

Симантовская А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент В.В. Федина

*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: Shikova.nastya.2010@yandex.ru*

Анализ товарооборота организации (на примере ООО «Партнер»)

Основная цель коммерческой организации – удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах. Характеристикой достижения данной цели является товарооборот организации.

Товарооборот организации представляет собой объем потребления материальных благ, выражает экономические отношения, возникающие в процессе движения товаров из сферы производства в сферу потребления [1].

Товарооборот, по своей сути, является универсальным показателем, он характеризует не только переход товаров из сферы производства в сферу потребления, но также является показателем денежной выручки за проданные товары, основой для определения потребности в материальных, трудовых и финансовых результатах, а также отражает размер организации. В нем находят свое отражение различные стороны хозяйственной деятельности организации и ее подразделений.

Анализ товарооборота ООО «Партнер» показал, что он снижается в 2017-2019 гг. В 2018 году снижение товарооборота наблюдается по всем товарным группам (на 2365 тыс. руб. или 9,9%), кроме напитков (+206 тыс. руб. или 11,7%). Среди товарных групп наибольшее снижение показали бакалея (-1037 тыс. руб. или 19,7%); алкоголь (-528 тыс. руб. или 9,5%); консервы (-310 тыс. руб. или 23,9%); фрукты, овощи (-256 тыс. руб. или 13,6%).

В 2019 году снижение товарооборота наблюдается по всем товарным группам (на 284 тыс. руб. или 1,3%), кроме бакалеи (+169 тыс. руб. или 4,0%) и молочной продукции (+140 тыс. руб. или 9,0%). Среди товарных групп наибольшее снижение показали: бакалея (-1037 тыс. руб. или 19,7%); алкоголь (-528 тыс. руб. или 9,5%); консервы (-310 тыс. руб. или 23,9%); фрукты, овощи (-256 тыс. руб. или 13,6%).

Анализ товарооборота за 2018-2019 гг. по кварталам показал, что товарооборот за отчетный год снизился на 1,32%, абсолютный прирост составил -284 тыс. руб. В поквартальном разрезе наблюдается следующее: в 2018 году наиболее напряженным стал 2 квартал, а в 2019 году – 4 квартал.

Анализ структуры товарооборота показал, что во всех трех годах преобладали следующие товарные группы:

- бакалея (22,05%, 19,66% и 20,72%);
- мясо, птица, рыба (22,46%, 23,92% и 23,37%);
- алкоголь (23,24%, 23,34% и 24,81%).

Анализ выполнения плана по продажам показал, что лишь в 2017 году наблюдается перевыполнение плана по продажам на 525 тыс. руб. или 2,24%. В остальных рассматриваемых годах наблюдается невыполнение плана, причем наибольшее в 2018 году – на 2540 тыс. руб. или 10,54%.

В 2019 году невыполнение плана наблюдалось по всем товарным группам кроме бакалеи (процент перевыполнения 2,51%).

Наибольшее невыполнение плана наблюдается по:

- консервы (процент невыполнения 43,76%);
- алкоголь (процент невыполнения 7,89%);
- хлеб (процент невыполнения 5,59%).

Таким образом, исходя из оценки выполнения плана, можно сделать вывод, что ООО «Партнер» необходимо использовать различные методы стимулирования продаж.

Методами стимулирования покупателей в ООО «Партнер» могут стать дисконтные карты, бонусные карты и подарочные сертификаты.

Дисконтная карта позволяет приобретать товары с определенной скидкой. Бонусная карта позволяет покупателю получать и копить бонусы с каждой покупки. Подарочный сертификат предоставляет возможность купить товар на сумму, которая указана на нем.

Применение данных методов стимулирования продаж в ООО «Партнер» позволит повысить уровень лояльности покупателей за счет применения индивидуального подхода к каждому покупателю, что позволит увеличить товарооборот организации, что в свою очередь увеличит уровень ее прибыльности и рентабельности.

Литература

1. Иванова , Г Г . Развитие торговых организаций в современной экономике: Монография / Г Г . Иванова , А О . Зверева Москва : Дашков и К , 2018. 160 с .