2012 г. | конец 2013 г. | конец 2014 г. | Откл-е 2014г. от 2012г., +,- |
| 1 Коэффициент автономии | 0,7...0,8 | 0,79 | 0,64 | 0,49 | -0,30 |
| 2 Коэффициент финансовой зависимости | 0,2...0,3 | 0,21 | 0,36 | 0,51 | 0,30 |
| 3 Коэффициент соотношения заемных и собственных средств | ≤1,0 | 0,27 | 0,56 | 1,06 | 0,79 |
| 4 Коэффициент соотношения оборотных и внеоборотных активов | - | 0,94 | 1,27 | 0,90 | -0,04 |
| 5 Коэффициент финансовой устойчивости | >0,7 | 0,79 | 0,64 | 0,49 | -0,30 |
| 6 Коэффициент сохранности собственного капитала | ≥1 | 1,05 | 1,13 | 1,03 | -0,02 |
| 7 Коэффициент маневренности собственного капитала | 0,3... 0,5 | 0,35 | 0,31 | -0,09 | -0,44 |
| 8 Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности | 0,9... 1,0 | 0,24 | 0,04 | 0,07 | -0,17 |

К 2014г. резко ухудшилось финансовое состояние РАЙПО.

Так, значительно снизилась финансовая независимость фирмы. Если в 2012г. коэффициент автономии достигал оптимального значения и составлял 0,79, то в 2014г.г. коэффициент более чем в 1,5 раза снизился, что свидетельствует об отсутствии достаточного количества собственных средств для обеспечения финансовой устойчивости фирмы.

Соответственно коэффициент финансовой зависимости увеличился и составил в 2014г. 0,51, что на 0,21 больше оптимального значения.

Коэффициент сохранности собственного капитала снизился, что свидетельствует об ухудшении финансового состояния РАЙПО.

Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности имеет очень большой диапазон изменений.

Так, если в 2012г. он составлял 0,24, что, то в 2014г. он снизился до 0,07. Соотношение дебиторской и кредиторской задолженностей не сбалансировано для обеспечения нормальной финансовой устойчивости предприятия.

Далее произведем оценку платежеспособности РАЙПО (таблица 15).

Таблица 15- Коэффициенты ликвидности и платежеспособности РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Оптим. знач-е | конец 2012 г. | конец 2013 г. | конец 2014 г. | Откл-е 2014г. от 2012г., +,- |
| 1 Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) | 0,2...0,5 | 0,210 | 0,142 | 0,077 | -0,13 |
| 2 Коэффициент промежуточной ликвидности (Кпл) | >1,0 | 0,45 | 0,19 | 0,15 | -0,30 |
| 3 Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия) (Ктл) | >2,0 | 2,28 | 1,55 | 0,92 | -1,36 |

К 2014г. ликвидность РАЙПО имеет тенденцию к ухудшению.

В частности, коэффициент абсолютной ликвидности в 2014г. по сравнению с 2012г. снизился на 0,133, составив 0,077. При этом, его значение значительно ниже оптимального. Это свидетельствует о том, что фирма практически не имеет денежных средств для покрытия своих краткосрочных обязательств.

Коэффициент промежуточной ликвидности снизился на 0,3 и составил в 2014г. 0,15, что тоже является достаточно низким значением и не соответствует оптимальному.

Коэффициент текущей ликвидности также имеет тенденцию к снижению, и его значение также ниже оптимального, что свидетельствует о том, что текущих активов фирме недостаточно, чтобы погасить свою краткосрочную задолженность.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

* РАЙПО достаточно эффективно использует свою ресурсную базу, что находит отражение в показателях эффективности деятельности фирмы;
* За исследуемый период времени был получен убыток от продаж
* К 2014г. резко ухудшилось финансовое состояние РАЙПО.
* К 2014г. ликвидность РАЙПО имеет тенденцию к ухудшению.

3 Управление товарооборотом как элемент финансовой политики Малмыжского РАЙПО

3.1 Финансовая политика предприятия в области управления товарооборотом

В целях эффективного управления товарооборотом на предприятии РАЙПО разработана и осуществляется особая финансовая политика.

Основной целью финансовой политики РАЙПО в области управления товарооборотом является обеспечение высоких темпов развития торговли и общепита с целью удовлетворения спроса обслуживаемых контингентов покупателей.

В целях управления товарооборотом финансовой политикой РАЙПО определены следующие направления работы:

1. Увязка темпов развития товарооборота с развитием регионального потребительского рынка и изменениями его конъюнктуры.

2. Планирование объема реализации товаров, обеспечивающего получение предприятием необходимой суммы прибыли.

3. Обеспечение в процессе планирования товарооборота эффективного использования имеющегося ресурсного потенциала.

4. Обеспечение планирования структуры товарооборота, в наибольшей степени отвечающей структуре спроса обслуживаемых контингентов покупателей.

5. Планирование объема и структуры поступления товаров и суммы товарных запасов, обеспечивающих ритмичную работу предприятия и устойчивость ассортимента товаров в его пунктах продажи.

С этой целью установлен общий порядок анализа товарооборота в РАЙПО и лица, ответственные за его проведение.

Согласно штатному расписанию РАЙПО функции по управлению товарооборотом возложены на главного экономиста, который подчиняется непосредственно директору РАЙПО.

В его обязанности в рамках управления товарооборотом входят:

* соблюдение необходимых требований по составлению товарных отчетов и т.д.
* совершенствование и улучшение управления товарооборотом и контроль за ним.

В рамках своих полномочий гл. экономист вправе давать задание по проведению аналитической работы экономистам и бухгалтерии РАЙПО.

С целью обеспечения достоверности данных по товарообороту периодически производятся сверки с бухгалтерией.

Контроль товарооборота в обязательном порядке осуществляется в процессе инвентаризации РАЙПО.

Финансовой политикой РАЙПО определено, что факторами достижения конкурентоспособных показателей являются:

- объединение закупок;

- единый бренд (единое лицо) у кооперативных магазинов;

- логистика и использование систем автоматизации;

- ассортимент товаров.

Значимым является ценообразование. Цены привлекают множество покупателей, покупатели обеспечивают большие объемы и высокую скорость товарооборота. Объемы и скорость товарооборота позволяют делать массовые закупки с соответствующими скидками и уменьшают накладные расходы - цены снижаются. Кроме того, скорость оборота позволяет и при низких наценках получать достаточные для накопления и окупаемости вложений объемы прибыли.

В РАЙПО принята классическая система ценообразования, при которой на избранные социально значимые товары, а также товары-индикаторы устанавливаются исключительно привлекательные цены. На остальную часть товаров наценки формируются в зависимости от спроса, и, как правило, с большей наценкой. Методами материального стимулирования ориентируют персонал на продвижение дорогого товара, увеличивая, таким образом, прибыль.

Организация управления товарооборотом в РАЙПО осуществляется с учетом основных положений финансовой политики, на основании которой определяется конкретное содержание этого управления и последовательность его осуществления:

1. Оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка
2. Планирование объема и структуры реализации товаров
3. Планирование товарных запасов
4. Планирование поступления и закупки товаров

В связи с циклическим развитием и постоянной изменчивостью потребительского рынка необходимо систематически изучать его конъюнктуру в разрезе отдельных видов и сегментов с тем, чтобы сформировать эффективную политику управления товарооборотом и определять возможности развития его объема и структуры.

Этапы управления товарооборотом в РАЙПО представлены на рисунке 3.

Анализ конъюнктуры потребительского рынка

Анализ состава и структуры товарооборота. Выбор типа взаимоотношений с покупателями

Планирование объема и структуры товарооборота

Планирование поступления и закупки товаров

Построение эффективных систем контроля за товарооборотом

Рисунок 3 – Основные этапы управления товарооборотом в РАЙПО

Управление осуществляется директором РАЙПО, гл. бухгалтером и гл. экономистом.

Можно выделить две группы основных принципов управления в Малмыжском РАЙПО:

1 - организационно-технические

2 - социально-экономические.

Организационно-технические принципы реализуются через различные методы во всех управляемых системах независимо от их природы.

В составе организационно-технической группы принципов Малмыжского РАЙПО выделяют: системность, целенаправленность, оптимальность, перспективность, обратная связь, закон необходимого разнообразия, информационная природа управления и др.

Социально-экономические и социально-психологические принципы реализуются только в социальных системах.

Центральным моментом процесса управления является акт принятия решения.

Вся ответственность при принятии решения в управлении товарооборотом ложится на директора и главного бухгалтера.

При принятии решения директор опирается на плановые показатели, которые рассчитаны экономистом РАЙПО.

Рассмотрим этапы управления товарооборотом в РАЙПО.

Первый этап управления товарооборотом - анализ конъюнктуры потребительского рынка.

Изучение конъюнктуры потребительского рынка в процессе управления товарооборотом РАЙПО охватывает следующие три этапа:

1) Текущее наблюдение за рыночной активностью.

Оно предполагает формирование целенаправленной системы показателей, характеризующих отдельные его элементы. Среди этих показателей особое внимание уделяется динамике объема розничного товарооборота в Малмыжском районе в разрезе отдельных групп товаров (этот показатель отражается статистикой ); динамике среднего уровня цен и размера ценового диапазона по наблюдаемым товарам; изменению числа пунктов продажи данного товара в Малмыжском районе.

Этими работами в РАЙПО занимается экономическая служба.

2) Оценка текущей конъюнктуры потребительского рынка.

Она проводится в процессе анализа, основная цель которого состоит в выявлении особенностей конкретных изменений, которые происходят на них в момент наблюдения по сравнению с предшествующим периодом.

Этими работами в РАЙПО также занимается экономическая служба.

3) Прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка.

В условиях нестабильности экономического развития страны, отсутствия достоверной информации и по ряду других причин прогнозирование конъюнктуры ограничивается в Малмыжском РАЙПО в настоящее время только краткосрочным периодом.

Второй этап управления товарооборотом - анализ состава и структуры товарооборота.

В Малмыжском РАЙПО проводится вертикальный анализ (изучается структура продаж) и горизонтальный анализ (изучается динамика продаж).

Третий этап управления товарооборотом - планирование объема и структуры товарооборота.

Планирование объема и структуры товарооборота представляет наиболее ответственный этап в системе управления товарооборотом РАЙПО.

Это объясняется высокой ролью этих показателей в системе планов экономического и финансового развития потребительского общества.

Процесс планирования объема и структуры товарооборота в РАЙПО осуществляется в разрезе отдельных этапов, основные из которых перечислены ниже.

1. Выбор приоритетных целей развития товарооборота на предприятии.

Планируя объем и структуру реализации товаров, в РАЙПО предпочитают исходить из различных целевых установок развития товарооборота на данном торговом предприятии.

Основными из этих целей являются:

а) достижение показателей товарооборота, в максимальной степени учитывающих возможности данного сегмента потребительского рынка и предстоящих изменений его конъюнктуры;

б) достижение показателей товарооборота, обеспечивающих максимальную эффективность использования имеющегося ресурсного потенциала предприятия;

в) достижение показателей товарооборота, обеспечивающих формирование заранее обусловленного размера прибыли (целевой суммы прибыли ), достаточного для реализации стратегических целей его развития в плановом периоде.

2. Анализ объема и структуры товарооборота в предплановом периоде.

Задачи проведения такого анализа и его глубина должны соответствовать принятой приоритетной целевой установке развития предприятия в плановом периоде. В связи с этим в процессе анализа рассматриваются общие показатели, характеризующие развитие реализации товаров в предплановом периоде, и частные показатели этого развития, непосредственно связанные с той или иной приоритетной целевой установкой, принятой на плановый период.

3. Определение планового объема товарооборота.

Плановый объем товарооборота в РАЙПО рассчитывается различными методами, выбор которых определяется принятой приоритетной целевой установкой развития товарооборота. Все расчеты ведутся в сопоставимых ценах, действующих на начало планового периода.

При этом, возможны 3 варианта формирования планов:

1 - При целевой установке развития товарооборота, ориентированного на использование возможностей потребительского рынка, плановые расчеты основываются на данных изучения объема неудовлетворенного спроса по товарам, реализуемым торговым предприятием, и зависимости роста объема реализации товаров от роста доходов населения.

2 - При целевой установке развития товарооборота, ориентированной на повышение эффективности использования ресурсного потенциала предприятия, плановые расчеты основываются на сравнении достигнутых результатов эффективности использования отдельных видов ресурсов на данном предприятии и аналогичных предприятиях данного региона (расчеты могут вестись и в разрезе отдельных киосков, закусочных при обеспечении их сравнимости по типам ).

3 - При целевой установке развития товарооборота на достижение обусловленной суммы прибыли плановые расчеты основываются на целевой сумме прибыли и ряде других финансовых показателей.

4. Определение плановой структуры товарооборота.

Расчет плановой структуры реализации товаров предлагаем осуществлять в РАЙПО следующими методами:

а) на основе коэффициентов эластичности реализации отдельных групп товаров от объема товарооборота;

б) на основе коэффициентов эластичности реализации отдельных групп товаров от доходов населения;

в) на основе показателей товарооборота на 1 кв. м площади торгового зала.

5. Оценка напряженности разработанного плана реализации товаров.

Напряженным считается план реализации товаров, обеспечивающий достаточный уровень эффективности использования ресурсного потенциала предприятия. В основе оценки напряженности разработанного плана реализации товаров лежит сравнение планируемого товарооборота на 1 кв. м торговой площади и на 1 работника РАЙПО с ранее определенными аналогичными показателями лучших однотипных торговых предприятий региона.

6. Разработка мероприятий по осуществлению плана реализации товаров. Эта разработка охватывает мероприятия организационного, экономического и финансового характера.

Четвертый этап управления - планирование поступления и закупки товаров.

На этом этапе в РАЙПО проводится:

* анализ поступления товаров на предприятие в предплановом периоде
* определение планового объема и структуры поступлений товаров на предприятие
* определение планового объема и источников закупки необходимых товаров
* обеспечение ритмичности и оптимизация партий поступления товаров на предприятие

Заключительной стадией планирования товарооборота в РАЙПО является балансовая увязка всех запланированных его показателей - объема реализации, запасов на начало и конец планового периода, объема поступления товаров. Балансовая увязка этих плановых показателей позволяет проверить их взаимосвязь по каждой группе товаров и по РАЙПО в целом.

Подтверждением такого состояния планирования является составление товарного баланса.

С помощью товарного баланса раскрывается взаимосвязь между продукцией, которая была реализована, и продукцией, выпущенной предприятием за этот же период.

Согласно товарному балансу сумма остатков готовой продукции в начале периода, стоимости выпущенной продукции и излишков равна сумме реализованной продукции, остатков готовой продукции на конец периода и стоимости недостач.

Формула товарного баланса выглядит следующим образом:

ОГПнп + ВП + Изл = РП + ОГПкп + Н

где: ОГПнп – остатки готовой продукции (товаров) на начало периода;

ВП – стоимость выпущенной продукции (товаров),

Изл – излишки продукции (товаров),

РП - стоимость реализованной продукции (товаров),

ОГПкп – остатки готовой продукции (товаров) на конец периода,

Н – стоимость недостач.

В целях анализа первоначальную формулу товарного баланса выражаем через показатель реализованной продукции (товаров):

РП = ОГПнп + ВП + Изл - ОГПкп – Н

На стоимость реализованной продукции (товаров) положительно влияет стоимость выпущенной продукции (товаров), остатки продукции (товаров) на начало периода, излишки; а отрицательно увеличение остатков готовой продукции (товаров) на конец периода и недостачи.

Поскольку в РАЙПО имеет место и выпущенная продукция и продажа товаров, то в формуле товарного баланса вместе с показателем выпущенной продукции будем учитывать стоимость закупленных товаров.

В 2014г. торговый баланс будет иметь следующий вид:

1470+25355+109=25177+155+1602

Отсюда:

РП2014 = 1470+25355+109-1602-155= 25177 тыс. руб.

РП2013 = 838+12411+210-1470-255=11734 тыс. руб.

Таблица 16 –Состав и динамика товарного баланса Малмыжского РАЙПО, тыс. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2013г. | 2014г. | Изменение,  (+,-) |
| Стоимость реализованной продукции (РП) | 11734 | 25177 | 13443 |
| Остатки готовой продукции на начало периода (ОГПнп) | 838 | 1470 | 632 |
| Стоимость выпущенной продукции и закупок (ВП) | 12411 | 25355 | 12944 |
| Излишки продукции (Изл) | 210 | 109 | -101 |
| Остатки готовой продукции на конец периода (ОГПкп) | 1470 | 1602 | 132 |
| Стоимость недостач (Н) | 255 | 155 | -100 |

Стоимость реализованной продукции в 2014г. по сравнению с 2013г. увеличилась на 13443 тыс. руб.

Причиной роста стало увеличение стоимости выпущенной продукции и закупок на 12944 тыс. руб., которое обеспечило рост остатков готовой продукции на 132 тыс. руб.

Росту стоимости реализованной продукции способствовало также снижение стоимости недостач в 2014г. по сравнению с 2013г. на 100 тыс. руб.

3.2 Анализ динамики, состава и структуры товарооборота

Анализ политики управления товарооборотом начнем с оценки его динамики, расчета базисных и цепных темпов роста и прироста (таблица 17).

Таблица 17 - Динамика товарооборота РАЙПО (в сопоставимых ценах)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Год | Товарооборот  в сопоставимых  ценах 2014 г, тыс. руб. | Темпы роста, % | |
| базисные | цепные |
| 2011 | 9884 | х | х |
| 2012 | 11035 | 111,64 | 111,64 |
| 2013 | 13142 | 132,96 | 119,09 |
| 2014 | 25177 | 254,72 | 191,58 |

Например, товарооборот в 2011г. в фактической оценке составлял 7767 тыс. руб. Расчет производился с учетом уровня цен 2014г. путем умножения данных по товарообороту за определенный период времени на соответствующие коэффициенты.

Товарооборот 2011г. в сопоставимой оценке 2014г. рассчитывали следующим образом:

7767 тыс. руб. \*1,07(перевод в цены 2012г.)\*1,06 (перевод в цены 2013г.)\*1,12 (перевод в цены 2014г.)=9884 тыс. руб.

Товарооборот 2012г. в сопоставимой оценке 2014г. рассчитывали следующим образом:

9295 тыс. руб.\*1,06 (перевод в цены 2013г.)\*1,12 (перевод в цены 2014г.) =11035 тыс. руб.

Товарооборот 2013г. в сопоставимой оценке 2014г. рассчитывали следующим образом:

11734тыс. руб.\*1,12 (перевод в цены 2014г.) =13142 тыс. руб.

Как видим, товарооборот в сопоставимых ценах за исследуемый период возрос.

Значительный прирост объема товарооборота был отмечен в 2014г. (темп прироста товарооборота составил 154,72% по сравнению с 2011г.).

Далее произведем анализ динамики товарооборота РАЙПО в фактических ценах (таблица 18).

Таблица 18 – Динамика товарооборота РАЙПО (в фактических ценах)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Годы | Товарооборот, тыс. руб. | Абсолютный прирост (снижение), тыс. руб. | | Темп роста (снижения), % | | Темп прироста (снижения),% | |
| Цепн. | Базисн. | Цепн. | Базисн. | Цепн. | Базисн. |
| 2012 | 9295 | х | х | х | х | х | х |
| 2013 | 11734 | 2439 | 2439 | 126,24 | 126,24 | 26,24 | 26,24 |
| 2014 | 25177 | 13443 | 15882 | 214,56 | 270,87 | 114,56 | 170,87 |

В 2014г. по сравнению с 2012г. товарооборот в РАЙПО увеличился на 15882 тыс. руб. или на 170,87%.

Самое существенное увеличение товарооборота произошло в 2014г.

С каждым годом РАЙПО наращивает объемы товарооборота.

При расчете среднего темпа роста товарооборота получили следующие результаты:

\*100%=1,849\*100=184,9%.

Средний темп роста выручки составил 184,9%.

Далее проанализируем выполнение плана товарооборота РАЙПО (таблица 19).

Как видим, в 2012 г. и 2014г. имело место недовыполнение плана по товарообороту на 205 тыс. руб. и 23 тыс. руб. соответственно.

В 2013г. – имеем перевыполнение плана реализации на 484 тыс. руб. соответственно.

Таблица 19 - Анализ выполнения плана по товарообороту

|  |  |
| --- | --- |
| Годы | Объем продаж,  тыс. руб. |
| 2012г. | |
| план | 9500 |
| факт | 9295 |
| отклонение | -205 |
| 2013г. | |
| план | 11250 |
| факт | 11734 |
| отклонение | 484 |
| 2014г. | |
| план | 25200 |
| факт | 25177 |
| отклонение | -23 |

Равномерность выполнения плана по товарообороту в РАЙПО проанализируем также в разрезе каждого месяца 2014г. Данные представим в таблице 20.

Таблица 20 - Анализ выполнения плана РАЙПО по товарообороту за 2014г.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц года | План | | Факт | | Отклонение фактич. знач. от плановых | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | Абс,+,- | Отн.,% |
| Январь | 2800 | 11,1 | 1063 | 4,2 | -1737 | 38,0 |
| Февраль | 2800 | 11,1 | 2754,2 | 10,9 | -45,8 | 98,4 |
| Март | 1800 | 7,1 | 2522,2 | 10,0 | 722,2 | 140,1 |
| Апрель | 1800 | 7,1 | 2052 | 8,2 | 252 | 114,0 |
| Май | 1800 | 7,1 | 2236 | 8,9 | 436 | 124,2 |
| Июнь | 2300 | 9,1 | 1942 | 7,7 | -358 | 84,4 |
| Июль | 2300 | 9,1 | 1899 | 7,5 | -401 | 82,6 |
| Август | 2000 | 7,9 | 1677,6 | 6,7 | -322,4 | 83,9 |
| Сентябрь | 1800 | 7,1 | 2987,2 | 11,9 | 1187,2 | 166,0 |
| Октябрь | 1500 | 6,0 | 1654,1 | 6,6 | 154,1 | 110,3 |
| Ноябрь | 1500 | 6,0 | 852,2 | 3,4 | -647,8 | 56,8 |
| Декабрь | 2800 | 11,1 | 3537,5 | 14,1 | 737,5 | 126,3 |
| Итого: | 25200 | 100,0 | 25177 | 100,0 | -23 | 99,9 |

В течение 2014г. товарооборот распределялся неравномерно.

При этом наблюдается тенденция перевыполнение плана по объему продаж в марте, сентябре и декабре 2014г.

Обусловлено это тем, что именно на эти месяцы приходятся праздники, в связи с чем, в магазинах РАЙПО раскупаются все запасы товаров.

Планирование же в РАЙПО осуществляется формально, что наглядно показал анализ выполнения плана по месяцам.

Важное значение, с точки зрения управления товарооборотом, имеет анализ его структуры.

Поэтому представим данные в таблице 21.

Таблица 21 – Состав и структура товарооборота в Малмыжском РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2012г. | | 2013г. | | 2014г. | |
| тыс. руб. | % | тыс. руб. | % | тыс. руб. | % |
| Товарооборот, всего, в т.ч. | 9295 | 100,00 | 11734 | 100,00 | 25177 | 100,00 |
| Розничная торговля продовольственными товарами | 4951 | 53,27 | 6451 | 54,98 | 13520 | 53,70 |
| Розничная торговля непродовольственными товарами | 1200 | 12,91 | 1854 | 15,80 | 5610 | 22,28 |
| Продажа готовой продукции (столовая) | 3144 | 33,82 | 3429 | 29,22 | 6047 | 24,02 |

В составе товарооборота преобладает розничная торговля продовольственными товарами, при этом их доля в 2014г. по сравнению с 2012г. практически не изменилась, что свидетельствует о специализации РАЙПО.

В то же время доля продаж готовой продукции общепита в 2014г. по сравнению с 2012г. снизилась на 9,8 п.п.

Структуру товарооборота представим на рисунке 2.

Рисунок 2 - Структура товарооборота Малмыжского РАЙПО, %

В целом структура товарооборота РАЙПО за период 2012-2014г.г. не изменилась. Наибольший удельный вес занимает продажа продовольственных товаров.

Далее представим оценку структуры розничного товарооборота, продовольственных товаров, поскольку он занимает наибольший удельный вес в общем объеме выручки от продаж.

Таблица 22 - Состав и структура розничного товарооборота продовольственных товаров в Малмыжском РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарная группа и товар | 2012г. | | 2013г. | | 2014г. | |
| Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % | Тыс. руб. | % |
| Мясо и мясопродукты | 757,5 | 15,3 | 1174,1 | 18,2 | 2649,9 | 19,6 |
| Рыба и рыбопродукты | 712,9 | 14,4 | 1038,6 | 16,1 | 2028,0 | 15,0 |
| Молоко и мол. продукты | 752,6 | 15,2 | 1141,8 | 17,7 | 2514,7 | 18,6 |
| Яйца | 49,5 | 1,0 | 58,1 | 0,9 | 189,3 | 1,4 |
| Сахар | 39,6 | 0,8 | 71,0 | 1,1 | 108,2 | 0,8 |
| Кондитерские изделия | 386,2 | 7,8 | 393,5 | 6,1 | 716,6 | 5,3 |
| Чай | 54,5 | 1,1 | 58,1 | 0,9 | 175,8 | 1,3 |
| Хлеб и хлебоб. изделия | 911,0 | 18,4 | 1064,4 | 16,5 | 2366,0 | 17,5 |
| Мука, крупа и макар. изд. | 252,5 | 5,1 | 290,3 | 4,5 | 797,7 | 5,9 |
| Вино-водочные изделия | 658,5 | 13,3 | 780,6 | 12,1 | 1446,6 | 10,7 |
| Овощи и фрукты | 376,3 | 7,6 | 380,6 | 5,9 | 527,3 | 3,9 |
| Итого | 4951,0 | 100 | 6451,0 | 100,0 | 13520,0 | 100 |

В составе розничного товарооборота основными товарными группами являются:

* мясо и мясопродукты (19,6% в 2014г.);
* молоко и молочные продукты (18,6% в 2014г.);
* хлеб и хлебобулочные изделия (17,5% в 2014г.);
* рыба и рыбопродукты (15,0% в 2014г.).

Существенных изменений в структуре товарооборота не наблюдается, что свидетельствует о стабильности спроса на продукты питания.

3.3 Оценка ритмичности товарооборота

При изучении деятельности предприятия важен анализ ритмичности производства и реализации продукции.

Ритмичность – равномерная продажа продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренном планом.

Оценочным показателем является коэффициент равномерности.

Анализ рассматривает скрытые причины неравномерности. Причин достаточно много: несвоевременное обеспечение ресурсами, непропорциональная загрузка оборудования (поломки, простои), отсутствие рабочих, ошибки в расчетах, низкий уровень производственной и технологической дисциплины.

Ритмичная работа является основным условием эффективной торговой работы.

Для оценки выполнения плана по ритмичности используются прямые и косвенные показатели.

Один из наиболее распространенных показателей оценки выполнения плана по ритмичности – коэффициент ритмичности.

Он определяется делением суммы, которая зачтена в выполнение плана по ритмичности, на плановую продажу товаров или выпуск продукции.

При этом в выполнение плана по ритмичности засчитывается фактическая продажа товаров, но не более запланированной:

Кр=Аф/Ап,

где: Аф – фактический выпуск (продажа) продукции за определенный период времени;

Ап - плановое задание по выпуску (продаже) продукции в целом за год.

Рассмотрим динамику ритмичности продажи товаров как отношения проданных товаров к общему фактическому объему продаж за год (таблица 23).

Таблица 23- Ритмичность продажи товаров в Малмыжском РАЙПО, (%)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Периоды | 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| 2012г. | 24,56 | 24,45 | 24,43 | 24,36 |
| 2013г. | 24,56 | 24,45 | 25,38 | 25,61 |
| 2014г. | 25,16 | 24,72 | 26,05 | 23,98 |

По данным таблицы 23 можно сказать, что продажи продукции и товаров в Малмыжском РАЙПО распределяются равномерно по кварталам в течение года.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что продажи товаров в Малмыжском РАЙПО являются ритмичными.

Натуральными показателями товарооборота являются различные по видам товары и продукция, поэтому анализ динамики и структуры товарооборота в натуральном выражении провести невозможно.

3.4 Факторный анализ товарооборота

Для более полного анализа товарооборота проведем его факторный анализ с использованием 2-х моделей.

1. Изменение товарооборота (N) за счет среднегодовой численности работников (ЧР) и среднегодовой выработки на 1 работника (ГВ).

Исходные данные представлены в таблице 24.

Таблица 24 – Исходные данные для факторного анализа товарооборота в РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2013г. | 2014г. | Изменение, (+,-) | Отн. откл., % |
| Товарооборот, тыс. руб. | 11734 | 25177 | 13443 | 214,56 |
| Среднегодовая численность работников, чел. | 70 | 74 | 4 | 105,71 |
| Среднегодовая выработка на 1 работника, тыс. руб. | 167,6 | 340,2 | 172,6 | 202,97 |

N 2014=ЧР 2014\*ГВ 2014 = 74\*340,2=25177 тыс. руб.

N2013 = ЧР 2013\*ГВ 2013 = 70\*167,6=11734 тыс. руб.

Nусл = ЧР 2014\*ГВ 2013 = 74\*167,6 = 12405 тыс. руб.

Абсолютное изменение товарооборота составило:

∆N общее = N 2014- N2013 = 25177-11734=13443 тыс. руб.

В т.ч. за счет:

1) изменения среднегодовой численности:

ΔN чр = Nусл- N 2013

ΔN чр = 12405-11734=671 тыс. руб.

2) изменения среднегодовой выработки на 1 работника:

∆N гв = N 2014- Nусл

ΔN гв = 25177-12405=12772 тыс. руб.

Проверка:671+12772 = 13443 тыс. руб.

Таким образом, в отчетном году по сравнению с базисным общая величина товарооборота увеличилась на 13443 тыс. руб. или 114,56%.

Это произошло за счет роста численности работников на 4 человек или 5,71%, что увеличило товарооборот на 671 тыс. руб.; в то же время рост среднегодовой выработки обусловил рост выручки на 12772 тыс. руб.

2. Изменение товарооборота за счет среднегодовой стоимости основных средств (ОПФ) и фондоотдачи (Фот).

Исходные данные представим в таблице 25.

Таблица 25 – Исходные данные для факторного анализа товарооборота в РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2013г. | 2014г. | Изменение,  (+,-) | Отн. откл.,  % |
| Выручка, тыс. руб. | 11734 | 25177 | 13443 | 214,56 |
| ОПФ, тыс. руб. | 1096,0 | 1606,5 | 510,5 | 146,58 |
| Фондоотдача, руб./руб. | 10,71 | 15,67 | 4,97 | 146,38 |

Используя интегральный метод, определим влияние факторов на изменение общей величины денежной выручки:

N общее = N 2014- N 2013 = 3243 тыс. руб.

N 2014=ОПФ 2014\*Фот 2014 = 15,67\*1606,5=25177 тыс. руб.

N 2013 = ОПФ 2013\*Фот 2013 = 10,71\*1096 = 11734 тыс. руб.

Nусл = ОПФ 2014\*Фот 2013 = 1606,5\*10,71 =17199,5 тыс. руб.

Абсолютное изменение товарооборота составило:

∆N общее = N 2014- N2013 = 25177-11734 =13443 тыс. руб.

В т.ч. за счет:

1) изменения среднегодовой стоимости основных средств:

ΔN опф = N усл – N 2013 = 17199,5-11734=5465,5 тыс. руб.

ΔN опф =5465,5 тыс. руб.

2) изменения фондоотдачи:

ΔN Фот = N 2014- Nусл = 25177-17199,5=7977,5 тыс. руб.

ΔN Фот = 7977,5 тыс. руб.

Проверка: 5465,5+7977,5= 13443 тыс. руб.

Таким образом, в отчетном году по сравнению с базисным общая величина товарооборота увеличилась на 13443 тыс. руб. или 114,56%.

Это произошло за счет роста стоимости ОПФ, что увеличило величину товарооборота на 5465,5 тыс. руб.; а рост фондоотдачи обусловил рост товарооборота на 7977,5 тыс. руб.

Для определения запаса финансовой устойчивости проведем анализ уровня безубыточности и найдем точку критического объема продаж.

Расчет представим в таблице 26.

Таблица 26 - Исходные данные и расчет критической точки товарооборота в Малмыжском РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Условные обознач. | 2012г. | 2013г. | 2014г. |
| Товарооборот, тыс. руб. | В | 9295 | 11734 | 25177 |
| Затраты на продажу, всего, в т.ч. | З | 10694 | 12903 | 26644 |
| -переменные, тыс. руб. | Зперем | 7550 | 10244 | 16792 |
| -постоянные, тыс. руб. | Зпост | 3144 | 2659 | 9852 |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. | П | -1399 | -1169 | -1467 |
| Сумма маржинального дохода, тыс. руб. | МД | 1745 | 1490 | 8385 |
| Ставка маржинального дохода | Смд | 0,1877 | 0,1270 | 0,3330 |
| Безубыточный объем продаж, тыс. руб. | ДТк | 16747 | 20940 | 29582 |
| Запас финансовой прочности, тыс. руб. | ЗФУ | -7452 | -9206 | -4405 |
| Эффект операционного рычага | ЭОР | -1,25 | -1,27 | -5,72 |

Прибыль (убыток) от продаж в 2014г. рассчитывается следующим образом:

П = В – З;

П 2014 = 25177тыс. руб. – 26644 тыс. руб. = -1467 тыс. руб.

Сумма маржинального дохода (МД) рассчитывается по формуле:

МД = П + Зпост;

МД = -1467тыс. руб. +9852 тыс. руб. = 8385 тыс. руб.

Ставка маржинального дохода (Смд) рассчитывается по следующей формуле:

Смд = МД / В;

Смд = 8385тыс. руб. / 25177тыс. руб. = 0,3330

Безубыточный объем продаж рассчитывается по формуле:

ДТк = Зпост / Смд;

ДТк = 9852тыс. руб./0,3330 = 29582 тыс. руб.

Запас финансовой прочности рассчитывается по формуле:

ЗФУ = В – ДТк;

ЗФУ = 25177тыс. руб. – 29582 тыс. руб. = -4405 тыс. руб.

Данные расчеты показали, что РАЙПО будет иметь нулевую рентабельность при объеме продаж 29582 тыс. руб.

Фактический объем продаж (25177тыс. руб.) в 2014г. ниже критического уровня на 4405 тыс. руб.

В данном случае РАЙПО не обладает финансовой прочностью, так как общество находится в зоне убытков.

При фиксированных постоянных затратах любое изменение объема продаж порождает более сильное изменение прибыли. Так проявляется эффект операционного рычага (ЭОР).

Он рассчитывается следующим образом:

ЭОР = МД / П;

ЭОР = 8385тыс. руб. / - 1467тыс. руб. = -5,72

Уровень данного показателя достаточно высокий, что можно объяснить относительно высокой долей постоянных затрат в их общей сумме.

Данный показатель свидетельствует о том, что, при увеличении объема товарооборота на 1 %, убыток возрастет на 5,72%.

Все выше изложенное свидетельствует о том, что необходимо совершенствовать систему управления товарооборотом в Малмыжском РАЙПО.

3.5 Предложения по совершенствованию управления товарооборотом на предприятии

В результате проведенного исследования состояния управления товарооборотом Малмыжского РАЙПО выявили основную проблему - высокие коммерческие расходы организации, которые являются причиной убыточности основного вида деятельности организации.

В ходе исследования выяснили причины высоких коммерческих расходов:

- во-первых, высокие коммерческие расходы обусловлены тем, что торговые точки потребительского общества расположены на удаленных расстояниях от районного центра, в населенных пунктах Малмыжского района.

В результате, имеем высокие расходы по доставке в магазины товаров.

При этом, сократить объем поездок достаточно сложно, т.к. РАЙПО обеспечивает население жизненно необходимыми товарами, которые еще и долго не хранятся (молоко, хлеб, другие продукты питания).

- во-вторых, некоторые магазины обслуживают очень небольшое количество жителей, но закрыть эти торговые точки РАЙПО не может, т.к. создано для целей удовлетворения жизненно необходимыми продуктами питания всех жителей Малмыжского района.

В этой связи, поскольку, повлиять на затраты практически невозможно, предлагаем основной упор сделать на совершенствование организации товарооборота в разрезе 2-х видов деятельности: розничная торговля и деятельность столовой.

1. Представим направления совершенствования управления розничным товарооборотом РАЙПО.

Поскольку основная деятельность РАЙПО является убыточной за счет значительных коммерческих расходов, предлагаем применить такие направления совершенствования, которые не требовали бы от организации значительных затрат и вложений.

Приоритетным, по-нашему мнению, будет являться изучение рынка розничного товарооборота и повышение спроса, а, соответственно, и выручки за счет расширения и улучшения ассортимента предлагаемых товаров.

Это позволит увеличить объем продаж и улучшить качество обслуживания покупателей.

Основным покупателями в данном случае выступают жители Малмыжского района.

Для определения покупательских предпочтений был проведен опрос среди покупателей

Для опроса нами была составлена анкета (приложение Ж).

Опрос клиентов проводился в течение января- марта 2015г. во всех торговых точках, расположенных в Малмыжском районе.

В анкетировании приняли участие 1626 человек.

Результаты опроса представлены в таблице 27.

Результаты опроса показали, что практически все опрошенные покупатели считают необходимым расширение ассортимента товаров.

Причем наибольшее число респондентов (87,3% или 1419 чел. и 85,2% или 1385 чел. соответственно), посчитали, что недостаточно большой ассортимент овощей и фруктов, а также мясной и колбасной продукции.

Таблица 27– Результаты опроса жителей Малмыжского района –покупателей РАЙПО

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вопрос | Количество респондентов, давших положительный ответ | | Количество респондентов, давших отрицательный ответ | | Количество респондентов, которые затруднились ответить на вопрос | | Общее числе респондентов | |
| Чел. | % | Чел. | % | Чел. | % | Чел. | % |
| Устраивает ли Вас асс-т наших товаров? | 296 | 18,2 | 1288 | 79,2 | 42 | 2,6 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым расширение асс-та продукции? | 1143 | 70,3 | 416 | 25,6 | 67 | 4,1 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить асс-т молочной продукцией? | 1223 | 75,2 | 200 | 12,3 | 203 | 12,5 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить асс-т хлебобул. продукцией? | 1078 | 66,3 | 167 | 10,3 | 380 | 23,4 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить асс-т мясной и колбасной продукцией? | 1385 | 85,2 | 86 | 5,3 | 154 | 9,5 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить ассортимент бакалеи? | 1176 | 72,3 | 106 | 6,5 | 345 | 21,2 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить асс-т рыбной продукцией? | 899 | 55,3 | 364 | 22,4 | 363 | 22,3 | 1626 | 100 |
| Считаете ли Вы необходимым дополнить асс-т овощами и фруктами? | 1419 | 87,3 | 164 | 10,1 | 42 | 2,6 | 1626 | 100 |

Следовательно, в качестве одного из направлений совершенствования управления товарооборотом предлагаем корректировку ассортиментной политики.

Среди респондентов, которых ассортимент товаров не устраивает (79,2% или 1288 чел.), был дополнительно задан вопрос:

1) Какую максимальную сумму Вы сможете потратить, если ассортимент товаров Вас полностью удовлетворит?

Результаты опроса представлены на рисунке 4.

Рисунок 4 – Результаты опроса покупателей Малмыжского РАЙПО, %

Результаты опроса показали, что около половины респондентов купили бы товары на сумму от 500 до 1000 руб.

Еще одним направлением совершенствования управления товарооборотом будет являться детальный анализ продовольственного рынка Малмыжского района и выявление основных конкурентов.

Исследование рынка показало, что основными конкурентами РАЙПО являются:

* Универсам «Магнит» - осуществляет продажу продовольственных и непродовольственных товаров в г. Малмыже.
* «Пятерочка» – осуществляет продажу продовольственных и непродовольственных товаров в г. Малмыже.
* ООО «Радуга» - осуществляет продажу молочной продукции, бакалеи, выпечки.

По уровню цен товары практически не отличаются, по ассортиментному составу некоторые отличия существуют.

Для повышения товарооборота предлагаем также применить рассрочку платежа.

Особенностью сельской местности является низкая платежеспособность покупателей.

Для привлечения покупателей предлагаем воспользоваться такой системой взаимоотношений с покупателями, как продажа товаров в рассрочку.

В результате будем иметь возможность конкурировать с магазинами, в которых товары дешевле, но за счет того, что можно приобрести товары без оплаты часть покупателей этой услугой воспользуется, что обеспечит рост объемов продаж.

2. Представим направления совершенствования управления товарооборотом по деятельности столовой РАЙПО.

В этой сфере деятельности предлагаем:

1) расширить ассортимент продукции;

2) для привлечения дополнительного количества клиентов осуществлять рекламу деятельности столовой.

Предлагаем оформить стенд на столовой и рекламные плакаты, а также выпустить пакеты с рекламой столовой и раздавать их в магазинах РАЙПО.

В качестве организационных мероприятий для обеспечения более эффективного контроля в рамках управления товарооборотом предлагаем также разработать график поступления выручки по видам деятельности.

3.6 Планирование товарооборота предприятия

По результатам исследования спланируем возможный объем товарооборота Малмыжского РАЙПО.

По результатам опроса объем товарооборота при расширении ассортимента продукции возрастет на 533 тыс. руб.:

1288 опрошенных \*55,2% =711 чел.

711 чел.\*750 руб. = 533250 руб.

Расходы на покупку будем считать неизменными, т.к. заменим товар, который не пользуется спросом на новый в пределах прежних расходов на покупку товаров.

По деятельности столовой спланируем рост объема продаж за счет рекламных мероприятий по данным экспертных оценок на 9%.

Объем продаж в 2014г. в столовой составил 6047 тыс. руб.

В 2015г. с учетом увеличения посетителей:

6047\*0,09=544,2 тыс. руб.

Кроме этого, спланируем величину товарооборота на 2015г. с учетом уровня инфляции.

Уровень инфляции спланируем в размере 7%.

Следовательно, величина товарооборота в 2015г. составит:

С учетом предложенных мероприятий по совершенствованию управления товарооборотом:

25177+533+25177\*0,07+544,2=28764,8 тыс. руб.

Уровень расходов также будем определять с учетом уровня инфляции и затрат на рекламу.

Затраты на рекламу представлены в таблице 28.

Дополнительно РАЙПО необходимо будет потратить 106000 руб.

Уровень инфляции спланируем в размере 7%.

Таблица 28 – Затраты на рекламу РАЙПО, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мероприятие | Срок проведения | Характеристика рекламного средства, цель, размер | Сумма затрат, руб. | Примечание |
| Рекламные плакаты | 2 мес. | Яркая полиграфия, тираж 500 экз., формат А1 | 6000 | Для размещения в специальных местах |
| Рекламный щит с наружной подсветкой | 6 мес. | Размер 3x2 м. | 25000 | Для привлечения внимания и создания имиджа столовой |
| Полиэтиленовые пакеты | 1 год | Односторонний рисунок, 400x500 мм., ручка вырубная, тираж 50000 шт. | 75000 | Для упаковки продукции и создания имиджа столовой |
| Итого затрат |  |  | 106000 |  |

Следовательно, величина затрат в 2015г. с учетом предложенных мероприятий составит:

26644 +106+26644\*0,07 =28615 тыс. руб.

Сумма прибыли от продаж составит:

28764,8 тыс. руб.- 28615 тыс. руб.= 149,8 тыс. руб.

Как показали расчеты (таблица 20) наибольший удельный вес продаж приходится на зимний период.

Кроме того, плановые показатели несколько отличаются от фактических, в связи с чем, при планировании предлагаем использовать фактические данные по товарообороту за 2014г.

Представим распределение товарооборота РАЙПО в 2015г. с учетом ритмичности продаж (таблица 29).

В качестве мероприятий по увеличению товарооборота предлагали также продавать товары в рассрочку.

Для оценки эффективности предлагаемых мероприятий и планирования поступления денежных средств разработаем график движения денежных средств, который представим в таблице 30.

ВСТАВКА ТАБЛИЦ 29,30

В таблице 30 представлен график движения денежных средств в РАЙПО с учетом коэффициента инкассации.

При планировании коэффициента инкассации нами был проведен опрос продавцов магазинов РАЙПО.

Согласно которому выяснили, что примерно 20% платежей проводится в долг.

Следовательно, коэффициент инкассации равен 0,8.

В январе в РАЙПО поступит 80% январского товарооборота:

1214,5 \* 0,8 = 971,58 тыс. руб.

В феврале поступят оставшиеся 20% январского товарооборота и 80% товарооборота, планируемого к поступлению в феврале:

1214,5\*0,2 = 242,90тыс.руб.

3146,7\*0,8 = 2517,35 тыс. руб.

Итого поступит выручки в феврале:2760,24 тыс. руб.

Общий объем поступлений от продаж за год составит 27956,5тыс.руб., при планируемом товарообороте 28764,8 тыс. руб.

Следовательно, представленный порядок расчетов позволит получить в планируемом году 97,2% всей выручки от продаж.

В таблице 31 представим финансовые результаты на 2015г.

Таблица 31- Финансовые результаты деятельности РАЙПО

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2014г. | 2015г. (прогноз) | Откл-е 2015г. от 2014г., +,- | 2015 в % к 2014г. |
| Товарооборот, тыс. руб. | 25177 | 28765 | 3588 | 114,3 |
| Себестоимость продаж, тыс. руб. | 26644 | 28615 | 1971 | 107,4 |
| Прибыль, тыс. руб. | -1467 | 149,8 | 1616,8 | х |
| Рентабельность продаж, % | -5,83 | 0,52 | 6,35 | х |

В результате реализации предложенных мероприятий Малмыжское РАЙПО может прибыль в размере:149,8 тыс. руб.

Заключение

В современных условиях в процессе возрастания конкурентной борьбы все более актуализируется проблема управления товарооборотом торгового предприятия, решение которой является одной из приоритетных задач для его стабильного развития.

Цель данной работы заключается в изучении системы управления товарооборотом в конкретной организации и разработке мероприятий по ее совершенствованию.

Объектом исследования данной работы выступает Малмыжское РАЙПО. Период исследования 2012-2014 гг.

Основные виды его деятельности: оптово-розничная торговля продовольственными и непродовольственными товарами, заготовительная деятельность, услуги общественного питания.

В результате расширения сферы выручка возросла в 2,7 раз. Наблюдается рост показателей эффективности использовании ресурсного потенциала предприятия однако в целом его деятельность является убыточной.

Предприятие имеет кризисный тип финансовой устойчивости из-за отсутствия достаточного количества собственных средств.

Ликвидность РАЙПО также имеет тенденцию к ухудшению.

В течение 2014г. товарооборот распределяется неравномерно. При этом наблюдается тенденция перевыполнение плана по объему продаж в марте, сентябре и декабре, в связи с тем, что именно в эти месяцы в магазинах раскупают все запасы товаров.

Важное значение, с точки зрения управления товарооборотом, имеет анализ его структуры. В структуре товарооборота наибольший удельный вес занимает продажа продовольственных товаров таких как: мясные продуктов, молочные, хлебобулочные изделия.

Ритмичность выполнения плана продажи товаров является положительным моментом в деятельности организации, так как ведет к увеличению ее прибыли.

Фактический объем продаж в 2014г. ниже критического уровня на 4405 тыс. руб., таким образом РАЙПО не обладает финансовой прочностью.

В результате расчета операционного рычага и запаса финансовой прочности выявлено, что организация будет иметь нулевую рентабельность при объеме продаж 29582 тыс. руб.

Проявление эффекта операционного рычага свидетельствует о возрастании убытка на 5,72% при увеличении товарооборота на 1 %.

В результате исследования выявлены высокие коммерческие расходы организации, которые являются причиной убыточности основного вида ее деятельности.

Одним из направлений совершенствования управления товарооборотом РАЙПО является корректировка его ассортиментной политики.

Другим направлением явился детальный анализ продовольственного рынка Малмыжского района и выявление основных конкурентов РАЙПО.

В целях повышения объема товарооборота предлагаем применить рассрочку платежа для постоянных клиентов РАЙПО, в том числе для.

Для привлечения дополнительного количества клиентов предложена реклама деятельности столовой на рекламных плакатах, щитах и пакетах, со сроком проведения от 2 до 12 месяцев.

Составленный график поступления выручки по видам деятельности позволит обеспечить более эффективный контроль за ней.

По результатам предлагаемых мероприятий были сформированы бюджет продаж и график поступления денежных средств в РАЙПО.

За счет реализации предложенных мероприятий Малмыжское РАЙПО сможет получить дополнительную прибыль в сумме 149,8 тыс. руб.

# Список литературы

1. Абчук В.А. Коммерция: Учебник. - СПб.: Издательство [Текст]/Михайлова В.А., 2010.
2. Андреева Л.В. Продажа товаров: Руководство по подготовке и заключению договоров. -М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Баканов, М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле [Текст]/ М. И. Баканов. – М. : Экономика, 2014.
4. Бланк И.А. Управление торговым предприятием [Текст]/И.А.Бланк. - М.: Ассоциация авторов и издателей ТАНДЕМ. Издательство ЭКМОС, 2014. - 416с.
5. Брагин, Л.А. Торговое дело: экономика и организация [Текст]/ Л.А.Брагин, Т.П. Данько, Г.Г. Иванов и др. - М.: ИНФРА-М, 2012 -256с.
6. Ванин В.В. Коммерческие организации; выбор организационно-правовой формы [Текст] / Практ. пособие. - М.: ПРИОР, 2013.
7. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность [Текст]: учебник / С.Н.Виноградова,О.В.АПигунова.- Минск:Высшая школа,2014.
8. Волков О.И. Экономика организаций. Учебное пособие. [Текст]/ М.: ИНФРА-М, 2013.-483 с.
9. Ворот И. Экономика фирмы. - М.: “Высшая школа”, 2014. - 173с.
10. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: Учебник.[Текст] Изд. 3-е перераб. и доп. / И.П.Дашков, В.К. Памбухчиянц.- М.: ИВЦ Маркетинг,2014 – 321 с.
11. Документы в торговых операциях: Практическое пособие/. Под руководством Никулина Л.Ф. [Текст]. - М.: Изд-во «Приор», 2011 –142с.
12. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке, Под. ред. А.В. Зырянова [Текст]. Екатерингбург: РИФ «Солярис», 2005.-416с.
13. Комплексный подход к оценке товарной политики предприятий [Электронный ресурс] //Экономический анализ: теория и практика.- 2014.-№ 22/ Справочно-правовая система КонсультантПлюс:Версия Проф
14. Лайсонс, К.Управление закупочной деятельностью с целю поставок [Текст]: учебник/ К.Лайсонс, М.Джиллеегем. - М., ИНФРА- М,2012.
15. Леви, М. Основы розничной торговли: Пер. с англ. [Текст]./ М. Леви, Б.А.Вейтц. - СПб: Питер,2014.-448с.
16. Маркетинг [Текст] / Под ред. проф Уткина Э.А. - М.: ассоц. «Тандем» изд-во ЭКМОС, 2013 - 320с.
17. Новикова, О.А. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) [Текст]: учебник. / под. ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2014.- 416с.
18. Оптимальное управление ресурсами организации потребительской кооперации [Электронный ресурс] //Экономический анализ: теория и практика.- 2014.-№ 1/ Справочно-правовая система КонсультантПлюс:Версия Проф
19. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. [Текст]/ М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012.
20. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности [Текст]/ М.: Издательско- торговая корпорация «Дашко и К», 2011. – 648 с.
21. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Текст]/ М.: Издательско- торговая корпорация «Дашко и К», 2010. – 540 с.
22. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: [Текст]/ Учебник для вузов. - 4-е изд. перераб. и доп. -М.: Маркетинг, 2012.
23. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность [Текст]: Учебник для вузов. – 4-е изд. перераб. и доп./ Ф.Г. Панкратов, Т.К.Серегина – М.: Маркетинг, 2013 – 579с.
24. Панкратов, Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]: Учеб. пособие. / Ф.Г. Панкратов и др. – М.: Маркетинг, 2012. – 248 с.
25. Плоткин, Б.К. Информационное обслуживание коммерческой деятельности: [Текст]. Учебное пособие / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов /Б.К.Плоткин. – СПб.: Изд. СПб ГУЭФ, 2010.-136с.
26. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст]/ М,: ИНФРА –М, 2011. – 248 с.
27. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст]: Учебник./Ф.П.Половцева [Текст]/ М.: ИНФРА-М, 2014. – 248с.
28. Практикум по коммерческой деятельности [Текст]/: Учеб. пособие/ Ф.Г. Панкратов и др. - М.: Маркетинг, 2013.
29. Ракита П.Р., Проблемы обеспечения эффективности работы предприятий розничной торговли [Электронный ресурс]/ П.Р. Ракита // Экономический анализ: теория и практика.- 2013.-№ 11/ Справочно-правовая система КонсультантПлюс:Версия Проф
30. Романов А.Н., Карлюгов Ю.Ю. Маркетинг [Текст]/: Учебник под ред. Романова А.Н.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2013. – 560с.

Приложения