

Трофимова А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Ю.Е. Галкина

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23

E-mail: trofimovaannet2013@yandex.ru

Анализ товарооборота в розничной торговле и мероприятия по его повышению

Основой коммерческой деятельности торгового предприятия на потребительском рынке является процесс продажи товаров. Экономическое содержание этого процесса отражает такой показатель, как товарооборот предприятия.

В настоящее время главной целью любого торгового предприятия является получение максимальной прибыли. Товарооборот является одним из главных условий и показателем обеспечения этой цели. Он оказывает также большое влияние на все количественные и качественные показатели работы торговых предприятий и организаций. От объема и структуры товарооборота зависят также такие показатели, как доходы, прибыль, рентабельность, сумма и уровень издержек обращения, фонд оплаты труда, численность торговых работников, финансовое состояние предприятий и др.

Цель данного исследования заключается в изучении значения показателя товарооборота на предприятии, проведения анализа данного показателя в хозяйственной деятельности предприятия и поиск путей его повышения.

Под розничным товарооборотом понимается «Объем продажи товаров и оказания услуг населению для личного, семейного, домашнего использования» [1]. Он относится к числу важнейших показателей плана экономического и социального развития, т.к. отражает объем движущейся товарной массы (в денежном выражении), переходящей в сферу личного потребления, и характеризует, с одной стороны, денежную выручку торговли, с другой — сумму расходов населения на покупку товаров. Товарооборот не показывает прибыль, по нему нельзя судить о рентабельности, это просто количественное число, выраженное в товарной форме. Но анализ товарооборота крайне важен для выбора дальнейшей стратегии фирмы [3].

Анализ товарооборота выполняется с целью изучения динамики продаж товаров и насколько быстро выполняется план, выявление более популярных групп товаров, изучение факторов, которые влияют на показатель товарооборота.

На товарооборот могут оказывать влияние следующие факторы [2]:

- изменение экономической ситуации в стране;
- ассортимент предлагаемых товаров;
- расположение магазина;
- ценовая политика магазина;
- реклама.

Это факторы, которые косвенно или прямо могут изменить уровень товарооборота. Знать о них очень важно. Если владелец предприятия сможет выявить основную причину снижения товарооборота, у него появится возможность повлиять на ситуацию, изменить ее в нужную сторону.

Товарооборот – это единственный и наиболее важный показатель эффективности работы торгового предприятия, независимо от его размеров и формы организации. Его анализ позволяет судить о результате деятельности и выбирать дальнейшую стратегию фирмы.

Литература

1. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения. //СПС Консультант Плюс URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_135475/
2. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: Учебник для вузов / ред. Брагин Л.А. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 314 с.
3. Соломатин А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли. – СПб.: Питер, 2009. – 560 с.