

УДК 338

ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ТОВАРООБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. В. ВЛАДЫКИНА

Научный руководитель В. С. ЖАРИКОВ, канд. техн. наук, доц.
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Розничный товарооборот – это важнейший показатель торгового предприятия, от которого зависит объем валового дохода и прибыли.

Анализируя розничный товарооборот Краснопольского райпо, можно сделать следующие выводы:

– в период 2010-2011 гг. наблюдается рост товарооборота предприятия, однако, фактические показатели отличаются от планируемых;

– торговое предприятие не выполнило план розничного товарооборота по кварталам и в целом за год;

– всего из 44 учитываемых групп товаров темпы роста розничного товарооборота снижены по 8 группам товаров;

– на рост розничного товарооборота влияние оказали такие показатели, как продолжительность рабочего дня торгово-оперативного персонала (498,88 млн р.); среднечасовая выработка (15608,62 млн р.); среднегодовая стоимость основных средств (8574,96 млн р.); фондоотдача основных средств (6891,74 млн р.); товарооборот на 1 кв.м торговой площади (16702,91 млн р.); среднегодовая стоимость оборотных средств (11055,22 млн р.); средний товарный запас (13188,77 млн р.).

При прогнозировании розничного товарооборота Краснопольским райпо игнорируется сопоставимость цен. Используя метод криволинейного выравнивания по фактическим данным об объеме розничного товарооборота предприятия за последние 5 лет, подобраны четыре уравнения связи: линейная, степенная, экспоненциальная (простая), гиперболическая кривая II типа. Наибольшая положительная корреляция наблюдается при использовании гиперболической кривой II типа. Прогнозируемое значение розничного товарооборота на 2012 г. составляет 54384,67 млн р.

Прогнозирование розничного товарооборота на 2012 г. по модели Брауна в сопоставимых ценах составляет 46932,10 млн р., верхняя граница прогноза – 63093,45 млн р., нижняя граница прогноза – 30770,75 млн р.

В качестве основной рекомендации по увеличению товарооборота Краснопольского райпо можно предложить применение кластерного анализа для разделения магазинов на однородные группы и разработки конкретных рекомендаций для каждой группы магазинов по увеличению товарооборота.