Товарооборот розничного торгового предприятия: понятия и факторы его определяющие Григорян Р. А.

*Григорян Размик Арменович / Grigoryan Razmik Armenovich – студент,
кафедра финансов и кредитов, экономический факультет,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы (Волгоградский филиал), г. Волгоград*

Аннотация: в статье рассмотрены понятие и факторы, определяющие товарооборот розничного торгового предприятия. Представлена необходимость делить все факторы товарооборота на экстенсивные и интенсивные, анализ которых дает возможность руководителям торговых предприятий избежать непредвиденных проблем, предусмотреть основные изменения на рынке продаж и внести необходимые уточнения в план розничного товарооборота.

Ключевые слова: розничный товарооборот, розничная торговля, ассортиментный состав.

Розничная продажа представляет собой акт обмена денег на товар и услуги, выгодный для участвующих в нем сторон. Потребитель при обмене стремится приобрести необходимый ему товар (услуги) хорошего качества, а розничный торговец - прибыль. В процессе совершения акта купли-продажи потребитель получает определенное психологическое удовлетворение, укрепляет или повышает свой социальный статус.

Организации розничной торговли можно классифицировать по товарным категориям и группам, которые преобладают в ассортименте (продуктовые, хозяйственные, магазины стройматериалов, специализированные); по методам торговли (через прилавки, самообслуживания); по признаку принадлежности магазина тем или иным владельцам; по месту расположения (шаговой доступности, расположенные в местах общегородского значения).

Розничная торговля выполняет следующие функции: закупку товаров, их транспортирование и хранение; принятие на себя риска, финансовую деятельность, информирование рынка и получение информации о рынке, подсортировку, подработку, придание закупленной продукции товарного вида, продажу товаров и послепродажное обслуживание покупателей [1].

Розничная торговля занимает важное место в системе товародвижения. Она обеспечивает возможность покупателю с минимальной затратой сил и времени приобретать нужные ему товары (услуги) путем выбора из имеющегося ассортимента, недалеко от мест проживания или работы, в удобных для потребления количествах. Интерьер магазинов часто содействует совершению покупки.

Социальное значение розничной торговой сети заключается в удовлетворении материальных, социальных и бытовых потребностей членов общества, повышении уровня жизни населения, создании благоприятных условий для всестороннего развития личности. Социальный аспект розничной торговли находит свое проявление в величине свободного времени трудящихся.

Соответственно розничная торговля - одна из наиболее значительных для общества отраслей хозяйства [1, с.15].

Количественным показателем измерения розничной торговли является розничный товарооборот.

Розничный товарооборот – количественный показатель, характеризующий объем продаж. Он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы [3].

В соответствии с Инструкцией по учету розничного товарооборота, товарных запасов в торговле розничным товарооборотом является продажа продовольственных и непродовольственных товаров населению за наличный и безналичный расчет (по банковским пластиковым карточкам, электронным картам, по перечислениям денежных средств со счетов вкладчиков банков, по кредитам банков и т.п.) организациями розничной торговли и общественного питания; организациями других отраслей экономики, имеющими на своем балансе сеть розничной торговли и общественного питания; организациями, не имеющими торговой сети, но реализующими товары населению; индивидуальными предпринимателями; физическими лицами, осуществляющими продажу сельскохозяйственных продуктов на рынках.

Совокупный розничный товарооборот относят к важнейшим показателям экономического развития государства. Его рост отражает пропорции между производством и потреблением, спросом населения и предложением товаров, розничной продажей и денежным обращением.

Розничный товарооборот предприятия является одним из основных показателей, по которому оценивают хозяйственную деятельность предприятий торговли. Товарооборот оказывает влияние на финансовое состояние предприятия, прибыль, валовой доход, издержки обращения, рентабельность и т.д. Поэтому анализ розничного товарооборота имеет большое значение в работе торгового предприятия.

К основным задачам анализа розничного товарооборота следует отнести:

1. проверка выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары;
2. изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота, комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
3. выявление путей и возможностей роста товарооборота, повышение качества обслуживания покупателей, эффективности использования экономического потенциала (всех видов ресурсов);
4. разработку оптимальных управленческих решений по развитию розничного товарооборота торгового предприятия [4].

На развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы.

Внешние факторы подлежат изучению и анализу, но оказать какое-либо влияние на них торговая организация фактически не может, соответственно принимает их к сведению, подстраиваясь под существующие реалии.

Основными внешними факторами влияния на коммерческую деятельность розничных торговых предприятий являются: уровень доходов населения, процентная ставка банковского кредита, инфляционные процессы, уровень развития конкурентных отношений; нормы налогообложения, уровень безработицы и т.д. Наиболее значимый фактор политического характера - отношение правительства к отраслям экономики и регионам государства.

Внутренние факторы зависят от самой организации, которая имеет возможность их контролировать, изменять, регулировать. Данные факторы связаны:

1. с обеспечением товарными ресурсами;
2. эффективностью использования трудовых ресурсов;
3. эффективностью использования основных средств.

Указанные факторы в большей мере поддаются влиянию торговой организации, в данной связи заслуживают отдельного внимания и соответствующего анализа.

Факторы, связанные с обеспечением товарными ресурсами, влияют на объем розничного товарооборота через изменение величин запасов товаров на начало периода, поступления товаров, прочего выбытия и запасов на конец отчетного периода.

Положительное влияние на сумму товарооборота оказывает увеличение объема поступления товаров, уменьшение прочего выбытия товаров и их остатка на конец периода [2].

Влияние данных факторов на товарооборот определяют, как разность между фактическими данными и плановыми.

К факторам, связанным с обеспечением и использованием трудовых ресурсов, относятся: численность работников, организация и производительность их труда.

Численность торговых работников во многом зависит от количества торговых организаций. Численность торговых работников, их качественный состав влияют на уровень обслуживания населения и на выполнение плана розничного товарооборота. Работники розничных торговых организаций, непосредственно общаясь с населением в процессе продажи товаров, определяют объем и характер потребительского спроса, воздействуют на формирование ассортимента политики. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов зависит от организации труда, его производительности [1].

Производительность труда в торговле определяется суммой товарооборота на одного торгового работника.

К факторам, связанным с использованием основных фондов, относятся: количество магазинов, средняя торговая площадь одного магазина, товарооборот на 1 кв. м. торговой площади, фондоотдача, среднегодовая стоимость основных фондов.

Все факторы, под влиянием которых развивается товарооборот, следует разделить на две группы: экстенсивные и интенсивные.

Такие экстенсивные факторы, как покупательные фонды населения, товарные ресурсы, численность обслуживаемого населения, не зависят от деятельности торговых организаций и складываются под влиянием развития экономики страны в целом. Интенсивные факторы зависят в большей степени от эффективности деятельности торговых организаций.

В заключение сделаем вывод, что:

1. розничная торговля по своей сути является предпринимательской деятельностью в сфере обмена, связанной с продажей товаров (услуг) конечным потребителям для личного, семейного, домашнего или коллективного пользования, является сложной системой, функционирующей в условиях быстро меняющейся социально-экономической среды;
2. социальное значение розничной торговой сети заключается в удовлетворении материальных, социальных и бытовых потребностей членов общества, повышении уровня жизни населения, создании благоприятных условий для всестороннего развития личности;

3. розничный товарооборот - это количественный показатель, характеризующий объем продаж; он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы;

4. состав товарооборота торговой организации (применительно к розничному товарообороту), классифицируется по видам продаж;

5. ассортиментный состав проданных товаров по группам или отдельным товарным наименованиям характеризует структуру розничного товарооборота и является его качественной характеристикой;

6. розничный товарооборот используется для определения мощности торговой организации, так как по его величине можно судить об объеме ее деятельности, характеристики эффективности использования ресурсов организации и общей суммы расходов на реализацию товаров, так как в обобщенном виде показатель эффективности отражает соотношение результата и затрат.

Оценка достигнутых результатов является основой планирования организации розничной реализации товаров. Она позволяет определить оптимальный план сбыта, дает возможность руководителям торговых предприятий избежать непредвиденных проблем, предусмотреть основные изменения на рынке продаж и внести необходимые уточнения в план розничного товарооборота.

Литература

1. *Баженов Ю. К.* Розничная торговля в России: Монография / Ю. К. Баженов. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 239 с.
2. *Валевич Р. П.* Экономика торговли: учеб. пособие / Н. С. Шелег [и др.]; под общ. ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевич. – Минск: Выш. шк., 2012. – 559 с.
3. *Забродская Н. Г.* Предпринимательство. Организация и экономика малых предприятий: Учебник / Н. Г. Забродская. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 263 с.
4. *Иванов Г. Г.* Управление торговой организацией: Учебник / Г. Г. Иванов, И. С. Лебедева, Т. В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 368 с.