Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли
Высшая школа сервиса и торговли

Директор Высшей школы
сервиса и торговли
к.э.н., доцент
_____И. В. Капустина

«____»_____ 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА
ОРГАНИЗАЦИЯ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТОРГОВЛИ

по направлению 38.03.06 Торговое дело
по образовательной программе 38.03.06_01 Организация и управление бизнесом в сфере торговли

Выполнил студент гр. 437336/0101 _____ В. В. Касьянова

Руководитель,
к.э.н., доцент _____ Г. Г. Чаргазия

Консультант по нормоконтролю,
ст. преп. ВШСТ _____ А. С. Краснов

Санкт-Петербург 2019

Ministry of Science and Higher Education of Russian Federation
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Institute of Industrial Management, Economics and Trade
Graduate School of Service and Trade

Director of Graduate School of
Service and Trade
Ph. D., associate Professor
_____I. V. Kapustina

«____»_____ 2019 y.

GRADUATE QUALIFICATION WORK OF BACHELOR

ORGANIZATION AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF ADDITIONAL SERVICES AT THE TRADE ENTERPRISE

field of study 38.03.06 Trade business
educational program 38.03.06_01 Organization and management of business in the field of trade

Completed by student gr. 437336/0102 _____ V. V. Kasyanova

Supervisor,
Candidate of economics,
Associate Professor _____ G. G. Chargazia

Consultant for normative control,
Senior lecturer of GSST _____ A. S. Krasnov

St. Petersburg 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли
Высшая школа сервиса и торговли

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
сервиса и торговли
к.э.н., доцент
_____И. В. Капустина

«____»_____ 2019 г.

ЗАДАНИЕ
на выполнение выпускной квалификационной работы бакалавра

студенту Касьяновой Виктории Валерьевны, гр. 437336/0101

1. Тема выпускной квалификационной работы: Организация и оценка эффективности дополнительных услуг на предприятии торговли

2. Срок сдачи студентом законченной выпускной квалификационной работы 10 июня 2019 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: Законодательные акты РФ, отечественная и зарубежная научная литература по теме исследования, государственная статистика ФСГС РФ, интернет-источники

4. Содержание расчётно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов): теоретические основы деятельности розничного торгового предприятия; комплексный экономический анализ деятельности предприятия розничной торговли «Пекарни Коржова»; организация дополнительных услуг на предприятии

5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных иллюстраций): схемы, рисунки, графики в пояснительной записке к ВКР, слайды презентации к защите ВКР

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе: «отсутствуют»

7. Дата выдачи задания 05 февраля 2019 г.

Руководитель (научный руководитель)
К.э.н., доцент _____ Г. Г. Чаргазия
(подпись)

Задание принял к исполнению 05 февраля 2019 г.

Студент _____ В. В. Касьянова
(подпись)

РЕФЕРАТ

56 с., 1 рис., 12 табл., 22 ист., 1 прил.

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ, ПОСТАВЩИКИ, АССОРТИМЕНТ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ, ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Выбранная тема исследования актуальна в наше время, поскольку одной из значимых характеристик деятельности субъекта хозяйствования является обоснование экономической эффективности дополнительных услуг.

Экономическая эффективность дополнительных услуг предприятия - важнейшая характеристика финансово-хозяйственной деятельности при оценке компании со стороны внешней среды. Показатели экономической эффективности деятельности определяют конкурентоспособность и потенциал организации при осуществлении делового сотрудничества. Они предоставляют возможность оценить гарантированность интересов предприятия и его контрагентов в экономическом отношении при реализации предпринимательской деятельности.

ABSTRACT

56 p., 1 ill., 12 tables, 22 sources, 1 app.

RESOURCE POTENTIAL, FINANCIAL RESOURCES, SUPPLIERS, RANGE OF PRODUCTS, ECONOMIC JUSTIFICATION, ADDITIONAL SERVICES

The chosen research topic is relevant in our time, because one of the important characteristics of the business entity is the justification of the economic efficiency of additional services.

Economic efficiency of additional services of the enterprise is the most important characteristic of financial and economic activity when assessing the company from the external environment. Indicators of economic efficiency determine the competitiveness and potential of the organization in the implementation of business cooperation. They provide an opportunity to assess the guarantee of the interests of the enterprise and its counterparties in economic terms in the implementation of business activities.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....11
1.1 Сущность и значение розничной торговли.....11
1.2 Методы определения эффективности деятельности розничного торгового предприятия.....15
1.3. Дополнительные услуги на предприятии розничной торговли как способ повышения эффективности деятельности.....20
2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ «ПЕКАРНИ КОРЖОВА».....23
2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия.....23
2.2 Анализ прибыли торгового предприятия от дополнительных услуг 37
2.3 Анализ рентабельности дополнительных услуг торгового предприятия.....41
3 ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....43
3.1 Прогнозирование прибыли от дополнительных услуг на торговом предприятии ООО «Пекарни Коржова».....43
3.2 Направление расширение бизнеса. Внедрение новых дополнительных услуг на предприятии.....47
3.3 Анализ эффективности введения новых дополнительных услуг....48
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....51
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....55
ПРИЛОЖЕНИЕ А……..57

ВВЕДЕНИЕ

С переходом к конкурентным отношениям предприниматели получили независимость в осуществлении коммерческой деятельности, право всецело распоряжаться экономическими ресурсами и итогами трудовой активности и несут ответственность за свои управленческие решения. В этих условиях благополучие и коммерческий успех предприятия торговли целиком и полностью зависят от того, насколько эффективна его деятельность.

Исследование итогов торгово-хозяйственной деятельности предприятия, раскрытие причинно-следственных связей между употребленными ресурсами и полученными итогами создают основание для обоснованного предвидения его состояния в будущем при планировании и прогнозировании.

Важнейшим направлением аналитической работы предприятия является исследование экономической эффективности его деятельности. На его основе предоставляется оценка конечных итогов предпринимательской деятельности, формируется стратегия предприятия в области рационального использования ресурсов, вырабатываются меры по ее реализации.

Повышение экономической эффективности создает необходимые условия для расширения и обогащения материальной базы народного благосостояния посредством повышения производительности труда, увеличения фондоотдачи, экономии финансовых средств и улучшения качества продукции.

Таким образом, повышение экономической эффективности деятельности в настоящее время является решающим материальным фактором реализации высшей и конечной цели общественного производства.

Экономическая эффективность предприятия торговли включает в себя и качественную, и количественную стороны, которые в своей совокупности определяют меру данного вида эффективности.

Выбранная тема исследования актуальна в наше время, поскольку одной из значимых характеристик деятельности субъекта хозяйствования является обоснование экономической эффективности дополнительных услуг.

Экономическая эффективность дополнительных услуг предприятия - важнейшая характеристика финансово-хозяйственной деятельности при оценке компании со стороны внешней среды. Показатели экономической эффективности деятельности определяют конкурентоспособность и потенциал организации при осуществлении делового

сотрудничества. Они предоставляют возможность оценить гарантированность интересов предприятия и его контрагентов в экономическом отношении при реализации предпринимательской деятельности.

Основной задачей анализа является определение состояния предприятия, приемлемых параметров деятельности и их поддержание на сформировавшемся уровне, нахождение отрицательных тенденций в деятельности предприятия, которые требуют немедленного вмешательства.

В процессе проведения анализа эффективности оказания дополнительных услуг не только вскрываются и характеризуются главные факторы, оказывающие воздействие на финансово-хозяйственную деятельность, но и измеряется их воздействие.

Проблема повышения эффективности оказания дополнительных услуг особенно актуальна для малых и средних предпринимателей, поскольку в условиях развивающейся экономики эффективность является финансовым ресурсом, на основе которого организации могут выстраивать долгосрочную стратегическую политику.

Практическая значимость исследования состоит в том, что обследование показателей экономической эффективности дополнительных услуг предприятия торговли может употребляться как составляющая обоснования тактических и стратегических экономических решений, целесообразности реализации инвестиций; как оценка мастерства и эффективности управления; как технология прогнозирования и планирования перспективных результатов.

Цель выпускной квалификационной работы состоит в исследовании эффективности деятельности дополнительных услуг предприятия торговли и путей её повышения.

Задачи данной курсовой работы:

- изучить теоретические аспекты прибыли и рентабельности предприятия;
- дать описание организационно-экономической характеристики пекарни-кондитерской ООО «Пекарни Коржова»;
- дать оценку эффективности основной деятельности;
- проанализировать эффективность нововведенных дополнительных услуг на предприятии;
- сделать прогноз прибыли от дополнительных услуг на будущий год несколькими методами и провести комплексную увязку;
- предложить ввести новые дополнительные услуги на торговом предприятии и оценить их эффективность.

Дипломная работа состоит из введения, основной части, состоящей из 3 раздел, заключения и библиографии. Во введении отражена актуальность выбранной темы, цель и задачи, стоящие перед автором, объект и предмет исследования, методы, которые были использованы при написании работы, ее практическая значимость и структура. В первом разделе отражены теоретические аспекты розничной торговли, рассмотрены понятие и классификация дополнительных услуг на предприятии. Во втором разделе приведена организационно-экономическая характеристика торгового предприятия ООО «Пекарни Коржова», проведен анализ основных показателей хозяйственной деятельности, проведен анализ прибыли и рентабельности от дополнительных услуг на предприятии. В третьем разделе рассмотрено планирование чистой прибыли от дополнительных услуг на торговом предприятии ООО «Пекарни Коржова» тремя основными методами, после чего сделана комплексная увязка для определения перспективного развития ситуации на предприятии и худшего возможного варианта. Так же в третьем разделе предложены новые дополнительные услуги, которые можно ввести на предприятии и проведена оценка целесообразности.

Предмет исследования - показатели экономической эффективности деятельности предприятия торговли. Объект исследования – пекарня-кондитерская и сопутствующих товаров ООО «Пекарни Коржова».

Теоретическую и методологическую основу исследования составили публикации отечественных и зарубежных экономистов, законодательные и нормативные документы, материалы периодической печати по тематике выпускной квалификационной работы.

В процессе подготовки и написания выпускной квалификационной работы были использованы методы: аналитический метод, графический метод, дедуктивный метод, индуктивный метод, синтетический метод, сравнительный метод, табличный метод.

Практическое использование итогов исследования и активное внедрение предложенных мероприятий принесет значительный положительный эффект, существенно повысит эффективность деятельности магазина ООО «Пекарни Коржова».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность и значение розничной торговли

В современных условиях торговая деятельность может производиться наиболее разными предприятиями: частными, кооперативными, государственными. Торговая деятельность предполагает собою более прибыльное, выгодное дело, привлекающее новейших участников.

В современном мире виды и способы торговли улучшаются и расширяются. Инновационные технологические процессы дают возможность внедрить новые методы торговли. Число продаваемых товаров все время увеличивается и меняется. Создают новейшие товары, международная торговая деятельность дает возможность внедрить на рынки незнакомые ранее товары.

Одной из главных задач любого государства является поддержка производства отечественных товаров и их сбыт. Для этого государство оказывает поддержку отечественным производителям. Так, например, в России эта поддержка выражается в предоставлении льгот по налогам, субсидировании, льготных кредитов, расширение рынков сбыта отечественных товаров.

Розничная торговля является составляющей в народнохозяйственном комплексе государства. Реализация товаров посредством розничной торговли обеспечивает возмещение производству в денежной форме затрат на их изготовление и получение чистого дохода (в виде налога на прибыли), используемого на дальнейшее развитие народного хозяйства, т.е. способствует осуществлению процесса воспроизводства.

Одной из основных функций торговли является реализация товаров, что способствует планомерному развитию процесса воспроизводства.

Такая функция розничной торговли, как реализация произведенных стоимостей является следствием необходимости доведения товара до конкретного потребителя.

Следующая функция розничной торговли - реализация потребительной стоимости существует при всех общественно-экономических информациях, основанных на товарном производстве. Эта функция объективно возникает из товарного производства. Благодаря этой функции торговля оказывается связующим звеном между потреблени-

ем и производством, между сельским хозяйством и промышленностью, между селом и городом. Торговля посредством реализации товаров удовлетворяет спрос населения.

Далее важной функцией является доведение товаров до сферы потребления от сферы производства. Реализация возможна только в случае доставки потребителю.

Организационная функция розничной торговли. Эта функция включает все этапы от закупки до продажи (хранение, транспортировка, гарантийное обслуживание, организация труда торговых работников и т.п.). Выполнение этой функции требует взаимодействия с различными отраслями народного хозяйства, глубокого изучения спроса населения, создания необходимого объема запасов и т.д.

Розничная торговля, доводя товары для потребителя, способствует повышению качества товаров, расширения ассортимента, введению новшеств. Формируется более эффективная и рациональная структура потребления.

Все эти факторы в своей совокупности оказывают положительное влияние на развитие предложения, способствуют росту материального и культурного уровня жизни населения.

Торговля основана на непрерывном процессе воспроизводства. Этот процесс состоит из четырех периодов:

- Период производства;
- Период распределения;
- Период обмена;
- Период потребления.

Все эти периоды подчиняются требованиям основных экономических законов рынка. Отсюда вытекают сущность и основные задачи торговли.

Для народного хозяйственного комплекса государства роль торговли заключается в том, что она является связующим звеном между промышленным производством. Более половины национального дохода заключается в промышленном производстве. Для успешного развития промышленности должно динамично развиваться сырьевое, т.е. сельское хозяйство. При установлении правильных экономических взаимоотношений между сельским народным хозяйством и промышленностью государство получает экономические и политические предпосылки к стабильности.

Кроме того, благодаря розничной торговле, осуществляются экономические взаимосвязи между отдельными субъектами, районами, округами государства.

Субъекты Российской Федерации зачастую имеют совершенно разную специализацию благодаря климатическим особенностям, наличию полезных ископаемых и энергетических ресурсов, инновационному потенциалу и исторически сложившимся факторам. Взаимоотношения между субъектами РФ наиболее ярко раскрываются в торговле, а через нее – обмене товарами, опытом, технологиями.

Воздействие торговли на производство осуществляется через систему заказов заявок, договоров, путем взаимного участия представителей торговли в планировании производства, контроля за качеством поступающих товаров, отказов от приемки некачественных товаров или перевода их в пониженную сортность и продажу по ценам договоренности, применения санкций и др.

Благодаря розничной торговле поставщики расширяют ассортимент необходимых товаров за счет местных источников сырья, путем вовлечения дополнительных товарных ресурсов в товарооборот.

Розничная торговля способна оказывать воздействие не только на производство, но и на потребление. Воздействие торговли на потребление производится посредством средств массовой информации, через рекламу, выставки-продажи, ярмарки и т. д. Торговля влияет на вкусы покупателей, стимулирует быстрейшее внедрению в обиход новых изделий, расширяет ассортимент и способствует улучшению качества товаров.

Розничная торговля играет важную роль в укреплении экономических связей между сельским хозяйством и промышленностью, деревней и городом. Благодаря развитой торговле в государственный бюджет обеспечивается своевременное поступление средств и бесперебойное финансирование развития народного хозяйства.

Следует отметить большое влияние торговли на ускорение оборота общественных средств. В сфере обращения постоянно находится огромная масса товаров, которая из года в год увеличивается. Замедляя или ускоряя процесс обращения, торговля влияет на продолжительность всего цикла воспроизводства. Так, ускорение оборачиваемости товаров в торговле страны на один день высвобождает свыше 800 млн. руб. Эти средства могут быть использованы на развитие производства, обновление основных фондов, культурно-бытовые и другие нужды страны.

Скорость оборачиваемости товаров в торговле напрямую зависит от верного размещения товарных ресурсов по районам страны в

соответствии с устойчивым спросом населения, своевременной поставки товаров, развитости транспортной инфраструктуры, рациональной организации товародвижения и других факторов.

В условиях жесткой конкуренции на рынке потребительских товаров в современном экономическом обществе следует уделять большое значение правильной организации торгового обслуживания.

Торговое обслуживание представляет собой предоставление товаров и услуг населению, обслуживание покупателей, а также обслуживание перемещения товаров от человека к человеку.

Торговое обслуживание включает в себя такие понятие, как «культура торговли», «качество торгового обслуживания», «уровень обслуживания», «культура обслуживания». В основе этих понятий лежит забота о покупателе, который должен иметь возможность с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами совершать необходимые покупки.

Главным направлением развития торговой фирмы в настоящие время и в перспективе является значительное повышение уровня торгового обслуживания покупателей, что имеет большое социально - экономическое значение.

Высокого уровня торгового обслуживания можно достичь в результате тесного взаимодействия всех звеньев торговли, снижения издержек потребления и предоставления разнообразных услуг населению.

В современных условиях важнейшей характеристикой торговли является качество торгового обслуживания.

Прогрессивные явления в торговле вызванные к жизни активизацией рыночных процессов, ростом требований покупателей к культуре и качеству обслуживания, становятся все более заметными. Необходимо возрождать как известные в торговле услуги, так и шире распространять ранее не известные в отечественной практике.

Существуют следующие принципы управления торгового обслуживания:

– Планирование повышения качества функционирования и торгового обслуживания, стабильность достигнутых результатов.

– Обязательное воздействие на качество товаров и организацию труда во всех звеньях и на всех стадиях происхождения товаров в сфере обращения.

– Постоянный и действующий контроль за качеством торгового обслуживания на всех уровнях и во всех структурных звеньях торговли.

– Оптимальное использование общих закономерностей теории систем управления.

– Систематический пересмотр, обновление и совершенствование комплекса нормативной и методической документации на основе достижений передовых коллективов, добившихся высоких результатов повышения качества и культуры обслуживания.

Участие всех категорий работников торговли в управлении качеством организации торговли и культуры обслуживания.

1.2 Методы определения эффективности деятельности розничного торгового предприятия

Современные требования характеризуются ограниченностью экономических ресурсов, проблема рассмотрения и установления мероприятий по существенному повышению производительности компаний розничной торговли.

Дать характеристику результативность компании розничной торговли допустимо с помощью окончательных итогов функционирования компании, а кроме того его структурных подразделений.

Для комплексного анализа хозяйственной деятельности нынешних розничных организаций торговли применяют следующие категории аналитических показателей:

– Экономический эффект;

– Экономическая эффективность;

– Экономический результат.

Уровень и интенсивность предпринимательской активности в конкретной сфере либо области предпринимательской деятельности обусловливается с поддержкой статистического показателя, отражающего экономический результат.

Статистическим показателем может являться численность потребителей, посетивших магазин за определенный временной отрезок, масштаб покупок, розничный товарооборот, рост величины торговой площади и т.д.

Под экономическим эффектом компании розничной торговли подразумевают отличие между расходами, сделанными с целью извлечения итогов предпринимательской деятельности и её результатами. В торговой сфере эффект способен проявляться с помощью таких показателей, как валовой доход и прибыль.

Характеристика эффективности используют обе разновидности аналитических показателей (эффект и результат).

Экономическая эффективность нередко обусловливается соответствием приобретенного результата в стоимостном выражении с расходами разных ресурсов (материальных, экономических, информационных, трудовых) согласно его прямому достижению. Таким образом, в этом случае разговор идет об уровне эффективности применения ресурсов.

Определенные инновационные исследователи оценивают экономическую эффективность как результат деятельности, мероприятий и программ. Экономическая эффективность приобретает оценку по количественному соотношению приобретенного результата к затратам факторов производства и экономических ресурсов, обусловившим приобретение данного результата и достижение максимального масштаба деятельности с применением ресурсов установленной стоимости.

Имеется и другое установление экономической эффективности. Таким образом, определенные ученые под экономической эффективностью деятельности предполагают способность достижения запланированных целей по важным тенденциям с непременным соблюдением определенных количественных критериев и показателей эффективности. Это могут являться минимизирование расходов в результате либо максимизирование полезного эффекта.

Итоги деятельности компании также возможно аналитически оценить вследствие эффективности предпринимательской деятельности, что объединяется к сопоставлению результатов деятельности.

При обследовании результативности деятельности целесообразно уделять внимание преобладающим условиям и признакам, определяющим уровень и интенсивность применения предпринимательского потенциала (предметов труда, средств труда и труда), таким образом итоги производственного процесса целиком находятся в зависимости от динамики и величины признака.

Ресурсный подход к определению результативности работы компаний имеет своей целью реализацию режима бережливости, достижение наивысших результатов при наименьших затратах.

Главным показателем экономической эффективности деятельности торговли причисляют розничный оборот, подразумевающий передачу продуктов напрямую окончательным покупателям домашним хозяйствам в целях удовлетворение потребностей и индивидуальных

нужд. Этот этап заканчивает процедура обращения услуги либо товара. Продукт перестает быть товаром и обусловливается в сферу окончательного пользования.

Подобным способом, экономическая суть показателя розничного товарооборота характеризуется коммерческими взаимоотношениями, обусловленными обменом располагаемых денежных доходов домохозяйств на товары.

Основным финансовым показателем розничного оборота считается стоимостная величина товарной массы, переходящей в область пользования в обмен на располагаемые денежные доходы домохозяйств. Он определяет, с одной стороны, денежную сумму затрат населения в приобретение потребительских продуктов, с другой - денежную выручку области торговли.

Структура товарооборота розничной торговли воспроизводит пропорции между сферами производства и потребления, потребность компаний в разнообразных ресурсах, определяет развитие торговой отрасли.

Нормативно-правовые акты определяют розничный оборот как объем продажи товаров и оказания услуг домашним хозяйствам для личных, семейных и домашних нужд.

Статистическим показателем розничного товарооборота считается и степень реализации потребительских товаров домашним хозяйствам с помощью существующих каналов реализации продукта: на продуктовых, вещевых и смешанных рынках, а кроме того на официально учтенных фирмах.

Объем розничного товарооборота отображает в некоторой степени состояние дел в национальной экономике, характеризуя положение в сельском хозяйстве и промышленности, динамику благополучия домашних хозяйств и инфляционные процессы.

Аналитический показатель розничного товарооборота характеризуется количеством и качеством продаж.

Количественная характеристика розничного товарооборота сопряжена с масштабом продаж в стоимостном формулировании, высококачественная характеристика отражает структуру оборота. Состав оборота, либо ассортиментный состав, показаны удельным весом определенных товарных групп в совместном размере осуществлении.

Структура розничного оборота можно классифицировать по отдельным разновидностям продаж:

1. Реализация непродовольственных и продовольственных товаров через палатки, магазины, торговые автоматы;

2. Реализация продукции предприятий общественного питания, включающей продажу продукции собственного производства и покупных товаров с наценкой;

3. Реализация медицинских препаратов через аптечные сети;

4. Реализация периодики, печатных изданий, книг, журналов, газет.

Следует четко различать такие категории, как величина товарооборота и структура. Величина товарооборота формируется из сумм торговой выручки, сданной компанией в кассу или перечисленной в банк на расчетный счет, расходов, произведенных за счет кассовой выручки, масштаба мелкооптовых продаж, а структура складывается из многообразных разновидностей продаж.

Определим ключевые признаки, отражающие розничный товарооборот компании:

– масштаб розничного товарооборота в сопоставимых рыночных ценах в стоимостном выражении;

– масштаб товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах;

– ассортиментная структура товарооборота по товарным группам и отдельным товарам;

– уровень товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговли;

– однодневный объем товарооборота организации;

– уровень товарооборота, приходящийся на один квадратный метр торговой площади;

– уровень товарооборота, приходящийся на один квадратный метр совокупной площади;

– скорость обращения товаров (в днях);

– скорость товарооборота (число оборотов).

Для исследования эффективности розничного товарооборота следует:

– охарактеризовать динамику показателей товарооборота;

– дать характеристику обороту компании по методам торговли и отдельным организационным формам;

– исследовать товарную структуру и внутригрупповой ассортимент;

– дать характеристику сезонности товарооборота;

– найти и исследовать факторы, имеющие влияние на структуру товарооборота и его объем;

– охарактеризовать оборачиваемость товаров.

Методами исследования эффективности розничного товарооборота являются:

– построение и анализ временных рядов;

– использование средних и относительных статистических показателей;

– проведение анализа найденных показателей;

– индексный метод;

– построение и анализ регрессионных и трендовых моделей динамики;

– цепная подстановка данных;

– табличный и графический методы.

Эффективность определяется исходя из принятых за основу объемов учитываемых результатов и затрат, назначения и уровня оценки.

Эффективность может быть:

– сравнительная;

– полная;

– приростная.

Сравнительная экономическая эффективность деятельности представляет собой частный случай приростной эффективности, когда базой для расчета эффекта и затрат являются один из сравниваемых вариантов, а не показатели прошлой деятельности.

Полная экономическая эффективность отражает отношение полного эффекта хозяйственной деятельности ко всем затратам, вызвавшим эффект.

Приростная экономическая эффективность характеризуется отношением прироста эффекта за расчетный период к приросту вызвавших его затрат.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, о том что сущность экономической эффективности деятельности предприятия торговли сводится к соизмерению экономических эффектов с затратами, их обусловившими.

Важной задачей оценки эффективности розничной торговли является выявление внутрихозяйственных резервов повышения эффективности и достижение максимальных конечных результатов деятельности предприятия, что, в свою очередь, способствует существенному повышению прибыли.

Экономическая эффективность торговой деятельности представляет собой эффективность основной деятельности торгового предприятия и характеризуются системой показателей. Система показателей включает частные показатели эффективности формировании и использования отдельных видов ресурсов. Систему дополняют совокупные показатели эффективности использования нескольких видов ресурсов.

Показатели экономической эффективности деятельности розничного предприятия торговли рассчитываются на основе сопоставления эффекта (результата) деятельности с авансированными ресурсами или текущими затратами, связанными с получением этого эффекта.

Для оценки эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности предприятия торговли чаще всего используют систему показателей.

1.3. Дополнительные услуги на предприятии розничной торговли как способ повышения эффективности деятельности

Дополнительные услуги – это важная составная доля деятельность бизнеса. Устанавливающее условие с целью увеличения количества и усовершенствования свойства дополнительных услуг – это направленность рассматриваемой компании на конкретную группу покупателей. Иначе говоря, их свойство и количество непосредственно объединены с степенью востребованности и могут быть разными. Таким образом, дополнительные услуги необходимо характеризовать с точки зрения их оправданности и целесообразности. Положительное формирование данного направления деятельности компании считается результатом, в том числе позитивного сочетания внешних и внутренних обстоятельств, существующих в наличии ресурсов, которые проявляют непосредственное влияние на ежедневную службу компании, а также грамотного управления сведениям направлением деятельность. В этой концепции дополнительных услуг оказываются востребованными нестандартные методы решения проблем. Данное дает возможность компании выделиться на фоне соперничающих компаний. Основная задача введения дополнительных услуг в компании – это получение прибыли. Обычный комплект товаров не дает возможность торговому мануфактурному предприятию приобрести важные конкурентоспособные достоинства. Таким образом, с целью повышения прибыли данные компании создают другие способы привлечения покупателей. Доход –

это основное аргументирующее условие для организации дополнительного обслуживания.

Помимо обязательных и бесплатных услуг, розничные торговые предприятия дают полный комплекс различных дополнительных услуг, какие оплачиваются дополнительно. Все дополнительные услуги разделяются в 3 категории:

1) оказание помощи покупателю в совершение покупки и при ее использовании;

2) информационно-консультационные услуги;

3) создание удобств покупателям.

К услугам по оказанию помощи в совершении покупки и при ее использовании относят:

- прием и исполнение заказов на товары (прием и оформление заказов непосредственно в магазине по телефону или вне магазина, комплектование заказов, упаковка заказов, отпуск товаров непосредственно в магазине или доставка на дом);
- организацию доставки товаров;
- упаковка купленных в магазине товаров;
- комплектование и улучшенную упаковку подарочных наборов из имеющихся в наличии товаров, в том числе по заказам;
- оценку и прием на комиссию вещей на дому у комитента;
- оценку ювелирных изделий на дому;
- прием стеклопосуды;
- реализация товаров в кредит;
- организацию работ по послепродажному обслуживанию (установка технически сложных товаров на дому у покупателя, сборка мебели и др.);
- организацию приема заказов на выполнение ремонтно-строительных и монтажных работ с использованием товаров, приобретенных в магазине;
- предоставление кабин для зарядки фотоаппаратов;

К этой же группе услуг можно отнести:

- раскрой тканей и пошивку штор, приобретенных в магазине;
- мелкую переделку купленных в магазине швейных изделий;
- растяжку обуви и головных уборов;
- ремонт технически сложных товаров и др.

Информационно-консультационные услуги включают:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об услугах, оказываемых магазином, ауди и видео средствами;
- консультации специалистов по товарам;

- проведение рекламных презентаций товаров

В состав услуг по созданию удобств покупателям входит:

- организация и создания мест отдыха;
- предоставления услуг комнаты матери и ребенка (при наличии в магазине комплекса товаров для детей);
- гарантированное хранение купленных товаров;
- прием и хранение вещей покупателя;
- реализация пищевых продуктов с потреблением на месте;
- парковка личных автомашин покупателей на организованную у магазина стоянку.

Кроме перечисленных выше покупателям в магазинах могут предоставляться и другие услуги, не связанные напрямую с совершаемыми ими покупками. К числу таких услуг относят

- обмен валюты;
- телефонные услуги;
- проявка фотопленок и печать фотографий;
- ксерокопирование;

Услуги, оказываемые магазином, могут быть платными и бесплатными. К бесплатным услугам относят те из них, которые непосредственно связаны с продажей товаров (консультации продавцов, предоставление рекламной информации, упаковка развесных продовольственных и некоторых видов непродовольственных товаров, погрузка крупногабаритного товара на транспортное средство покупателя и т.д.). Услуги, выполнение которых требует дополнительных затрат, предоставляются магазином за отдельную плату по утвержденным прейскурантам.

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ «ПЕКАРНИ КОРЖОВА»

2.1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия

Рассматривается предприятие общественного питания пекарня-кондитерская «Пекарни Коржова», в которой реализуют продажу хлебобулочных и кондитерских изделий. Основной целью деятельности предприятия является получение прибыли.

Общество с ограниченной ответственностью «Пекарни Коржова» зарегистрировано 05.12.2013г. Местонахождение и почтовый адрес Общества: 195220, Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, пр.Науки, дом 17, корпус 2 литер А. [2]

В соответствии с уставом: общество с ограниченной ответственностью «Пекарни Коржова» создано в соответствии с действующим законодательством РФ в целях получения прибыли от его предпринимательской деятельности. Это общество, учрежденное одним или несколькими лицами, уставной капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Учредители могут являться только инвесторами, финансирование создания ООО и оплата уставного капитала не обязывает их участвовать в хозяйственной деятельности общества, для этих целей ООО создает исполнительные органы. Учредители не отвечают по обязательствам ООО и несут риск убытков, только в пределах стоимости внесенных ими вкладов. При этом имущество, переданное обществу в виде вкладов и других взносов его участниками, становится собственностью ООО и числится на его балансе.

Единоличным исполнительным органом ООО «Пекарни Коржов» является генеральный директор – Коржов-Сартаков Виктор Николаевич. Среднесписочная численность работающих в ООО «Пекарни Коржова» за 2018 год составила 36 человек.

В Санкт-Петербурге представлено 5 пекарен - кондитерских сети «Пекарни Коржова». Исследуемая пекарня – кондитерская «Пекарни Коржова», представленная на проспекте Науки, дом 17 корпус 2 была открыта в 2013 году.

«Пекарни Коржова» - пекарня-кондитерская, где вы найдете: настоящий хлеб на закваске без искусственных добавок; десерты и

торты ручной работы по собственным рецептам; плюшки на сливочном масле 82,5% жирности из Новой Зеландии; кофе из зерен свежей обжарки.

Приоритетными направлениями деятельности Общества являются:

- производство широкого ассортимента различных видов кондитерских изделий;
- выработка и реализация хлебобулочных изделий;
- разработка новых видов кондитерских и хлебобулочных изделий;
- ремонт, техническое перевооружение, реконструкция и развитие производства;
- проведение целенаправленных рекламных компаний и анализ эффективности рекламных акций;
- увеличение объема продаж через оптовую сеть;
- торгово-коммерческая деятельность;
- в порядке диверсификации осуществляет иные виды деятельности, не противоречащие действующему законодательству.

Деятельность предприятий общественного питания регламентируется рядом нормативных актов: классификаторы, ГОСТ, нормативно-правовые документы, санитарно-эпидемиологические правила, технические регламенты и так далее. Согласно ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения" (введен в действие Приказом Росстандарта от 27.06.2013 N 191-ст), предприятие общественного питания – это объект хозяйственной деятельности, который предназначен для изготовления продукции общественного питания, при это необходимо, чтобы были созданы условия для потребления и реализации данной продукции как на месте изготовления, так и вне его, то есть по заказу.

Реализуемая продукция ресторана соответствует требованиям государственных стандартов, стандартов предприятий общественного питания, сборников рецептур блюд и кулинарных изделий, технических условий, и вырабатываться по технологическим инструкциям и картам при соблюдении санитарных правил и норм для предприятий общественного питания.

Миссия - обеспечение потребителей натуральной, вкусной и качественной продукцией.

Девиз ООО «Пекарни Коржова» - «Сделать жизнь лучше!». Ценности компании: скорость, ответственность, добродушное общение с гостями.

Режим работы каждой пекарни определяется индивидуально, а для рассматриваемой пекарни время работы установлено с 08:00 до 21:00. Средний чек варьируется от 200 до 400 рублей.

Видение – сохранение традиции вкуса и качества кондитерских, хлебобулочных изделий.

Организационная структура ООО «Пекарни Коржова» представлена в приложение А.

«Коржов» − единая команда, в которой профессиональность и опыт каждого сотрудника создают успех и устойчивость организации.

Одно из главных условий успеха в предпринимательской деятельности – постоянная востребованность реализуемого товара или услуги. Именно такими товарами являются хлеб и хлебобулочные изделия. В пекарне существуют важнейшие принципы производства, такие как:

- процесс производства не может быть ускорен работниками;
- изготовление хлебобулочных изделий на ржаной закваске;
- каждый хлеб проходит производственный цикл;
- плюшки приготавливаются вручную с использованием Новозеландского масла;
- все десерты приготавливаются из натуральных продуктов, без добавления искусственных красителей и с использованием молекулярной кухни. Все сытные изделия тоже делают сами, начиная с домашних соусов, заканчивая копчением лосося и приготовления своей фирменной колбасы. Кофе обжаривается на другой торговой точке «Пекарни на Восстания».

На данный момент в СПБ существует несколько сетей, которые можно назвать условно федеральными, то есть те, которые представлены более чем в одном регионе (таблица 2.1). К ним можно отнести:

Буше;
Синнабон;
Шоколадница;
Булка хлеба.

Однако в полной мере федеральной представленностью обладает только сеть «Синнабон». Самыми сформировавшимися на данный момент однозначно стоит считать рынки кафе-кондитерских Москвы и Санкт-Петербурга, а также, возможно, еще нескольких крупных городов. Общее количество пекарен достигает 100.

За последние три года появляется много частных кондитерских в разных районах г. Санкт-Петербург. Однако они не масштабны,

обслуживают в основном только местный район, дальнейшее развитие таких пекарен отсутствует.

Таблица 2.1 – Анализ конкурентов пекарни-кондитерской по ценовым сегментам « Пекарни Коржова»

Конкуренты	Низко-ценовой сегмент	Средне-ценовой сегмент	Высоко-ценовой сегмент	Luxury сегмент
Пекарня Коржов	+	+	+	
Буше			+	+
Булка хлеба	+	+		
Шоколадница	+			

Рынок кафе-кондитерских города Санкт-Петербург достаточно развит. На данный момент насчитывается 9 сетевых кафе-кондитерских. Отличительной чертой является наличие сетей кафе-кондитерских от крупных заводов - изготовителей кондитерских изделий недлительного хранения (тортов и пирожных). К ним относятся лидер рынка по всем параметрам ОАО «Кондитерский комбинат «Невские берега», а также давно известные петербуржцам ОАО «Кондитерское производство «Север», ОАО «Метрополь» и ЗАО «Карат Плюс». Все они имеют свои сети кафе-кондитерских. Здесь стоит отметить, что часто ключевым отличием сети кафе-кондитерских, а значит, и источником их конкурентных преимуществ является имиджевый фактор - известность кондитеров.

Главным конкурентом пекарни-кондитерской «Пекарни Коржова» является торговая сеть «Буше». Она обладает такими же принципами производства, но имеет лучшую маркетинговую стратегию, а также имеет производство, которое обеспечивает продукцию для всех пекарен «Буше».

Для эффективной работы предприятия необходимо провести анализ сильных и слабых сторон внутренней среды предприятия, а также оценить возможности и угрозы внешней среды, поэтому рассмотрим самые значимые параметры с помощью SWOT-анализа, который представлен в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Матрица базового SWOT- анализа деятельности ООО «Пекарни Коржова»

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	***Сильные стороны*** - покупатели с высоким уровнем дохода; - организация продажи на месте производства; - комфортная, домашняя обстановка; - наличие продуктов для аллергиков - использование системы мотивации для сотрудников; - неформальное отношение к клиентам;	***Возможности*** - появление новых технологий производства продукции - увеличение благосклонности клиентов, за счет пропаганды в СМИ - поддержка на муниципальном уровне предприятий малого бизнеса - увеличение населения, желающего культурно провести досуг

Слабые стороны	***Слабые стороны*** - отсутствие вечерних скидок; - относительно узкий ассортимент; -недостаточно рекламы данного бренда.	***Угрозы*** - появление новых конкурентов; - усиление позиций существующих конкурентов; - снижение уровня жизни населения; - неблагоприятные изменения законодательства, регламентирующего малый бизнес; - потеря поставщика привычной продукции из-за санкций; - увеличение стоимости цен на ресурсы.

В результате проведённого SWOT-анализа, к сильным сторонам предприятия можно отнести комфортную атмосферу с домашней обстановкой, наличие продуктов для аллергиков и использование системы мотивации сотрудников. К слабостям, мешающим воплощению возможностей предприятия, стоит отнести отсутствие вечерних скидок, относительно узкий ассортимент продукции и невысокую известность бренда. К открывающимся перед предприятием возможностям можно отнести внедрение на предприятии новых технологий производства продукции, а также рост числа клиентов в будущем за счёт пропаганды в СМИ и увеличения доли населения, заинтересованной в культурном проведении досуга. Также следует предпринять меры по предотвращению угроз, возникновение которых возможно в будущем. К основным из них можно отнести рост числа конкурентов и усиление их позиций на рынке, снижение уровня жизни населения, а также неблагоприятные изменения в законодательстве для рассматриваемого рынка.

Рассмотрим PEST-анализ, чтобы понять какие факторы могут повлиять на данную пекарню (см. таблицу 2.3).

При помощи проведенного PEST-анализа, мы выявили, что у предприятия существует множество возможностей, которые необходимо использовать, а также существуют угрозы, которые организация должна постараться обойти для дальнейшей успешной работы.

Таблица 2.3 – PEST-анализ пекарни-кондитерской «Пекарни Коржова»

Среда	Факторы
Политико-правовая	- изменения в законодательстве; - политическая стабильность в РФ; - ожидаемые мероприятия в соответствии с комплексной программой минздрав социального развития по реализации программы здорового населения; - благоприятствующее настроение администрации СПб в отношении малого бизнеса и его развития.
Социально-культурная	- приток населения в город; - повышение уровня рождаемости.

Продолжение таблицы 2.3

Экономическая	темп инфляции быстро растет; - нестабильность национальной валюты; - нестабильный международный платежный баланс; - рост ВВП; - снижение уровня безработицы – 6,6 %; - денежный доход на душу населения начинает падать; - пищевая промышленность является обрабатывающей, занимает второе место среди отраслей экономики России, составляет долю в 19% от добавочной стоимости ВВП; - налоговая ставка на уровне: 20 % – налог на прибыль, НДФЛ (13 %); - повышение цен на технику, сырье

Технологическая	- проявляется тенденция к усилению инновационной активности, особенно в области продуктовых и технологических инноваций: - программа правительства РФ, направленная на внедрение нанотехнологий, биотехнологий в пищевой отрасли;
	- высокий уровень научно-технического развития, в областях автоматизации, информатизации, специализированных технологиях отрасли, это – возможности для повышения эффективности продаж, хранения продуктов, изготовления новинок.

Показатели финансово-хозяйственной деятельности малого предприятия могут интересовать не только внутренних пользователей (собственников и руководителей), но и внешних пользователей – кредиторов, потенциальных инвесторов, поставщиков и подрядчиков, кредитные организации и др.

Проанализируем результаты финансово-хозяйственной деятельности ООО "Пекарни Коржова" (см. таблицу 2.4).

Таблица 2.4 – Анализ уровня и динамики финансовых показателей

Наименование показателей	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г	(+;-)	2018 г. в % к 2014г.
1. Объем продаж по розничным ценам, тыс. руб.	29012	30891	32131	34191	38859	+ 4668	133,9
2. Объем продаж в сопоставимых ценах, тыс. руб.	26512	29341	32142	34191	34388	+ 197,5	129,7

3. Валовой доход от продажи товаров - в сумме, тыс. руб. - в процентах к обороту, %	9541 32,8	10213 33,0	11891 37,0	12293 35,95	14966 38,51	+2673 +2,56	156,8
4. Издержки обращения - в сумме, тыс. руб. - в процентах к обороту, %	7534 25,9	7921 25,64	8011 24,9	8611 25,18	9871 25,4	+1060 +0,22	131,0
5. Прибыль (убыток) от продажи товаров - в сумме, тыс. руб. - в процентах к обороту, %	2871 9,9	2981 9,6	3125 9,7	3682,0 10,77	5095,0 13,11	+1413 +2,34	177,4
6. Прочие доходы, тыс. руб.	9541	9871	10341	11557	15963	+4406	167,3

Продолжение таблицы 2.4

7. Прочие расходы, тыс. руб.	5312	5891	6012	6131	6988	+857	131,5
8. Валовая прибыль (до налогообложения), тыс. руб. - в сумме, тыс. руб. - в процентах к обороту	8091 27,88	8542 27,65	8921 27,76	9108 26,63	14070 36,21	+4962 +9,58	173,9

9. Сумма налога на прибыль, тыс. руб.	522,4	582,1	591,3	637,56	984,9	+347,4	188,5
10. Чистая прибыль (убыток) - в сумме, тыс. руб. - в процентах к обороту, %	7212 24,85	7543 24,41	7912 24,6	8470 24,77	13085 33,67	+4614 +8,9	181,4

В 2018 году все показатели магазина увеличивались. Товарооборот в фактических ценах возрос с 34191,0 тыс. руб. до 38859,0 тыс. руб. Валовый доход предприятия увеличился как по сумме (на 2673 тыс. руб.), так и по уровню (на 2,56%). Наблюдается и рост издержек обращения. Если в 2017 г. они составляли 8611 тыс. руб. или 25,18% от розничного товарооборота в фактических ценах, то за 2018 г. они возросли до 9871 тыс. руб. и стали составлять 25,4% от оборота по розничным ценам в фактических ценах. Прибыль от продажи товаров возросла с 11557 тыс. руб. до 15963 тыс. руб., увеличившись на сумму 1413 тыс. руб. или на 2,34%. Сумма прочих доходов увеличилась на 4406 тыс. руб., а прочих расходов – на 857,0 тыс. руб. Валовая прибыль в 2017 г. возросла как по сумме (на 4962,0 тыс. руб.), так и по уровню (на 9,58%). Сумма налога на прибыль также, соответственно, увеличилась. Ее значение в 2018 г. составило 984,9 тыс. руб., что на 54,5% больше, чем в 2017 г. Чистая прибыль по сравнению с 2017 г. увеличилась как по сумме (с 8470,44 тыс. руб. до 13085,1 тыс. руб., т.е. на 4614,66 тыс. руб.), так и по уровню (с 24,77% до 33,67%, т.е. на 8,9%).

Рассмотрим ресурсный потенциал пекарни-кондитерской «Пекарни Коржова»

Таблица 2.5 – Ресурсный потенциал ООО «Пекарни Коржова»

Наименование показателей	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г	(+;-)	2018г. в % к 2014г
Среднегодовая численность работников, чел	36	36	36	36	36	-	100,0
Среднегодовая	789	876	899	1032	1345	+31	170,5

стоимость основных фондов, тыс руб						2,6	
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс руб	321	432	498	513,1	788	+274,9	245,5
Площадь торгового зала, кв м	35	35	35	35	35	-	100,0
Среднегодовая стоимость авансированного капитала, тыс руб	2912	3215	4321	58015,0	25478,0	-32537,0	87,46
Применяемая система налогообложения	УСН						

Как видно из таблицы 1.5, среднегодовая численность работников не изменяется в течение года и составляет 36 человек, при этом среднегодовая стоимость основных фондов увеличилась к 2018 году на 30,3 % и составила 1345,1 тыс. руб. Рассматривая среднегодовую стоимость оборотных средств, выявлено, что прирост составил 53,6%, что соответствует приросту в 274,9 тыс. руб.

Таблица 2.5 - Анализ состава и структуры товарооборота предприятия за 2014-2018 гг.

№	Товарная группа	2014г		2015г		2016г		2017г		2018г		Отклонение 2018г к 2014г	
		Σ, тыс. руб.	Уд. вес %	Σ, тыс. руб.	Уд. вес %	Σ, тыс. руб.	Уд. вес %	Σ, тыс. руб.	Уд. вес %	Σ, тыс.руб.	Уд. вес %	Тыс.руб.	%
1	Батон	2691	23	2712	22	2780	21	2090	14	2890	16	199	107
2	Российский	981	9	1011	8	1011	8	1102	7,6	1902	10	921	193
3	Багет	921	8	931	7	981	7	1023	7	1311	7	390	142
4	Морковный	761	7	781	6	812	6	905	6	1098	6	337	144
5	Каравай	512	4	551	4	598	5	655	4	746	4,2	234	145

6	Рж-зерновой	903	8	956	8	998	8	1074	7	1274	7,2	371	141
7	Зерно на зерне	201	2	251	2	289	2	301	2	485	3	284	241
8	Русс. Солодовый	953	8	981	8	1011	8	1356	9	1567	8	614	164
9	Свекольный	952	8	990	8	1022	8	1599	11	1769	10	817	185
10	Пл. с изюмом	341	3	389	3	412	3	444	3,0	421	2,4	80	123
11	Пл. с маком	1021	9	1321	11	1522	11	1711	11	1746	9	725	171
12	Пл. с корицей	501	4	542	4	602	5	656	4,5	656	3,7	155	130
13	Пл. с персиком	34	0	54	0	68	1	83	0,5	46	0,2	12	135
14	Пл. с ягодами	212	2	254	2	289	2	306	2,1	479	2,7	267	225
15	Канадская пл. с брусникой	12	0	34	0	44	0	52	0,3	56	0,3	44	466
16	Штрудель	13	0	23	0	32	0	65	0,4	78	0,4	65	600
17	1934	132	1	154	1	198	1	221	1	198	1	66	155
18	Пирож. Дюшес	61	1	75	1	83	1	85	0,6	95	0,5	34	155
19	Пирож. Фламинго	32	0	40	0	45	0	50	0,3	73	0,4	41	228

Продолжение таблицы 2.5

20	Пирож. малифик	32	0	55	0	61	0	69	0,5	81	0,4	49	253
21	Кулейка	66	1	86	1	98	1	106	0,7	88	0,5	22	133
22	Ягодная тарт.	32	0	55	0	68	1	88	0,6	64	0,3	32	200
23	Лимонная тарт.	21	0	28	0	32	0	42	0,3	53	0,3	119	252
24	Эклеры в асс	101	1	134	1	154	1	170	1	220	1	25	217
25	торт	21	1	28	0	32	0	43	0,3	46	0,2	23	219
26	Итого	11507	100	12436	100	13242	100	14296	100	17442	100		

Коэффициент абсолютных структурных сдвигов в товарообороте ($К_{с.с.}$):

$$K_{c.cc} = \sqrt{\frac{\sum (f_i^1 - f_i^0) 2}{n}} \quad (4)$$

Где: n - количество товарных групп.

$$Kc.c. = \sqrt{\frac{21{,}9335}{26}} = 0{,}92$$

Проанализировав таблицу, наибольший объем розничного товарооборота занимали товарные группы: хлебов, эклеров, плюшка с ягодами, торты. Розничный товарооборот уменьшился в 2017 году по сравнению с 2018 годом в товарных группах 10, 13, 17, 21, 22, 26, и увеличился - 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 25. Следует отметить, что на торговом предприятии «Пекарни Коржова» произошли структурные сдвиги, о чем свидетельствует коэффициент структурных сдвигов равный 0,92.

Таблица 2.6 - Анализ динамики объема товарооборота предприятия 2017-2018 гг.

Год	Фактический РТО, тыс.руб.		Цепные темпы роста РТО		Базисные темпы роста РТО		Индекс цен
	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	В действующих ценах	В сопоставимых ценах	
2014	13741,00	13741,00	-	-	-	-	1,00
2015	14200,00	13396,23	103,34	97,49	103,34	97,49	1,06
2016	15365,00	12804,17	108,20	95,58	111,82	93,18	1,20

2017	14400,00	13714,29	93,72	107,11	104,80	99,81	1,05
2018	17500,00	16509,43	121,53	120,38	127,36	120,15	1,06

Среднегодовой темп изменения объема товарооборота (Р):

$$P = \sqrt[n-1]{\frac{T_n}{T_1}} * 100\,\%\,, \qquad (5)$$

Где: T_n - объем товарооборота отчетного года;
T_1- объем товарооборота в первом году ряда динамики;
n - количество лет в ряду динамики.

$$P = \sqrt[4]{\frac{17\ \ 500}{13\ \ 741}} = \sqrt[4]{1,27} = 1,06*100=106\%$$

Вывод: Объем розничного товарооборота за весь исследуемый период уменьшился на 2,03 %. Следует отметить, что в 2013 году произошло снижение РТО, в то время как все предыдущие года он рос. Однако рост был не равномерным. Среднегодовой темп изменения РТО составил 6%.

Таблица 2.7 - Анализ ритмичности и равномерности товарооборота предприятия «Пекарни Коржова» за отчетный год

Периоды (месяцы)	Товарооборот, тыс.руб.		Выполнение плана, % (x_i)	(x_i-x)	(x_i-x)^2
	план	факт			
Январь	1546	1874	121,22	-0,31	0,10
Февраль	1601	1969	122,99	1,46	2,13
Март	1542	1899	123,15	1,62	2,64
Апрель	1011	1255	124,13	2,61	6,80
Май	1130	1423	125,93	4,40	19,37
Июнь	1040	1278	122,88	1,36	1,84
Июль	950	902	94,95	-26,58	706,52

Август	1099	1496	136,12	14,60	213,04
Сентябрь	1201	1645	136,97	15,44	238,44
Октябрь	908	880	96,92	-24,61	605,72
Ноябрь	953	1190	124,87	3,34	11,16
Декабрь	1419	1689	119,03	-2,50	6,25
Итого, х	14 400	17 500	121,53	-	1814,01

Найдем $К_{ртим}$ (коэффициент ритмичности). Сравниваются плановые и фактические значения: если план меньше, или равен факту, то берется плановое значение, если план больше факта, то берется фактическое значение. Выбранные значения суммируются и делятся на общий плановый товарооборот.

$$K\ \ ритм = \frac{1546 + 1601 + 1542 + 1011 + 1130 + 1040 + 902 + 1099 + 1201 + 88}{14\ \ 400} \tag{6}$$

$$G_x = \sqrt{\frac{\sum \left(x_i - x \right)^2}{n}} \tag{7}$$

Где:G_x – среднеквадратичное отклонение,

n – число изменений параметров.

$$G = \sqrt{\frac{1814,01}{12}} = \sqrt{151,17} = 12,30$$

$$V = \frac{G_x}{x} * 100 \tag{8}$$

Где: V - коэффициент вариации,
G - среднее квадратическое отклонение;
X - среднее ожидаемое значение.

$$V = \frac{12,30}{121,53} = 10,12$$

$$K_{рав} = 100 - V \quad (9)$$

Где: К - коэффициент равномерности.

$$K_{рав} = 100 - 10,12 = 89,88$$

Вывод: Отрицательное отклонение плана в некоторых месяцах, говорит о неритмичности работы предприятия «Пекарни коржова», положительное – работа ритмична. Коэффициент ритмичности меньше единицы, следовательно, не во всех периодах работа ритмична. Коэффициент равномерности говорит о том, что за весь период план по товарообороту выполнялся достаточно равномерно, однако встречались недовыполнения плана в июле и октябре.

Проанализировав товарооборот предприятия «Пекарни Коржова», мы видим, что по сравнению с предыдущим годом, товарооборот уменьшился, и при этом не все товарные позиции продаются равномерно и стабильно. На рынке есть более сильные конкуренты, которые мешают магазину занять лидирующие позиции.

2.2 Анализ прибыли торгового предприятия от дополнительных услуг

На предприятии «Пекарни Коржова» с 2017 года работает мастерская, изготавливающая уникальные авторские торты для клиентов по заказу.

Проведем анализ прибыли от дополнительных услуг на предприятии от рассматриваемых дополнительных услуг на торговом предприятии. Анализ прибыли проводится в следующей последовательности:

- Анализ выполнения плана, динамики прибыли и рентабельности;
- Анализ факторов, влияющих на прибыль и рентабельность;
- Анализ распределения и использования прибыли.

Первое направление анализа проведем методом сравнения. Проведем экспресс-анализ рентабельности и факторов, определяющих развитие прибыли, установим тенденцию изменения массы прибыли от дополнительных услуг и уровня рентабельности.

Таблица 2.8 – Анализ прибыли торгового предприятия от дополнительных услуг «авторская мастерская тортов»

Наименование показателей	2016	2017	2018	Отклонение отчетного года от прошлого	Отчетный год в % к прошлому
1.Розничный товарооборот, тыс. руб					
1.1 в действующих ценах	23,4	33,60	40,93	7,33	121,82
2. Валовой доход					
2.1 в сумме, тыс.руб	22,1	25, 02	30, 61	5, 58	122,34
2.2 в % к ТО, %	0,94	0,745	0,748	0,003	-
3.Издержки обращения					
3.1.в сумме, тыс.руб	17,02	17,58	21,91	4,33	124,63
3.2. в % к ТО, %	0,72	0,52	0,53	0,01	-
4.Прибыль от реализации товаров					
4.1 в сумме, тыс.руб	6,98	7,44	8,69	1,25	116,80
4.2 в % к ТО, %	0,2	0,22	0,21	-0,01	-

Продолжение таблицы 2.8

5.Валовая прибыль,					
5.1.В сумме, тыс.руб		5,13	6,07	0,94	118,32
5.2.в % к ТО, %		0,15	0,15	0	-
6.Текущий налог					

на прибыль, тыс.руб		1, 03	1,20	0,17	116,50
6.Чистая прибыль					
6.1.в сумме, тыс.руб		4,10	4,85	0,75	118,29
6.2.в % к ТО, %		0,12	0,11	-0,01	-

По данным таблицы можно сделать вывод о положительной динамике в целом на предприятии по дополнительным услугам. По данным государственной статистики индекс цен составил 1,065. На основе этих данных рассчитан РТО. Прирост товарооборота составил 21,8%, что выше прироста прибыли от реализации (16,8%), а значит уровень рентабельности падает. Кроме того темп прироста прибыли (16,8%) ниже темпа прироста издержек обращения (24,7%), а значит основным фактором повышения прибыли является не снижение издержек, а повышение РТО в действующих ценах(21,8%), при этом темпы прироста РТО в сопоставимых ценах ниже (14,4%).

Известно, что

$$У_{ио} = ИО / РТО * 100\%, \quad (10)$$

Где: ИО – издержки обращения, тыс.руб.

РТО – розничный товарооборот за рассматриваемый период, тыс.руб.

Рассчитаем уровень издержек обращения:

$У_{ио.пр} = 17, 58 / 33, 60 * 100\% = 52,3\%$

$У_{ио.отч.} = 21, 91 / 40, 93 * 100\% = 53,5\%$

Рентабельность реализации товаров находится:

$$R_{реал.тов.} = приб.отреализ./ РТО * 100\% \quad (11)$$

Произведем расчет на прошлый и отчетный год:

$R_{пр} = 7, 44 / 33,60 * 100\% = 22,2\%$

$R_{отч} = 8, 69 / 40, 93 * 100\% = 21,2\%$

Уровень валового дохода находится по следующей формуле:

$$У_{вд.пр} = ВД/РТО * 100\%, \quad (12)$$

Где ВД – валовый доход, тыс.руб.
РТО – розничный товарооборот на рассматриваемый период, тыс.руб.
Рассчитаем уровень валового дохода:

$У_{вд.пр}$ = 25, 02 / 33, 60 * 100% = 74,5%

$У_{вд.отч}$ =30, 60 / 40, 93 * 100% = 74,8%

Таблица 2.9 - Расчет влияния факторов на динамику прибыли предприятия «Пекарни Коржова»

Факторы	Порядок расчета	Сумма, тыс.руб
1.Изменение РТО в действующих ценах, в т.ч 1.1 ценового фактора 1.2 физического объема реализации	(40, 93-33, 60) * 0,22 / 100 (40, 93-38, 43) * 0,22 / 100 (4, 83 * 0,22) / 100	0,016 0,005 0,011
2.Изменение уровня валового дохода	40, 93 * (0,748-0,745) / 100	0,001
3.Изменение уровня ИО	40, 93 * (0,535-0,523) / 100	0,004
4. Изменение прочих доходов	0,08-0,12	-0,04
5. Изменение прочих расходов	2, 71 - 2 ,44	0,27
6. Изменение суммы текущего налога на прибыль	1, 21 – 1, 03	0,18
7. Совокупное влияние факторов на чистую прибыль	-	0,471

По результатам расчетов стоит отметить, что положительное влияние на прибыль торгового предприятия оказало изменение товарооборота и валового дохода. Чистая прибыль складывается и под влиянием прочих доходов и расходов, а также текущего налога на прибыль. Из-за этих факторов сумма чистой прибыли увеличилась незначительно, на 0,18 тыс. руб.

На чистую прибыль, доход от авторской мастерской повлиял не значительно, но в целом положительно. Повлияли такие факторы,

как изменение уровня валового дохода, изменение уровня издержек обращения, дополнительные доходы и расходы.

Прибыль от авторской мастерской составляет не большую часть от общей прибыли предприятия, это связано с тем, что данная дополнительная услуга была только введена и используется не на полную мощность. При этом положительная динамика говорит о том, что можно развивать данную услугу дальше.

2.3 Анализ рентабельности дополнительных услуг торгового предприятия

Рентабельность, другими словами доходность, позволяет дать оценку эффективности работы.

Проведя анализ полученной прибыли от дополнительных услуг по нашему предприятию, необходимо сделать оценку рентабельности, которая, в свою очередь зависит от объема товарооборота, прибыли и формирующих ее элементов валового дохода и издержек обращения.

Отметим, что рентабельность различают затратного и ресурсного типа.

Рассмотрим несколько показателей:

1. Рентабельность реализации товаров:

$$R = \text{приб.от реализ.} / \text{РТО} * 100\% \quad (13)$$

$R_{пр} = 7,44 / 33,60 * 100\% = 22,2\%$

$R_{отч} = 8,69 / 40,93 * 100\% = 21,2\%$

По эти результатам можно сказать, что прибыль в расчете на 1 рубль розничного товарооборота составляет 22,2% и 21,2% соответственно в прошлом и отчетных годах.

2. Рентабельность хозяйственной деятельности:

$$R_{хоз} = \text{ВП} / \text{РТО} * 100\% \quad (14)$$

$R_{пр} = 5,13 / 33,60 * 100\% = 15,3\%$

$R_{отч} = 6,07 / 40,93 * 100\% = 14,8\%$

На 1 рубль товарооборота в отчетном году по сравнению с прошлым стало приходиться меньше прибыли. Из чего следует, что эффективность деятельности в целом на предприятии снизилась.

3. Рентабельность текущих затрат:

$R_{ио}$=Прибыль от реализации/Издержки обращения * 100% (15)

$R_{пр}$= 7,44 / 17,58 * 100% = 42,3%

$R_{отч}$= 8,69 / 20,91 * 100% = 41,5%

То есть можно отметить, что с каждого рубля издержек обращения предприятие имеет 42,3 и 41,5% соответственно в прошлом и отчетном годах.

4. Рентабельность собственного капитала:

$$R_{ск}= ЧП / Собственный капитал *100\% , \quad (16)$$

Где : ЧП – чистая прибыль, тыс.руб.

Собственный капитал – стоимость собственного капитала, тыс.руб.

$R_{скпр}$=4,10 / 2,12 * 100% = 193,3%

$R_{ск\ от}$ = 4,85 / 2,20 * 100% = 220,4%

Данный показатель должен соответствовать росту или падению производства. Отметим, что изменения произошли в среднем на 21% и в РТО и в $R_{ск}$. Кроме того, стоит сказать, что увеличение данного коэффициента говорит о повышении эффективности использования капитала.

3 ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА ПРЕДПРИЯТИИ

3.1 Прогнозирование прибыли от дополнительных услуг на торговом предприятии ООО «Пекарни Коржова»

Планирование прибыли представляет собой процесс экономического обоснования ее объема, достаточного для решения задач экономического и социального развития предприятия в предстоящем периоде, а также процесс разработки систем мероприятий по обеспечению получения прибыли и эффективного ее использования.

В процессе планирования автор будет использовать следующие методы:

- метод прямого счета;
- метод «CVP»;
- ЗФП;

I способ.

Метод прямого счета достаточно прост и надежен при планировании прибыли. При разработке должны быть использованы запланированные суммы валовой прибыли и издержек обращения.

Планирование начинается с расчета плана товарооборота. Планирование товарооборота служит инструментом выявления будущей прибыли и расходов предприятия, позволяет улучшить контроль за размещением и использованием всех ресурсов предприятия.

Рассчитаем розничный товарооборот на планируемый год на предприятии ООО «Пекарни Коржова». Известно, что сумма прочих доходов и расходов на будущий год останется на том же уровне. Предполагая, что уровень валового дохода к розничному товарообороту в планируемом году составит 75,5%, уровень издержек обращения составит 51%, прибыль от реализации составит 12,00 тыс. руб, то можно рассчитать планируемый товарооборот будущего года по формуле:

$$РТО\ план = П_{от\ реал.} * 100 / У_{ВД} – У_{ИО} \quad (17)$$

РТО план = 12, 00 тыс.руб * 100 / (75,5%-51%) = 48, 98 тыс.руб.

Определим сумму валового дохода на предприятии:

$$ВД_{план} = РТО_{план} * У_{ВДплан} / 100\%, \quad (18)$$

Где: $ВД_{план}$ - плановая сумма дохода от реализации товаров, тыс.руб.;

$РТО_{план}$ – плановая сумма розничного товарооборота, руб.;

$У_{ВДплан}$ – плановый уровень валового дохода по предприятию в процентах к розничному товарообороту, %.

Как предполагалось ранее, уровень валового дохода составит 75,5%. На основе этих данных произведем расчет и занесем полученное в таблицу 3.16

$ВД_{план}$= 48, 98 * 75,5 / 100 = 36,98 тыс.руб.

Таблица 3.1 - Планирование валового дохода

Показатели	2017г.	2018г.	Отклонение (+/-)	Темпы роста
$УР_{вд, \%}$	74,8	75,5	0,7	-
Валовый доход, тыс.руб	30,61	36,98	6,37	120,8
РТО, тыс.руб	40,93	48,98	8,05	119,7

Отметим, что прирост валового дохода составил 120,8%. Товарооборот на планируемый год составит 48,98 тыс.руб, что на 8,05 тыс.руб больше отчетного года.

Плановая сумма от реализации составит в 2015г. 12,00 тыс.руб. В этом случае сумма издержек обращения будет запланирована в размере:

$$ИО_{план} = ВД_{пл}-ПР_{пл} \quad (19)$$

$ИО_{план}$ = 36,98 – 12,00 = 24,98 тыс.руб

а валовая прибыль составит:

12, 00 + 0, 85 – 2,71 = 9,37 тыс.руб.

и наконец, чистая прибыль составит:

9,37 – 9,37*0,2 = 7,50 тыс.руб.

II способ.

Рассмотрим метод планирования на основе системы «CVP» или «Взаимосвязь издержек, объема реализации и прибыли» - предполагает поэтапный расчет отдельных показателей прибыли. На первом этапе определим точку безубыточности (порог рентабельности) на планируемый год. При использовании этого метода автор будет исходить

из условий изменения показателей в планируемом году, предусмотренных в методе прямого счета.

Произведем промежуточные расчеты, а именно спланируем издержки обращения переменные и постоянные.

Таблица 3.2 - Исходные данные для расчета суммы издержек обращения торгового предприятия ООО «Пекарни Коржова» на планируемый год по дополнительным услугам

Показатели	Годы	
	2017 год	2018 год
Объем товарооборота, тыс.руб	33,60	40,93
Издержки обращения, тыс.руб., в том числе - условно-переменные - условно-постоянные	17,58 4,39 13,18	21,91 6,14 15,78

Определим сумму условно-переменных издержек обращения на планируемый год:

$$ИО_{перем.план} = ИО_{перем.1} * \Delta t_{РТО}, \quad (20)$$

$ИО_{перем.план}$ – сумма условно-переменных издержек обращения на планируемый год, тыс.руб.;

$ИО_{пост.1}$ - сумма условно-постоянных издержек обращения в отчетном году, тыс.руб.;

$\Delta t_{пост}$ – среднегодовой темп изменения розничного товарооборота, в долях ед.

$ИО_{перем.план}$= 6,14 * 1,22 = 7,48 тыс.руб.

$Уио_{перем.пл}$= 7,48 / 48,98 * 100% = 15,3%

Сумма условно-постоянных издержек обращения на планируемый год будет равна

$ИО_{пост.план}$= ½ $ИО_{пост.1}$ * темп роста комм.платежей + ½ $ИО_{пост.1}$ (21)

где $ИО_{пост.план}$ – сумма условно-постоянных издержек обращения на планируемый год, тыс.руб.;

½ $ИО_{пост.1}$ – половина суммы условно-постоянных издержек обращения в отчетном году, тыс.руб..

$ИО_{пост.план}$ = 7,89 * 1,18 + 7,89 = 17,2 тыс.руб.

Общая сумма издержек обращения на планируемый год составит:

7,48 + 17,20 = 24,68 тыс.руб

Рассмотрим точку безубыточности:

$$Т_{т.б.пл.} = \frac{ИОпост.пл * 100}{Увд.пл - Уио.пер.пл.} \quad (22)$$

$$Т_{т.б.пл} = \frac{17,20 * 100}{75,5\% - 15,3\%} = 28,56 \text{ тыс.руб}$$

На втором этапе рассчитаем плановую сумму прибыли от реализации товаров по формуле:

$$ПР_{пл} = \frac{(Тпл - Тт.б.пл) * (Увд.пл - Уио.пер.пл.)}{100} \quad (23)$$

$$ПР_{пл} = \frac{(48,98 - 28,56) * 60,2\%}{100} = 12,29 \text{ тыс.руб}$$

На третьем этапе рассчитывается величина валовой прибыли на планируемый год:

$$ВП_{пл} = ПР_{пл} + ПрД_{пл} – ПрР_{пл} \quad (24)$$

$ВП_{пл}$= 12, 29 + 0,85 – 2, 71= 10,43 тыс.руб.

И в завершении, в четвертом этапе рассчитывается сумма чистой прибыли:

$$ЧП_{пл} = \frac{ВПпл * (100 - Снп)}{100}, \quad (25)$$

Где: $ЧП_{пл}$ – чистая прибыль планируемая, тыс.руб.;

$С_{нп}$ – ставка налогообложения, %

$ЧП_{пл}$ = 7,97 тыс.руб.

III способ.

Спланируем прибыль методом запаса финансовой прочности.

Запас финансовой прочности – это показатель финансовой устойчивости предприятия, который определяет, до какого уровня предприятие может уменьшить свое производство, не неся при этом убытков. Таким образом, чем выше данный показатель, тем более устойчивым является предприятие, и тем менее вероятен для него риск потерь.

Для расчета мы используем следующие формулы:

$$РТО_{план\ методом\ ЗФП} = РТО_{крит} * 100 / 100 – ЗФП_{план}, \quad (26)$$

Где: $РТО_{план\ методом\ ЗФП}$ – сумма планируемого розничного товарооборота, рассчитанная методом ЗФП, тыс.руб.;

$РТО_{крит}$ – критический объем розничного товарооборота, тыс.руб.;

$ЗФП_{план}$ – запас финансовой прочности планируемый;

$$ЗФП_{план} = РТО_1 – РТО_{крит} \quad (27)$$

Таким образом, рассчитаем второй вариант основных показателей хозяйственной деятельности предприятия на 2014 год:

$ЗФП_{план}$ = 40, 93 – 28,56 = 12, 36 тыс.руб или 12, 36 / 40, 93*100% = 30,2%.

$РТО_{план\ методом\ ЗФП}$ =28,56 * 100 / (100 – 30,2) = 40, 92 тыс.руб.

Допустим, что уровень издержек обращения, уровень валового дохода, прочие доходы и прочие расходы останутся на уровне отчетного года. Тогда произведем расчет необходимых для анализа показателей:

$ИО_{пл}$= 40,92 * 53,5% / 100% = 21, 89 тыс.руб.

$ВД_{пл}$= 40, 92 * 74,8% / 100% = 30, 61 тыс.руб.

Итак, произведя расчеты по трем методам планирования, сделаем комплексную увязку по всем показателям.

3.2 Направление расширение бизнеса. Внедрение новых дополнительных услуг на предприятии

Компания ООО «Пекарни Коржова» предоставляет множество дополнительных услуг, которые приносят дополнительную прибыль и повышают уровень обслуживания предприятия. К услугам по оказанию помощи покупателю в совершение покупки в данном магазине можно отнести:

- прием и исполнение заказов на товары. Прием на заказы происходит как непосредственно в магазине через продавца, так и через интернет. Предварительные заказы обрабатываются, обговариваются и уточняются у клиента и создаются к необходимой дате.

- организацию доставки товаров. Заказ на доставку товара так же может совершаться через продавца в магазине или через интернет. Доставка товара в данном магазине осуществляется по всей России.

- упаковка купленных в магазине товаров. При необходимости, продавцы упаковывают купленный товар. Данная услуга оплачивается отдельно.

- комплектование подарочных наборов из имеющихся в наличии товаров. Услуга так же предоставляется по желание клиентов и оплачивается отдельно.

К информационно-консультативным услугам рассматриваемого магазина можно отнести:

- предоставление информации о товарах и их изготовителях, об услугах, оказываемых магазином;

- консультации специалистов по товарам;

- проведение рекламных презентаций товаров.

Так же ООО «Пекарни Коржова» предоставляет такие услуги как:

-создание тортов на заказ;

-создание караваев на свадьбу

3.3 Анализ эффективности введения новых дополнительных услуг

В пекарне-кондитерской ООО «Пекарни Коржова» предлагается ввести дополнительную услугу по выполнению тортов на заказ.
Для введения данной услуги планируется не набирать сотрудников на постоянной основе, а использовать имеющиеся ресурсы:
Кондитер – 2 чел;
Дополнительное помещение для создания тортов на заказ не требуется. Рассмотрим планируемую прибыль от введения новой услуги в таблице 3.3

Таблица 3.3 – Планируемая прибыль за год от внедрения новой услуги

месяц	планируемое кол-во мероприятий	примерная выручка, тыс. руб	себестоимость продукции и издержки по браку, тыс. руб	оплата труда, тыс. руб	затраты на рекламу, тыс. руб	чистая прибыль, тыс. руб

январь	10	200	20	120	30	30
февраль	7	168	35	84	30	19
март	8	184	40	96	20	28
апрель	12	480	60	144	20	256
май	15	600	75	300	20	205

Продолжение таблицы 3.3

июнь	16	480	80	320	20	60
июль	19	570	100	228	20	222
август	20	800	100	240	20	440
сентябрь	12	360	84	144	20	112
октябрь	7	210	28	84	20	78
ноябрь	6	210	60	72	20	58
декабрь	15	450	105	180	20	145
год	147	4712	787	2012	260	1653

По данным таблицы можно увидеть, что услуга начинает приносить прибыль с первого месяца работы, при том, что существуют затраты на рекламу, без которых не обойтись в первый год работы новой услуги. Так же можно увидеть, что данная услуга подверженная сезонности, и наибольшую прибыль приносит в такие месяцы как декабрь-январь за счет многочисленных праздничных мероприятий, и в летние месяцы, так как это сезон свадебных мероприятий. В будущем, когда можно будет убрать затраты на рекламу, а количество обслуживаемых мероприятий значительно увеличится, услуга будет приносить еще больше прибыли. Тем самым, мы видим, что внедрение данной услуги целесообразно.

Рассмотрим внедрение еще одной дополнительной услуги на предприятии ООО «Пекарни Коржова». Предлагаем ввести услуги пекаря, который делает каравай для «свадеб». Отдельного человека на данную должность вводить не нужно. Необходимо обучить ночного пекаря и дать рекламу данной услуге. Оплачиваются данные услуги непосредственно за выход пекаря. Оплата зависит от объема работы. Тем самым мы видим, что издержки по данной услуге минимальны. К из-

держкам можно отнести лишь затраты на рекламу и обучение персонала, а также закупка необходимого инвентаря, которая делается один раз. Рассмотрим планируемую выручку от введения данной услуги.

Таблица 3.4 – Планируемая выручка за несколько лет от внедрения новой услуги «услуги пекаря»

период	закупка инвентаря, тыс. руб	затраты на рекламу, тыс. руб	обучение персонала, тыс. руб	оплата труда, тыс. руб	кол-во заказов	планируемая выручка, тыс. руб	чистая прибыль, тыс. руб
первый год	50	100	50	100	10	400	100
второй год	-	100	-	150	15	470	220

Таким образом, по данным таблицы можно увидеть, что данная услуга приносит прибыль с первого года внедрения. При этом, в последствии издержек обращения становится меньше, а количество заказов больше за счет узнаваемости услуги, тем самым, компания получает еще больше дополнительной прибыли. Можно сделать вывод, что внедрение рассматриваемой услуги целесообразно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цели и задачи, поставленные в выпускной квалификационной работе, были достигнуты: мы изучили теоретические аспекты розничной торговли и методы определения эффективности деятельности розничного торгового предприятия, рассмотрели понятие дополнительных услуг на предприятии и их классификацию; дали характеристику торговому предприятию; проанализировали основные показатели деятельности торгового предприятия; проанализировали прибыль от нововведённых услуг; предложили ввести новые дополнительные услуги, которые принесут дополнительную прибыль предприятию. Все исследования проводились как в относительных, так и в абсолютных показателях.

Проведенный расчет и анализ показателей эффективности работы предприятия на примере торгового предприятия «Коржов» показал, что предприятие находится в удовлетворительном финансовом положении и возможны перспективы роста, если преодолеть некоторые трудности, выявленные по данным анализа с которыми сталкивается предприятие.

В ходе выпускной квалификационной работы мы рассмотрели основные показатели хозяйственной деятельности предприятия. У предприятия «Коржов» наблюдается положительная динамика роста товарооборота за 2017 и 2018 гг. Это связано со снижением издержек обращения и прочих расходов. За счет этого в 2018 году чистая прибыль увеличилась на 38,9%.

Далее мы оценили характер ресурсного потенциала торгового предприятия за 2017-2018 годы, где увидели, что показатели ресурсного потенциала возросли по сравнению с прошлым годом.

Макросреду предприятия мы рассмотрели при помощи PEST-анализа. Для его проведения был использован экспертный метод. С его помощью мы оценили факторы, которые способствуют развитию предприятия, и нашли угрозы, которые могут помешать его дальнейшему развитию. Можно сделать вывод, что предприятие «Коржов» активно развивается на рынке, открывает новые филиалы по всему городу, предоставляет потребителям качественный товар и множество дополнительных услуг.

Проанализировав товарооборот предприятия, мы увидели, что наибольший объем розничного товарооборота занимают товарные группы: ягодная тарталетка, батоны. Следует отметить, что на торговом предприятии «Коржов» произошли структурные сдвиги, о чем

свидетельствует коэффициент структурных сдвигов равный 0,92. Объем розничного товарооборота за весь исследуемый период уменьшился на 2,03 %. Следует отметить, что в 2017 году произошло снижение РТО, в то время как все предыдущие года он рос. Однако рост был не равномерным. Среднегодовой темп изменения РТО составил 1,06%, что является достаточно невысоким показателем. Отрицательное отклонение плана в некоторых месяцах, говорит о неритмичности работы предприятия «Коржов». Коэффициент равномерности, равный 89,88 говорит о том, что за весь период план по товарообороту выполнялся достаточно равномерно, однако, встречались недовыполнения плана в июле и октябре.

Далее мы провели анализ прибыли предприятия от дополнительных услуг. Анализ прибыли проводился в следующей последовательности:

Анализ выполнения плана, динамики прибыли и рентабельности;

Анализ факторов, влияющих на прибыль и рентабельность;

Анализ распределения и использования прибыли.

Рассмотрев товарооборот предприятия от дополнительных услуг (авторская мастерская по созданию тортов), мы сделали вывод о положительной динамике в целом на предприятии по дополнительным услугам. По данным государственной статистики индекс цен составил 1,065. На основе этих данных рассчитан РТО. Прирост товарооборота составил 21,8%, что выше прироста прибыли от реализации (16,8%), а значит уровень рентабельности падает. Кроме того темп прироста прибыли (16,8%) ниже темпа прироста издержек обращения (24,7%), а значит основным фактором повышения прибыли является не снижение издержек, а повышение РТО в действующих ценах(21,8%), при этом темпы прироста РТО в сопоставимых ценах ниже (14,4%).

По результатам расчетов влияния факторов на динамику прибыли предприятия, стоит отметить, что положительное влияние на прибыль торгового предприятия от дополнительных услуг, оказало изменение товарооборота и валового дохода. Чистая прибыль складывается и под влиянием прочих доходов и расходов, а также текущего налога на прибыль. Из-за этих факторов сумма чистой прибыли увеличилась незначительно, на 0,41 тыс. руб. В совокупности, влияние всех факторов обеспечило ее прирост в отчетном году по сравнению с прошлым годом на 0,471 тыс.руб.

Прибыль от авторской мастерской составляет небольшую часть

от общей прибыли предприятия, это связано с тем, что данная дополнительная услуга была только введена и используется не на полную мощность. При этом положительная динамика говорит о том, что можно развивать данную услугу дальше.

Мы спрогнозировали прибыль от дополнительных услуг на предприятии на будущий год тремя способами:

- метод прямого счета;
- метод «CVP»;
- ЗФП;

Далее была проведена комплексная увязка прибыли от основных показателей хозяйственной деятельности, где мы увидели, что планирование по методу запаса финансовой прочности является самым худшим вариантом развития деятельности предприятия. Чистая прибыль за год составила на 0,1% больше, чем в отчетном году или 4,87 тыс.руб. Товарооборот снизился на 0,4 тыс.руб. и издержки обращения при этом тоже упали, хоть и незначительно. В совокупности по всем показателям наблюдаются незначительные отклонения как в положительную, так и в отрицательную сторону и такой вариант нас не удовлетворяет. Второй вариант прогноза основных показателей от дополнительных услуг на торговом предприятии, рассчитанный на основе взаимосвязи издержек, объема реализации и прибыли является лучшим, так как чистая прибыль на самом высоком уровне – 15,8% от товарооборота. Заметим, что в первых двух методах планирования и товарооборот и издержки обращения выросли, однако темпы роста товарооборота превышают рост издержек, поэтому на планируемый год удельный вес издержек обращения в обоих методах уменьшился. В каждом из методов прочие доходы и прочие расходы остались на прежнем уровне. Положительную тенденцию набирает валовый доход, который вырос более чем на 50%. И несмотря на то, что налог на прибыль в связи с ростом валового дохода тоже вырос, прибыль предприятия составила 15,3% и 15,8%, когда в отчетном году 11,8% от товарооборота.

Таким образом, можно сделать вывод, что для торгового предприятия «Коржов» наиболее выгодным вариантом прогноза основных показателей хозяйственной деятельности является второй вариант, рассчитанный на основе «CVP».

Такая дополнительная услуга, как авторская мастерская по созданию тортов на предприятии была введена недавно и еще не достигла по показателям своих целей, но положительная динамика показыва-

ет, что стоит развивать рассматриваемые услуги авторской мастерской.

Далее мы предложили ввести в магазине «Коржов» новые дополнительные услуги. Было предложено ввести такую услугу, как изготовление тортов и пироженных. Проанализировав затраты на введение данной услуги и спланировав спрос и прибыль, мы выяснили, что введение услуги целесообразно. Она будет приносить прибыль с первого года ее введения, так как не требует больших затрат изначально.

Еще одной предложенной услугой было введение услуги мастера-тортов. Для этого необходимо будет обучить персонал и закупить инвентарь, на что уйдут основные затраты при введении данной услуги. Эти затраты единовременные, поэтому со временем, прибыль будет больше.

Предложенные дополнительные услуги не требуют введения новой рабочей силы или затрат на аренду/покупку помещения, не создают простоя рабочей силы, если люди не нуждаются в них, поэтому быстро начинают приносить прибыль при введении их на предприятие торговли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации.

2. Налоговый Кодекс Российской Федерации.

3. Трудовой Кодекс РФ // Собрание законодательства РФ, 2014г.

4. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации".

5. Амелина Р.М. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Р.М. Амелина. - СПб.: Питер, 2011.

6. Березовский В.Л., Анисимовец Т.П., Ускевич Т.Г. Анализ деятельности субъектов хозяйствования: Учебное пособие - Мн.: БГЭУ, 2009

7. Егоров В.Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли. 2012.

8. Игнатущенко В.В. Оценка качества прибыли. 2010.

9. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Изд-во Проспект, 2012.

10. Колпина Л.Г. Финансы предприятий: учебник для вузов.- 2-е изд., дораб. и доп.- Мн.: Юрайт, 2010.

11. Круковская Т.А. Факторный анализ финансовых результатов // Бухгалтерский учет, 2013.

12. Лебедева С.Н. Экономика предприятия торговли: Учебное пособие - Мн.: Новое знание, 2010

13. Литвин М.И. Управление финансами предприятия. Финансовый менеджмент. – М.: Питер, 2011.

14. Савицкая Г.В. Экономический анализ: Учебник. - М.: Новое издание, 2010.

15. Семенов А.К. Основы менеджмента: учеб.для вузов / А.К. Семенов. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2009.

16. Соломатин А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник длявузов.– СПб.: Питер, 2009.

17. Сорокина М.В. Менеджмент в торговле: Учебное пособие для вузов. – СПб.: Бизнес-Пресса, 2011.

18. Стражев В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: Учебник/ - Мн.: Высшая школа, 2013. – 398 с.

19. Фирстова С.Ю. Экономический анализ в вопросах и ответах. Учебное пособие. - М.: Кнорусс, 2012.

20. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие. - М.: РИОР, 2011.

21. Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия. – М.: Экономика, 2010.

22. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] / URL: http://www.gks.ru

ПРИЛОЖЕНИЕ А

