

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ  
КАФЕДРА УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело  
профиль «Маркетинг»  
очной формы обучения, группы 06001407  
Пушкарской Инны Станиславовны

Научный руководитель  
к.э.н., доцент  
Нефедова Е.А.

БЕЛГОРОД 2018

## Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы организации и технологии розничной торговли.....	6
1.1. Сущность и функции розничной торговли.....	6
1.2. Виды и формы розничной торговли.....	12
1.3. Особенности процесса организации и технологии розничной торговли.....	17
2. Аналитические аспекты процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.....	31
2.1. Организационно-экономическая характеристика ХКП Пригородное Россошанского РПТК.....	31
2.2. Оценка финансово-хозяйственной деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК .....	41
2.3. Анализ процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК.....	49
3. Проект по совершенствованию организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК .....	62
3.1. Характеристика проекта.....	62
3.2. Состав и структура затрат на внедрение проекта.....	66
3.3. Показатели экономической эффективности проекта.....	67
Заключение.....	71
Список использованных источников.....	75
Приложения.....	81

## Введение

Торговля, как опорная составляющая развитых экономических отношений во многом способствует решению главной задачи общественного производства - удовлетворению разносторонних потребностей людей. Именно торговля, реализуя производственную потребительскую стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает баланс между спросом и предложением. Осуществлять непосредственную связь производства с потреблением помогают предприятия розничной торговли, которые с целью удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли осуществляют организацию и технологию продажи товаров. Розничная торговля на сегодняшний день занимает значительную долю в экономике страны, в связи с этим тематика исследования организации и технологии розничной торговли является актуальной и своевременной.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение практических аспектов процесса организации и технологии розничной торговли на примере предприятия - ХКП Пригородное Россошанского РПТК, основной деятельностью которого является розничная торговля.

Для достижения поставленной цели в ходе написания выпускной квалификационной работы были поставлены следующие задачи:

- рассмотрение сущности розничной торговли, ее виды и формы;
- исследование теоретических основ процесса организации и технологии розничной торговли;
- изучение организационно-экономической характеристики ХКП Пригородное Россошанского РПТК и оценка его финансово-хозяйственной деятельности;
- анализ процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК и выявить его эффективность;
- разработка проекта по совершенствованию технологии розничных продаж в ХКП Пригородное Россошанского РПТК.

Предметом выпускной квалификационной работы является процесс организации и технологии розничной торговли.

Объектом выпускной квалификационной работы выступает ХКП Пригородное Россошанского РПТК.

Теоретической основой дипломной работы послужили труды исследователей, занимающихся проблемами организации и технологии розничной торговли Л.П.Дашкова, К.Канаян, Р.Канаян, В.К. Памбухчиянца, Л.А.Брагиной, С.А.Каплиной, Т.Н.Парамоновой, И.А.Рамазанова, И.Н.Зубковой, О.В.Памбухчиянц, А.Жигульского и многих других.

Аналитическая часть работы построена на методах выборочного наблюдения, на качественных методах маркетингового исследования, на количественных методах финансово-экономического анализа и инвестиционного анализа.

Информационной основой послужили данные бухгалтерского учета ХКП Пригородное Россошанского РПТК за 2015-2017 гг., а также устав данного предприятия.

Структура и объем дипломной работы определяется логической последовательностью исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

В первой главе изучены теоретические основы организации и технологии розничной торговли, в рамках которой рассмотрено понятие розничной торговли и определена ее роль в рыночных условиях хозяйствования; изучена сущность, функции, виды и формы розничной торговли; выделены особенности процесса организации и технологии розничной торговли.

Во второй главе отражены результаты аналитических аспектов процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг. Проанализирована организационно-экономическая характеристика предприятия, дана оценка финансового его состояния и исследованы все стадии организационно-

технологического процесса.

Третья глава выпускной квалификационной работы посвящена разработке проекта по совершенствованию организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК. Дана характеристика проекта, его экономическое обоснование и представлена оценка его эффективности.

# 1. Теоретические основы организации и технологии розничной торговли

## 1.1. Сущность и функции розничной торговли

В период глобализации и активного роста и развития рыночных отношений торговля становится одним из важнейших секторов экономики, который относится к наиболее прогрессивным видам деятельности, затрагивающим все слои населения. Розничная торговля играет важную роль в экономике государства, поскольку она затрагивает ключевые бизнес-процессы, связанные с продажей товаров и услуг и их доставкой конечному пользователю.

В качестве источника наличности торговля создает основу для стабильности государства, являясь важным компонентом формирования бюджета, что вносит существенный вклад в развитие отдельных регионов страны.

За последние 20 лет характер торговли также значительно изменился из-за насыщения рынка товарами. Современный потребительский рынок характеризуется высокой концентрацией товаров для различных целей, большим количеством производителей и высокой конкуренцией на рынке. Система поступления товаров на рынок изменилась, в настоящий момент на рынке преобладают сетевые организации, а динамика объемов и структуры продажи товаров на этом канале становится все более стабильной.

Существует множество определений термина «розничная торговля». Наиболее распространенные из них содержатся в юридических документах и гласят: «Розничная торговля - это вид предпринимательской деятельности в сфере торговли, связанной с продажей товаров непосредственно потребителю для личного, домашнего, семейного использования» [2].

Американские экономисты Т. Кент и О. Омар рассматривают розничную торговлю не только как вид деятельности, но и сужают ее до ключевых элементов, одним из которых являются торговые и розничные компании, действующие на рынке: «Торгово-розничные компании –

являются коммерческими организациями, которые продают товары и услуги потребителям для личного и бытового потребления».

Розничная торговля как крупная отрасль, объединяет три основные группы субъектов: потребители, производители и сетевые операторы, взаимодействующие в эквивалентных условиях своего рынка, для достижения взаимовыгодного товарно-денежного обмена и получения максимальной экономической выгоды [49].

Как и любая другая экономическая категория, розничная торговля выполняет ряд функций. Существует множество различных функций розничной торговли, которые играют роль, как для динамичного развития рынка сбыта, так и для формирования спроса. Автор предлагает разделить функции розничной торговли на три типа факторами влияния на определенные сегменты, включенные в эту деятельность (рис. 1.1). Все функции, конечно же, являются единой и неотъемлемой частью розничной торговли, но каждая из них является самым важным и влиятельным для определенного участника.

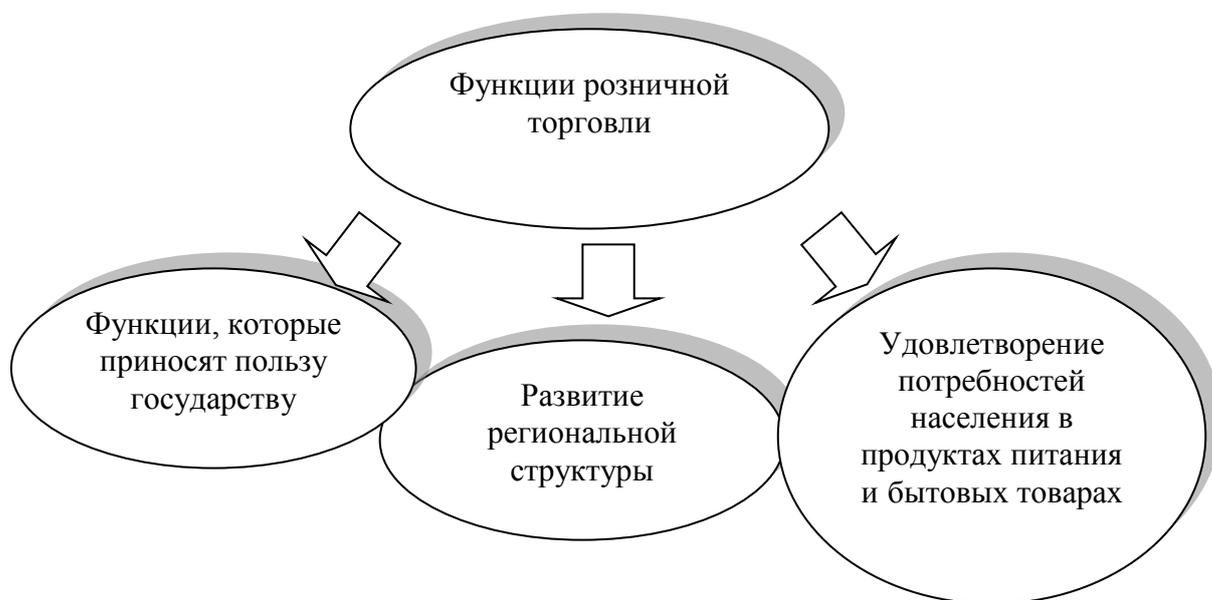


Рис. 1.1. Функции розничной торговли

Функции, которые приносят пользу государству. Благодаря активному развитию розничной торговли Россия последовательно занимает первое

место в рейтингах привлекательности для инвестирования иностранного капитала. Согласно индексу глобального развития розничной торговли (GRDI), Россия вот уже несколько лет занимает первые места в списке наиболее привлекательных рынков для предприятий, занимающихся торговлей товарами массового спроса и продовольствия. Самыми привлекательными для международных корпораций являются регионы, в большинстве из которых современные торговые форматы не так важны, как в Москве, Санкт-Петербурге и крупных городах. Многие иностранные розничные торговцы делают серьезные намерения выйти на российский рынок, некоторые из которых присутствуют на российском рынке, например, Metro Group, в которую входят магазины Metro и Real или магазины Auchan.

Развитие региональной инфраструктуры. Приходя на российский рынок, сетевые ритейлеры берут в кратчайшие сроки, чтобы охватить максимальное количество региональных городов. Это связано с тем, что в оборот розничной торговли в основном на 86,5% формируется торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, которые работали в стационарной торговой сети. Доля розничных рынков и ярмарок составляет 13,5%. Это означает, что количество разработанных розничных сетей в регионах минимально. Крупные игроки, выйдя на региональный уровень, не только развивают торговые сегменты, но и инфраструктуру.

Удовлетворение потребностей населения в продуктах питания и бытовых товарах. Сеть розничной торговли является конечной ссылкой, где потребитель может приобрести товар, таким образом, он закрывает цепочку экономических связей в процессе товарного обращения от производителя к потребителю. Это происходит при продаже товаров. Именно здесь создаются возможности для нового цикла производства и обращения. на данном этапе товар превращается в деньги. Информирование клиентов о продукте, который появился на полках магазинов. Функции, несущие ключевую роль для производителей товаров. Предоставление экспедиторских услуг для товаров в регионах страны и доведение их до конечного пользователя. Эта

функция является одной из ключевых в этом рынке, поскольку без розничных сетей ни один производитель не может продавать свои товары и доставлять их в определенные регионы страны. Это требует определенных знаний, подготовки и персонала, ответственного за это направление.

Выполнение ряда функций розничной торговли важно для разных участников взаимодействия рыночного процесса купли-продажи. Для государства эти функции важны не только как регулирующий орган, но и как хозяйствующий субъект, страна, рейтинг которой должен поддерживаться на мировой экономической арене. В этом случае розничная торговля является одним из инструментов привлечения западных инвестиций и развития инфраструктуры российских регионов. Для потребителей розничная торговля может повысить качество и уровень жизни населения. Говоря о производителе товаров, сеть розничной торговли является самой артерией, через которую товары с производства выходят на полки и достигают конечной точки реализации. Розничная торговля также является уникальным поставщиком информации о конечных пользователях, об изменении их предпочтений, изменениях поведения и т. д. Это конечная ссылка, где потребитель может покупать товары и закрывать цепочку экономических связей в процессе товарного обращения от производителя до потребителя. Это происходит при продаже товаров. Именно здесь начинаются возможности для новых видов деятельности, т.е. розничные продавцы продают товары конечным потребителям.

Розничная торговля объединяет интересы продавца в получении дохода и потребностей покупателя в получении высококачественных товаров и услуг. Это розничный бизнес, который помогает отечественным производителям учитывать потребности общества насколько это возможно. В основе розничной торговли лежит теория индивидуального выбора, которая исходит из принципа приоритета потребителя. Поэтому розничная торговля является социальным выражением качества жизни общества.

Розничная торговля, выполняя определенные функции, решают следующие проблемы и задачи [31]:

- приобретает товары у оптовика и предлагает их на продажу всем, кто хочет (хранить торговлю) без изменений или после обычной обработки для обработки (обработки) розничная торговля;
- формирует ассортимент товаров и перечень услуг для удовлетворения потребностей клиентов;
- демонстрирует образцы на открытых торговых площадках для получения заказов на товары (пункт для принятия заказов);
- осуществляет отправку товаров, заказанных в соответствии с каталог, образцы, образцы или на основе других предложений (торговля по почте);
- организует торговлю с доставкой товаров дома. Торговля с доставкой на дом предлагает свои продукты, как правило, вне места их складов или вообще без каких-либо работ;
- организует торговлю, когда ритейлер ходит со своими товарами из дома в дом;
- организует уличную торговлю - трейдер уменьшает способ покупки; в определенное время он появляется в жилом квартале для продажи овощей, фруктов, яиц, напитков, соленых огурцов и т.д.;
- осуществляет мелкую торговлю – traders предлагают свои товары на полках, которые устанавливаются на площадях и улицах с оживленным трафиком или в местах особых событий.

Функции, которые розничная торговля должна выполнять для обеспечения успешной продажи товаров конечным пользователям, определяются ее сущностью и проявляются:

- в изучении спроса на товары и их рыночное предложение, поддержание баланса между спросом и предложением;

- в формировании торгового ассортимента, удовлетворении потребностей населения в товарах;
- в организации товарооборота, привозе товаров для клиентов путем организации их пространственного перемещения и подачи в места продажи;
- влияния на производство с целью расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
- формирования товарных запасов и поддержания их на требуемом уровне;
- в рекламной и информационной деятельности предприятий розничной торговли;
- в осуществлении торговых и технологических операций с товарами, таких как хранение, завершение производства (упаковка, упаковка и т. Д.); перемещение внутри помещения, размещение и размещение на торговой площадке, совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания клиентов;
- в формировании спроса и стимулировании продаж проданных товаров;
- в выборе наиболее эффективных методов продажи товаров (предоставление товаров и оказание помощи клиентам по их выбору, проведение расчетных операций);
- в предоставлении клиентам набора услуг, которые облегчают процесс не только покупки, но и использования товаров (предварительные заказы, продажа отдельных товаров в кредит, доставка покупаемых товаров покупателю, сбор и установка купленных товаров на металлолом из покупатель, обучение покупателя правилам эксплуатации технически сложных продуктов, подарочная упаковка купленных товаров и т. д.);
- в удовлетворении потребностей населения в товарах;
- в приведении товара к конечным покупателям путем организации их пространственного перемещения и подачи в места прямой продажи;

- в поддержании баланса между спросом и предложением;
- в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема производимых товаров;
- в совершенствовании технологии торговли и улучшении обслуживания покупателей.

## 1.2. Виды и формы розничной торговли

Существует множество видов розничной торговли (рис. 1.2).

В зависимости от специфики обслуживания клиентов выделяются наличие торговых площадей, оборудования, следующих видов розничной торговли [49]:

- торговля через сеть фиксированных продаж;
- торговля через мобильную (развозную и разносную) торговую сеть;
- торговля отгрузкой заказанных товаров.

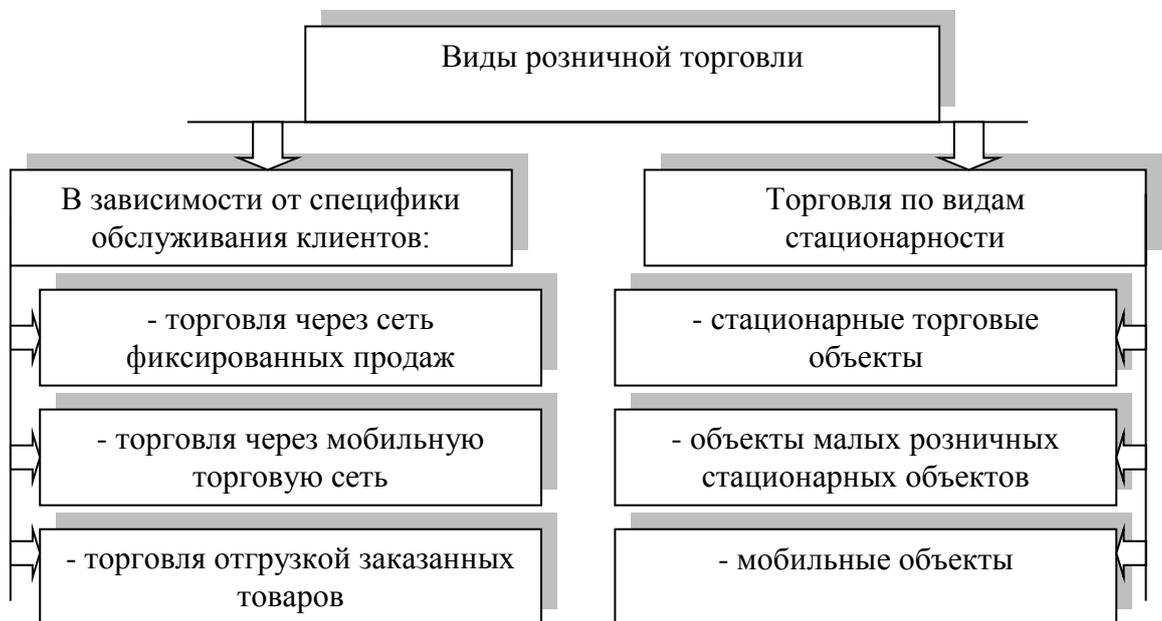


Рис. 1.2. Виды розничной торговли

Также розничную торговлю можно подразделить на виды по стационарности:

- стационарные торговые объекты: магазины, павильоны с торговым залом;
- объекты малых розничных торговых стационарных объектов: палатки, киоски, павильоны, торговые автоматы;
- мобильные объекты: тележки, автоклавы, фургоны, лотки, корзины, другие объекты доставки и сбыта

Стационарная торговая сеть представляет собой сеть, расположенную в специально оборудованных, торгуемых зданиях (их частях) и строениях. Стационарная торговая сеть состоит из систем зданий, прочно связанных с подвалом с земельным участком и связанных с инженерными коммуникациями. К этой категории торговых объектов относятся магазины, павильоны и киоски [31].

Магазин представляет собой специально оборудованное внутреннее здание (его часть), предназначенное для продажи товаров и услуг клиентам и снабженное коммерческими, вспомогательными, административными и внутренними помещениями, а также помещения для приема, хранения товаров и их подготовки для продаж.

Павильон – это здание с торговой площадкой и рассчитано на одну или несколько рабочих мест.

Киоск – это здание, которое не имеет торговой площадки и предназначено для рабочего места одного продавца.

Палатка представляет собой легко собранную складную конструкцию, оборудованную счетчиком, который не имеет торгового зала.

Нестационарная торговая сеть – это сеть, основанная на принципах распределения торговли, а также другие объекты торговой организации, которые не относятся к национальной торговой сети.

Площадь торгового зала – это площадь всех помещений и открытых площадок, используемых для торговли, и определяется на основе инвентарных и юридических документов, за исключением вспомогательных, административных и внутренних помещений, а также помещений для

приема, хранения и подготовки товары для продажи, в которых посетители не обслуживаются.

Открытая площадка – специально оборудованное место, расположенное на земельном участке, предназначенном для организации торговли.

Розничная торговля осуществляется в различных формах, среди которых (рис. 1.3):

- продажа товаров с обслуживанием клиентов на торговой площадке (в точке продажи товаров);
- продажа товаров на образцах;
- продажа товаров по заказам и дома у клиентов;
- продажа товаров длительного пользования в кредит.

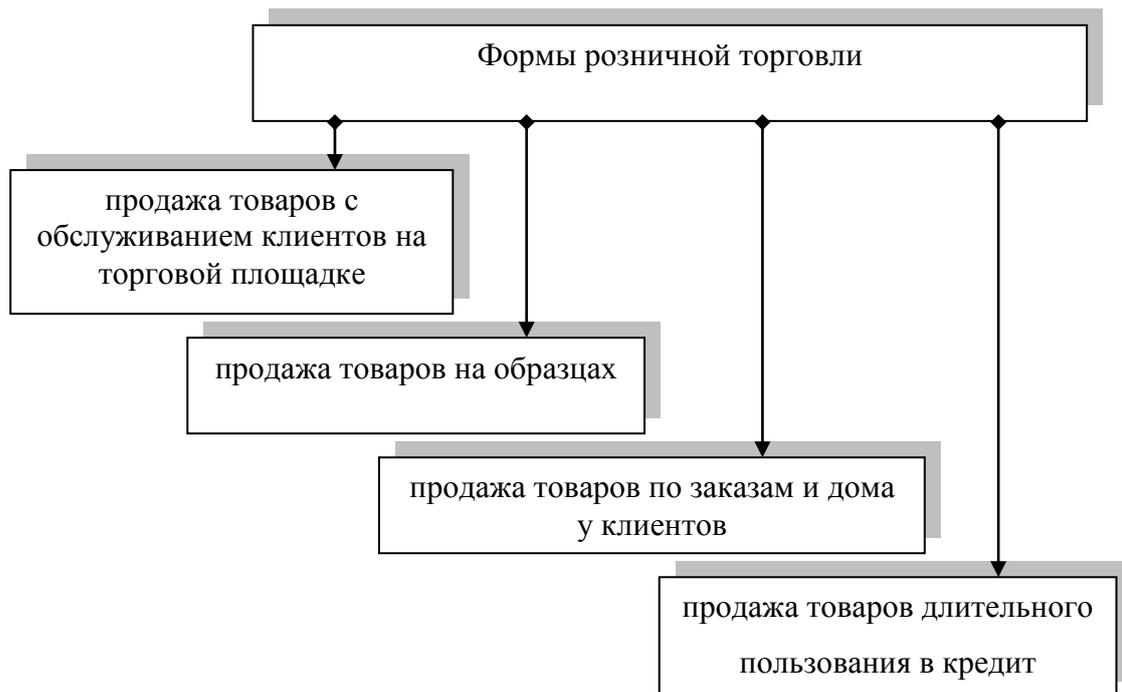


Рис. 1.3. Формы розничной торговли

Продажа товаров с обслуживанием клиентов в месте продажи товаров, по заказам и на дому регулируется Правилами продажи определенных товаров, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 19 января 1998 года № 55 и правил функционирования

розничных организаций на территориях субъектов Российской Федерации, принятых органами исполнительной власти этих субъектов.

Продажа товаров в кредит производится в соответствии с Правилами продажи товаров длительного пользования в кредит, одобренных гражданами Решением Совета Министров - Правительством Российской Федерации от 9 сентября 1993 г. N 895.

Продажа товаров на образцах регулируется ст. 477 Гражданского кодекса Российской Федерации и Правила продажи на образцах, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 21 июля 1997 года N 918.

Торговая отрасль России в настоящее время стала одной из основных бюджетных систем, ее доля в валовом внутреннем производстве страны составляет 22%. В промышленности насчитывается более 900 тысяч единиц экономики. В торговле сегодня занято около 15 миллионов человек (около 15% от общего числа занятых в экономике страны). В условиях рынка розничная торговля в России сосредоточена на развитии торговли в странах с развитой рыночной экономикой, где наука и технологические достижения широко внедряются, сосредоточены большие человеческие ресурсы, привлекаются значительные финансовые ресурсы. Состояние розничной торговли на Западе сегодня можно определить как гиперконкуренцию.

Конкурентоспособная борьба ведется по следующим направлениям:

- между формами обслуживания клиентов (например, передовые магазины самообслуживания против устаревших продуктовых магазинов);
- между производителями и рееллерами (появление на заводах и фабриках собственных розничных магазинов под брендом производителя);
- на новых рынках (американские фирмы пытаются на европейском рынке, европейские рынки занимают страны Центральной и Восточной Европы). Одна из основных тенденций Розничная торговля в России - это развитие сетевых форматов, гипермаркетов, супермаркетов, дискаунтеров.

Самая развитая сеть дискаунтеров во всех странах, которая достигает почти 100%.

Форматы розничной торговли. В условиях высокой конкуренции правильный выбор формата и организация торговой деятельности имеют большое значение для любой торговой компании. Основные форматы для торговли [40]:

- мини-рынки (или бентам) - от 90 до 400 м<sup>2</sup>;
- супермаркеты, супермаркеты, дисконтные магазины - от 400 до 3000 м<sup>2</sup>;
- гипермаркеты - более 3000 м<sup>2</sup>.

Развитие сети розничной торговли должно осуществляться в следующих основных областях [34]:

1. Рост числа предприятий розничной торговли произойдет в результате нового строительства, реконструкции и комплексной рационализации существующих магазинов и на основе прогрессивных технологий.

2. В розничной торговле наблюдаются процессы создания внутриотраслевых ассоциаций и открытия фирменных торговых предприятий в товарно-сырьевых отраслях. Например, в Москве развивается сеть фирменных магазинов, которые продают товары легкой и текстильной промышленности и являются частью их акционерных обществ. Необходимо, чтобы процесс универсализации торговых предприятий происходил повсюду, а также количество смешанных магазинов.

3. Торговые предприятия, как следует из экономической теории и практики, основной целью их деятельности разумно считается получение прибыли.

4. Для достижения основных и всех других целей торговые предприятия должны сосредоточиться на спросе клиентов, более полно удовлетворить их потребности и тем самым способствовать благосостоянию людей и социальному прогрессу.

В торговом секторе в результате реформ, основы для развития различных типов и типов на торговых предприятиях, были нарушены существующие сети розничной и оптовой розничной торговли, которые были основаны на общих подходах к сортировке ассортимента, выборе технического оборудования, внутренней отделке и появлению предприятий, использование единых форм обслуживания. Необходимо оживить деятельность предприятий определенных типов и типов, которые будут выполнять функции ведущей линии связи, будет способствовать внедрению новых форм организации торговли и современных технологических процессов.

Таким образом, в условиях возникновения рыночной экономики, усиления конкуренции, появились новые подходы к развитию розничных предприятий. Соответствующие концепции строятся с учетом идеи формирования ассортимента и обслуживания населения. Обычно концепция развития розничной торговли включает в себя следующие разделы: ассортиментные списки товаров; компоновка оборудования и товаров; инструкции по организации расчетных единиц; идентификация зон самообслуживания и продажа определенных товаров через счетчик; перечень дополнительных услуг: порядок ценообразования; предоставление скидок на отдельные товары и т. д. Считается, что в настоящее время важно вмешиваться в государственные и муниципальные органы власти в различных формах собственности на торговые предприятия.

### **1.3. Особенности процесса организации и технологии розничной торговли**

Розничная торговая сеть должна быть максимально приближена к населению. Прежде всего на ее размещение оказывает влияние характер населенных пунктов и численность проживающих в них жителей. Это обязательно учитывается при размещении магазинов в городских и сельских

поселениях.

В основе рационального размещения сети розничных торговых предприятий в городах лежат принципы равномерности и группового размещения, а также ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания. Принцип равномерности применим к однотипным предприятиям, и в первую очередь к магазинам, торгующим товарами повседневного спроса и обслуживающим в основном постоянный контингент покупателей. Он предполагает равномерное размещение магазинов по всей территории города с учетом плотности населения. Принцип группового размещения означает необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля (по продаже хлеба, овощей, молока, рыбы, мяса и т. д.) с целью обеспечения удовлетворения комплексного спроса на товары.

Не менее важным является принцип ориентации магазинов на определенную зону торгового обслуживания. В соответствии с ним вся розничная торговая сеть делится на магазины местного и общегородского значения, магазины в составе торговых центров и магазины, расположенные вдоль автомагистралей. Магазины местного значения, или «удобные магазины», располагаются в жилой зоне города (микрорайонах, жилых комплексах и т. д.) в пределах пешеходной доступности. В таких магазинах должен быть представлен универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров. Магазины общегородского значения предназначены для обслуживания населения всего города, поэтому в их числе должны быть и универсальные, и специализированные, и комбинированные магазины. В таких магазинах покупателям необходимо предоставить максимально широкий выбор как товаров, так и дополнительных услуг. Магазины в составе торговых центров, как правило, предлагают покупателям универсальный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров. Чаще всего такие центры размещают на пересечении крупных автомагистралей вне пределов интенсивной городской застройки. Вдоль автомагистралей, наряду с магазинами (например,

расположенными рядом с автозаправочными станциями), размещают и такие предприятия розничной торговли, как павильоны, киоски и т. п. [13].

При размещении розничных торговых предприятий на территории сельских поселений учитывают функциональную значимость каждого населенного пункта. Так, в крупных и больших сельских поселениях (с численностью населения свыше 5 тысяч человек и от 1 тысячи до 5 тысяч человек соответственно) розничная торговая сеть может состоять из универсамов, универмагов, специализированных магазинов по торговле продовольственными и непродовольственными товарами, магазинов «Современное домашнее хозяйство», «Техника», «Детский мир» и т. д. В средних сельских поселениях (с численностью населения от 200 человек до 1 тысячи человек) могут быть представлены в основном следующие типы магазинов: «Продтовары», «Промтовары», «Товары повседневного спроса». В малых сельских поселениях (с численностью населения до 200 человек) при невозможности создания стационарной розничной торговой сети торговое обслуживание населения должно осуществляться с помощью автомагазинов и других передвижных средств торговли. Кроме того, они могут применяться и при обслуживании мест массовых сельскохозяйственных и иных работ.

Весь процесс организации и технологии розничной торговли условно можно разделить на три этапа (рис. 1.4).

Первый этап – этап устройства и планирования предприятий розничной торговли подразумевает необходимость соответствий устройства и планировок всем установленным правилам и требованиям.

Торговые здания и сооружения представляют собой наземные строения с помещениями, предназначенными для выполнения различных торгово-технологических операций.

К зданиям и сооружениям для магазинов предъявляются технологические, архитектурно-строительные, экономические и санитарно-технические требования.

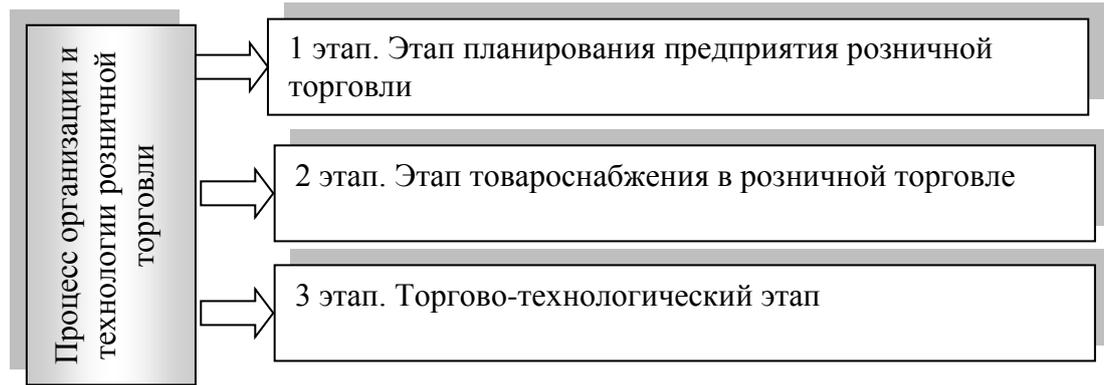


Рис. 1.4. Этапы процесса организации и технологии розничной торговли

Технологические требования предполагают такое устройство здания, при котором обеспечивается рациональная организация торгово-технологического процесса, предусматривающая возможность комплексной механизации погрузочно-разгрузочных работ, применение прогрессивных методов продажи товаров. Архитектурно-строительными требованиями предусматриваются прочность конструкции здания, использование при строительстве готовых элементов заводского изготовления, соответствие архитектуры здания композиции уже имеющейся застройки, наличие удобных подъездных путей к магазину и тротуаров для пешеходов. В соответствии с экономическими требованиями должно быть обеспечено снижение затрат на строительство и эксплуатацию здания. Санитарно-технические требования определяют устройство систем теплоснабжения, отопления, вентиляции, водоснабжения, канализации, освещения. Соблюдение этих требований способствует повышению качества обслуживания покупателей [16].

Расположение основных групп помещений магазина (их планировка) должно быть таким, чтобы между ними обеспечивалась технологическая связь, способствующая перемещению товаров кратчайшими путями, исключались пересечения движения потоков товаров и покупателей

Помещением называется пространство внутри здания, имеющее

определенное функциональное назначение и ограниченное строительными конструкциями. Рассматривая состав помещений магазина, отметим, что помещения магазина подразделяются на: торговые; для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже; подсобные; административно-бытовые; технические.

Торговые помещения являются основными в магазине. От их размеров, пропорций и планировки во многом зависит организация торгово-технологического процесса и экономические показатели деятельности предприятия торговли. Например, к торговым помещениям относят: торговые залы магазинов; отдел заказов; зал кафетерия; помещения или площади дополнительного обслуживания покупателей. *В состав* помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже можно отнести: разгрузочные; приемочные; кладовые (в том числе охлаждаемые камеры); помещения для подготовки товаров к продаже; кладовые, фасовочные, комплектовочные отдела заказов и т.д.

При осуществлении планировки помещений магазина необходимо соблюдать основные требования. В их числе, например, такие как: разгрузочные (платформы или помещения) должны примыкать к помещениям для приемки товаров; обеспечивались кратчайшие связи между ними и помещениями для хранения товаров, а также торговыми залами, особенно в том случае, когда товары поступают в таре-оборудовании; помещения для хранения товаров не должны быть проходными, их размещают в непосредственной близости от помещений для подготовки товаров к продаже и т.д. [12].

К устройству и планировке торгового зала, под которым понимается специально оборудованная основная часть торгового помещения магазина, предназначенная для обслуживания покупателей, магазина уделяется особое внимание. Под устройством торгового зала понимается его конфигурация, размещение внутри здания и относительно других помещений магазина, количество и расположение входов, выходов, оконных проемов и т. п.

Планировка торгового зала заключается в разделении всей его площади на функциональные зоны и размещении внутри них торгового оборудования.

К устройству и планировке торгового зала предъявляется ряд требований:

- удобное для покупателей расположение входов, выходов, отделов;
- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещений для их хранения и подготовки к продаже к местам размещения и выкладки;
- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;
- обеспечение свободного движения потоков покупателей;
- рациональная организация расчетных операций [16].

Оптимальные условия для организации продажи товаров обеспечиваются в торговых залах прямоугольной формы с соотношением сторон от 1:1 до 1:3. Это не только способствует соблюдению требований рациональной организации торгово-технологических операций, выполняемых в магазине, но и предоставляет покупателям возможность хорошо ориентироваться в размещении товарных групп и совершать покупки в минимальные сроки, создает условия для их комфортного пребывания в магазине.

Рациональное использование площади магазина может быть обеспечено за счет правильного размещения и применения торгового оборудования. В зависимости от размеров и конфигурации торгового зала, ассортимента реализуемых товаров и методов продажи применяют линейную, боксовую, выставочную и смешанную планировки.

При продаже товаров по методу самообслуживания наиболее рациональна линейная планировка торгового зала, когда расстановка оборудования и проходы для покупателей спланированы в виде параллельных линий, расположенных перпендикулярно линии контрольно-кассового узла. С помощью линейной планировки удобно регулировать

направления движения покупательских потоков, организовать единый контрольно-кассовый узел магазина. Она обеспечивает хороший просмотр торгового зала. Одновременно находящиеся в зале покупатели получают возможность самостоятельно отобрать товары и таким образом совершить комплексную покупку, затратив на это минимум времени.

Второй этап организации и технологии розничной торговли – этап товароснабжения.

Товароснабжение - это совокупность мероприятий по удовлетворению потребности розничной торговой сети в товарах. Эти мероприятия включают в себя целый комплекс коммерческих и технологических операций по доведению до предприятий розничной торговли товаров в количестве и ассортименте, соответствующих спросу населения.

От организации товароснабжения во многом зависит полнота и стабильность ассортимента товаров, предлагаемых розничными торговыми предприятиями населению, а значит и степень удовлетворения покупательского спроса; величина товарных запасов; оборачиваемость товаров и другие показатели работы торговых предприятий. Следовательно, рационально организованное товароснабжение оказывает положительное влияние и на экономическую эффективность деятельности розничных торговых предприятий.

Рациональная организация товароснабжения возможна при соблюдении ряда принципов. Среди них наиболее значимыми являются: планомерность, ритмичность, оперативность и экономичность.

Планомерность товароснабжения означает осуществление его по графикам, определяющим частоту и периодичность завоза товаров.

Ритмичность снабжения проявляется в доставке товаров в розничную торговую сеть через определенные (как правило, равные) промежутки времени. Это обеспечивает бесперебойное снабжение предприятий розничной торговли товарами, способствует своевременному выделению работников для проведения приемки поступивших товаров, позволяет

эффективно использовать складскую площадь и исключает образование излишних товарных запасов.

Оперативность товароснабжения предусматривает зависимость периодичности доставки товаров от определенных условий. Такими условиями, например, являются уменьшение или увеличение спроса населения на те или иные товары в зависимости от времени года, моды и других причин.

Экономичность товароснабжения предполагает его осуществление с минимальными затратами рабочего времени, материальных и денежных средств. Этому способствует эффективное использование транспортных средств, механизация погрузочно-разгрузочных работ, правильное и своевременное оформление документов по отпуску и приемке товаров [13].

Данный этап – этап товароснабжения - начинается с процесса формирования торгового ассортимента товаров в розничной торговле.

В основе формирования ассортимента товаров для предприятий розничной торговли лежит изучение различных видов покупательского спроса с целью его последующего анализа и использования полученных результатов. Наиболее распространенной формой проявления спроса является показатель розничного товарооборота. Анализ его структуры помогает выявить предпочтения покупателей в отношении тех или иных товаров. При изучении спроса учитываются три его вида: реализованный; неудовлетворенный; формирующийся.

Материалы, полученные в процессе изучения спроса, обобщаются. Затем по результатам их анализа принимаются меры, направленные на совершенствование работы по формированию ассортимента товаров на предприятиях розничной торговли.

Формирование ассортимента - это сложный и непрерывный процесс, основная цель которого заключается в наиболее полном удовлетворении потребностей населения в товарах. Кроме того, правильно сформированный ассортимент позволяет обеспечить прибыльную работу торгового

предприятия.

В основу построения ассортимента в розничной торговле должно быть положено рациональное соотношение отдельных групп товаров в зависимости от объема товарооборота магазина; размера торговой площади; технической оснащенности; условий товароснабжения.

При формировании ассортимента следует также учитывать: численность обслуживаемого населения; наличие между населенными пунктами транспортных связей; место расположения магазина по отношению к другим торговым предприятиям (при этом обязательно принимается во внимание ассортимент предлагаемых ими товаров).

Работниками магазинов разрабатываются ассортиментные перечни, включающие в себя виды и разновидности товаров, которые должны всегда быть в продаже. Наличие таких перечней способствует лучшему обслуживанию покупателей, так как позволяет постоянно иметь в продаже необходимые им товары за счет поддержания полноты и стабильности (устойчивости) ассортимента.

Процесс товароснабжения розничных предприятий подразумевает под собой и технологию закупочной работы.

Закупочная работа (закупка товаров с целью их последующей реализации) - одна из наиболее ответственных функций торговых предприятий. Правильно организованная, она не только способствует удовлетворению потребительского спроса, но и позволяет уменьшить вероятность коммерческого риска, связанного с отсутствием сбыта товаров.

При проведении закупочной работы исходят из возможности максимально использовать товарные ресурсы региона, в котором находятся магазины. Для этого необходимо владеть информацией о местных промышленных и сельскохозяйственных предприятиях (поставщиках-изготовителях) и производимых ими товарах (ассортименте, качестве, упаковке, ценах).

При выборе поставщиков-изготовителей важную роль играет не только

то, какие товары они производят и продают в настоящее время, но и их возможности по усовершенствованию, а также выпуску новых товаров.

Чтобы закупать товары, которые не производят местные предприятия, торговым работникам необходимо постоянно анализировать рекламные объявления, в том числе и поставщиков-посредников, с предложениями оптовой продажи товаров. Поиску поставщиков товаров способствует также посещение выставок новых товаров, оптовых рынков и ярмарок.

К важнейшим элементам закупочной работы относится установление хозяйственных связей с поставщиками товаров. Под хозяйственными связями понимают складывающиеся между покупателями и поставщиками товаров экономические, организационные, коммерческие, финансовые, правовые и другие отношения.

Регулирование таких отношений осуществляется с помощью правовых норм гражданского законодательства. Так как взаимоотношения между покупателями (розничными торговыми предприятиями) и поставщиками возникают в процессе купли-продажи, то они строятся на базе договора купли-продажи или отдельного его вида - договора поставки.

Закупка товаров ведется на оптовых складах, оптовых ярмарках, оптовых продовольственных рынках и у других поставщиков.

Организация перевозки грузов - не менее важная ступень в этапе товароснабжения розничной торговли, так как БОЛЬШИНСТВО товаров, поступающих в розничную торговую сеть, доставляются туда автомобильным транспортом. Груз, предъявляемый к перевозке, должен быть оформлен товарно-транспортной накладной, которая является основным перевозочным документом [16].

Реализация большинства товаров невозможна без упаковки, поэтому роль упаковки и тары в технологическом процессе розничной торговли достаточно велика.

Процесс розничной продажи заметно ускоряется, если предлагаемые покупателю товары упакованы в мелкую, соответствующую запросам

потребителей, тару. При этом возрастает производительность труда работников торговли, повышается уровень культуры торгового обслуживания, улучшаются показатели работы торгового предприятия. Применяемая в торговле упаковка и тара должна отвечать экономическим, техническим, санитарно-гигиеническим, эстетическим требованиям.

Порядок и сроки приемки, а также ее документальное оформление регулируются инструкциями «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» и «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству». Осуществляют приемку товаров работники магазина, на которых возложена материальная ответственность. Они должны хорошо знать правила и сроки приемки, уметь составлять все необходимые документы, быть компетентными в вопросах определения количества и качества товаров.

Третий этап организационно-технологического процесса в розничной торговле представляется торгово-технологическим процессом, который можно разделить на три основные части:

- операции с товарами до предложения их покупателям;
- операции непосредственного обслуживания покупателей;
- дополнительные операции по обслуживанию покупателей.

На качество торгового обслуживания существенное влияние оказывают операции с товарами до момента предложения их покупателям. К ним относят: доставку товаров в зону хранения, подготовки к продаже или непосредственно в торговый зал (в зависимости от степени готовности их к продаже); хранение товаров; подготовку товаров к продаже; перемещение товаров в торговый зал; выкладку товаров на торговом оборудовании.

Одним из обязательных условий обеспечения бесперебойного технологического процесса в магазине является наличие достаточных запасов товаров. В магазине их размещают непосредственно в торговом зале (рабочий запас) и в помещениях для хранения товаров (резервный запас).

При этом следят за перемещением товаров в кладовых, укладкой их на хранение, соблюдением сроков хранения отдельных товаров и режима хранения, нормальной работой холодильных установок, поддержанием в помещениях чистоты.

Порядок и способы размещения и укладки товаров на хранение должны соответствовать рациональному использованию помещений магазина, системе материальной ответственности, способствовать созданию удобств для работы.

При хранении товаров необходимо строго соблюдать установленные противопожарные правила.

Наиболее ответственную часть торгово-технологического процесса в магазине составляют операции непосредственного обслуживания покупателей, к которым относятся [13]: встреча покупателя; предложение товаров; отбор товаров покупателями; расчет за отобранные товары; оказание покупателям дополнительных услуг.

На этой стадии между покупателями и персоналом магазина возникают межличностные психологические контакты, которые отражают сложные экономические отношения, связанные с куплей-продажей товаров. Поэтому в магазине должны быть созданы все условия для беспрепятственного ознакомления покупателя с предлагаемым ассортиментом товаров, для удобной отборки им товара и т. д.

Третья часть торгово-технологического процесса включает выполнение следующих операций, связанных с дополнительным обслуживанием покупателей. Они направлены на оказание им разнообразных услуг, связанных с приобретением товаров.

Продажа товаров на основе самообслуживания - один из самых удобных для покупателей методов продажи товаров. Самообслуживание позволяет ускорить операции по продаже товаров, увеличить пропускную способность магазинов, расширить объем реализации товаров. Этот метод предусматривает свободный доступ покупателей к выложенным в торговом

зале товарам, возможность самостоятельно осматривать и отбирать их без помощи продавца, что позволяет более рационально распределить функции между работниками магазина. Оплата за отобранные товары осуществляется в узлах расчета, обслуживаемых контролерами-кассирами. При самообслуживании изменяется технологическая планировка торгового зала и других помещений магазина, организация материальной ответственности, товароснабжение, а также функции работников магазина.

Продажа товаров через прилавок обслуживания включает выполнение следующих операций: встреча покупателя и выявление его намерения; предложение и показ товаров; помощь в выборе товаров и консультация; предложение сопутствующих и новых товаров; проведение технологических операций; расчетные операции; упаковка и выдача покупок [12].

Пришедший в магазин покупатель должен встретить приветливое отношение со стороны торгового персонала. При этом благоприятное впечатление оставляют опрятный внешний вид работников магазина, порядок и чистота в торговом зале. Выявление намерения покупателей заключается в определении их отношения к моделям, фасонам и другим признакам товаров. Эта операция должна выполняться торговым персоналом ненавязчиво, в вежливой форме.

Органичным продолжением организации-технологического процесса в магазине является оказание покупателям различного рода услуг. Это могут быть услуги трех видов: услуги, связанные с покупкой товаров; услуги, связанные с оказанием помощи покупателям при использовании приобретенных товаров; услуги, связанные с созданием благоприятной обстановки для посещения магазина.

Услуги, оказываемые магазинами, могут быть платными или бесплатными. К бесплатным относят услуги, непосредственно связанные с продажей товаров (консультации продавцов и специалистов, рекламную информацию, организацию сборных касс и т. д.).

Другие услуги, предоставление которых связано для магазинов с

дополнительными затратами должны выполняться за плату по тарифам, утвержденным на местах.

Наиболее благоприятные условия для оказания дополнительных услуг имеются в крупных специализированных магазинах.

Одним из распространенных видов услуг является доставка товаров на дом, покупателя. Доставке подлежат крупногабаритные и тяжелые товары (мебель, телевизоры, холодильники, строительные материалы и т. д.). Заказы на эту услугу следует принимать в течение всего рабочего дня магазина. День и время доставки товаров должны быть согласованы с покупателем. Для доставки товаров используют транспорт городских или районных транспортно-экспедиционных контор, либо транспортного хозяйства кооперативной организации [13].

Таким образом, процесс организации и технологии розничной торговли, можно сказать, что является длительным и бесперебойным процессом, каждая стадия которого выступает важнейшим элементом, отсутствия одного из которых может привести к серьезному сбою.

## **2. Аналитические аспекты процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК**

**за период 2015-2017 гг.**

### **2.1. Организационно-экономическая характеристика ХКП Пригородное Россошанского РПТК**

Россошанский районный потребительский кооператив основан на членстве добровольное объединение граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами (пайщиками) имущественных паевых взносов.

Кооператив является юридическим лицом - некоммерческой корпоративной организацией и действует на основании своего Устава (приложение 1). Организационно-правовой формой кооператива является потребительский кооператив. Кооператив создан без ограничения срока деятельности.

В своей деятельности потребительский кооператив руководствуется Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», другими законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и Уставом.

Полное наименование Кооператива на русском языке - Россошанский районный потребительский кооператив .

Сокращенное наименование Кооператива на русском языке Россошанский РПТК.

Кооператив является юридическим лицом с момента его государственной регистрации, имеет самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в банках, круглую печать, штампы, бланки.

Кооператив имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять

гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом, ответчиком, третьим лицом, заявителем в судах общей юрисдикции, арбитражных, третейских судах и перед мировыми судьями.

Государственные органы и органы местного самоуправления не вправе вмешиваться в хозяйственную, финансовую и иную деятельность Кооператива за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Россошанский районный потребительский кооператив создан в целях осуществления деятельности, направленной на удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков.

Для выполнения указанной цели кооператив осуществляет следующие виды деятельности:

- розничная и оптовая торговля;
- закупка и реализация ликеро-водочных и табачных изделий;
- услуги в сфере общественного питания;
- производство продуктов питания и товаров народного потребления;
- оказание автотранспортных услуг, погрузо-разгрузочных работ;
- оказание бытовых услуг;
- строительная, ремонтно-строительная деятельность;
- торговля лекарственными препаратами через аптеки и аптечные пункты;
- эксплуатация инженерных систем городов и населённых пунктов;
- открытие магазинов, кафе, ресторанов, баров, киосков;
- закупка, заготовка, хранение, переработка сельскохозяйственной продукции;
- реализация сельскохозяйственных продуктов и продукции сельхозпереработки;
- операции с недвижимым имуществом, предоставление имущества в аренду;

- привлечение заёмных средств;
- осуществление всех иных видов хозяйственной деятельности, а также других работ и оказание услуг, соответствующих целям, ради которых создан Кооператив, не запрещенных и не противоречащих законодательству Российской Федерации.

Россошанский районный потребительский кооператив вправе осуществлять предпринимательскую деятельность постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых он создан.

Пригородное хозрасчетное кооперативное подразделение является подразделением Россошанского районного потребительского кооператива. Сокращенное наименование данного общества - Пригородное ХКП Россошанского РПТК.

Пригородное ХКП Россошанского РПТК действует на условиях внутреннего хозяйственного расчёта и отвечает за перебойное обеспечение населения товарами народного потребления, потребление, предназначенными для удовлетворения личных потребностей граждан.

Зарегистрировано ХКП Пригородное Россошанского РПТК в городе Россошь Воронежской области 15 января 1993 года.

Почтовый адрес ХКП Пригородное Россошанского РПТК: 396650 Воронежская область, город Россошь, улица Воровского, дом 10.

ХКП Пригородное Россошанского РПТК имеет следующие банковские реквизиты:

ИНН 3627003133;

КПП 362701001;

Счёт № 40703810613300100310;

Россошанское ОСБ № 382 город Россошь, Центрально-Черноземный Банк сбербанка РФ города Воронеж;

БИК 042007681;

Корреспондентский счёт 301018106000000000681;

Организационно-правовая форма предприятия – это кооператив

Россошанского РПТК – добровольное объединение граждан и юридических лиц, созданное по территориальному признаку на основе членства, путём объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности, в целях удовлетворения материальных и других потребностей его членов.

Подразделение возглавляется директором, назначенным на должность и освобождённым от должности советом РПТК на контрактной основе сроком на 5 лет.

ХКП Пригородное Россошанского РПТК осуществляет следующие операции:

- обеспечивает выполнение плана товарооборота;
- организует бесперебойную розничную и оптовую торговлю продовольственными и промышленными товарами через магазины и другие торговые точки, поставку товаров в количестве, необходимом для удовлетворения потребностей покупателей;
- обеспечивает техническую исправность зданий, сооружений, оборудования;
- обеспечивает соблюдение финансовой, кассовой, бюджетной, сметной и фондовой дисциплин;
- в соответствии с решением совета РПТК подразделение осуществляет сбор заёмных средств у пайщиков, населения; несёт ответственность за полноту и своевременность по договорам займа;
- соблюдает установленный ассортиментный минимум товаров;
- проводит изучение покупательского спроса населения;
- обеспечивает охрану труда, технику безопасности, производственную санитарию и соблюдение правил пожарной безопасности в магазинах, производственных складах;
- подразделение по согласованию с советом РПТК заключает договора, выдаёт доверенности, несёт ответственность судебных и

арбитражных судах. Совершает другие операции, вытекающие из задач подразделения;

- производит операции по закупкам через единый счёт РПТК;
- представляет совету РПТК предложения по оплате труда для утверждения; определяет формы и системы оплаты труда, его организацию и нормирование;
- осуществляет транспортные и транспортно-экспедиционные услуги;
- осуществляет перевозку и транспортировку грузов;
- осуществляет сдачу помещений в аренду;
- закупает у граждан и юридических лиц сельскохозяйственную продукцию и сырьё, изделия и продукцию личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущие плоды, ягоды, грибы, лекарственно-техническое сырьё с последующей их переработкой и реализацией;
- осуществляет иную деятельность, которая не противоречит законодательству.

Общая численность Пригородного подразделения на 1 января 2018 года составляет 83 человека.

Земельная площадь, занимаемая предприятием составляет 0,621 га. Помещение находится в собственности. Количество торговых точек Пригородного подразделения – 25 магазинов (приложение 27).

С переходом страны на рыночную форму отношений возникает новый «подход» к системе управления. Управление делами в Россошанском райпо поделено между представителем Совета РПТК, заместителями по финансовым и коммерческим вопросам, заместителем по кадрам, труду и оплате, главным инженером, финансово-экономическим отделом, главным бухгалтером. Перед каждым работником ставится задача, за выполнение которой он принимает на себя ответственность. Делегируя полномочия, председатель распределяет задачи, которые должны быть выполнены для достижения целей всей организации.

Рассматривая организационную структуру управления ХКП Пригородное Россошанского РПТК, необходимо отметить, что структура управления имеет тип линейно организационной (рис. 2.1.), которая предполагает линейную форму отношений «руководитель-подчиненный».



Рис. 2.1. Организационная структура  
ХКП Пригородное Россошанского РПТК

Как способ реализации организационного принципа единоначалия, он является обязательным элементом практически всех формальных структур. Объем и содержание полномочий линейных органов по распоряжению ресурсами в основном определяют такую важную характеристику системы управления, как уровень ее централизации.

В числе таких преимуществ сложившейся организационной структуры ХКП Пригородное Россошанского РПТК:

- четкая система взаимных связей функций и подразделений;
- четкая система единоначалия – один руководитель сосредотачивает в своих руках руководство всей совокупностью процессов, имеющих общую цель;
- ясно выраженная ответственность;
- согласованность действий исполнителей;
- оперативность в принятии решений;
- простота организационных форм и четкость взаимосвязей;
- минимальные издержки деятельности предприятия.

Директор осуществляет стратегическое руководство деятельностью общества, в том числе без доверенности действует от имени общества, несет персональную ответственность за обеспечение и учет документов по личному составу. Директор во избежание негативных последствий излагает концентрации права принятия решений, делегирует значительную часть полномочий нижестоящему руководителю подразделений предприятия (сохраняя при этом за собой право контроля и оценки качества, принимаемых низшим звеном, управленческих решений, что сохраняет в структуре управления предприятия основные черты линейной структуры). Директору непосредственно подчиняются: главный бухгалтер и заместитель директора.

Заместитель директора находится в подчинении директора и несет ответственность за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, за последствия принимаемых решений, финансово-хозяйственные результаты деятельности Общества. Функции заместителя директора заключаются в общем руководстве производственно-хозяйственной деятельностью компании.

Главный бухгалтер является ответственным за ведением бухгалтерской документации, учета и отчетности. В обязанности главного бухгалтера

входит: ведение бухгалтерского учета, составление отчетов, участие в проведении экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия с целью выявления внутрифирменных резервов, предоставления необходимой информации руководству для принятия управленческих решений. В подчинении главного бухгалтера находятся бухгалтера.

Экономист выполняет работу по осуществлению экономической деятельности предприятия, направленной на повышение эффективности и рентабельности производства, качества выпускаемой и освоение новых видов продукции, достижение высоких конечных результатов при оптимальном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

В обязанности оператора ЭВМ является ведение базы данных предприятия, осуществлять работу с электронной почтой, выполнять обмен информацией с клиентской базой, распечатывать и систематизировать документы.

К должностным обязанностям экспедитора относится выбор наиболее оптимального маршрута и способа перевозки груза, поиск и фрахтование транспортных средств и т.д.

Товаровед является ответственным за формирование товарного ассортимента, составление заказов, прием, контроль качества, количества и сроков реализации продукции, составление претензий к поставщикам, в случае обнаружения брака, некачественной продукции или невыполнения ими своих обязательств, проверка сопроводительной документации товаров (накладных, счетов, договоров и т.д.), поддержание контакта с поставщиками, заключение договоров с поставщиками и т.д.

Так же имеется вспомогательный персонал: уборщицы, электрик, грузчики, слесарь пожарно-охранной службы и работники транспорта.

Анализируя экономический аспект деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК, отметим, что за период 2015-2017 гг. данная организация имеет положительные результаты. Основой для анализа послужили данные бухгалтерского баланса и отчет о прибылях и убытках

(приложения 2, 3, 6, 7, 12, 13). Результаты анализа представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Динамика основных экономических показателей  
ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Показатели (руб.)	Годы			Темп роста, %		
	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2015
Выручка	108066445	147074982	144675307	136,10	98,37	133,88
Себестоимость продаж	81322766	111079427	108105708	136,59	97,32	132,93
Валовая прибыль	26743679	35995555	36569599	134,59	101,59	136,74
Прибыль от продаж	2430560	4410131	4923691	181,45	111,65	202,57
Чистая прибыль	803853	2329804	3257094	289,83	139,80	405,19
Оборотные средства	8936437	12057829	12008670	134,93	99,59	134,38
Основные средства	6821238	13056626	12985005	191,41	99,45	190,36
Дебиторская задолженность	940341	699586	660735	74,40	94,45	70,27
Денежные средства	724932	624653	1216268	86,17	194,71	167,78
Собственный капитал	4210846	6857526	8001194	162,85	116,68	190,01
Заемный капитал	11546829	18256929	16992481	158,11	93,07	147,16
Кредиторская задолженность	7014593	9916498	10204459	141,37	102,90	145,47
Баланс (Активы)	15757675	25114455	24993675	159,38	99,52	158,61

Как показывают результаты анализа, выручка от продаж ХКП Пригородное Россошанского РПТК в 2015 году. была равна 108066445 руб., в 2016 г. произошло увеличение данного показателя на 36,1 %, что в суммарном выражении составило 147074982 руб. В 2017 г. наблюдалось небольшое снижение величины выручки - на 2399675 руб. или на 1,63 %, что в целом не отразилось негативно на общую динамику работы предприятия, так как за 2015-2017 гг. темп рост выручки в целом составил 133,88%.

Аналогичную тенденцию можно наблюдать и с себестоимостью

продаж. В 2016 году по сравнению с предыдущим периодом наблюдается увеличение показателя себестоимости продукции на 29756661 руб. (36,6 %), а в 2017 году - снижение на 2937719 руб. (2,7 %).

Более наглядная картина динамики основных показателей результатов деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК показана на рисунке 2.2.

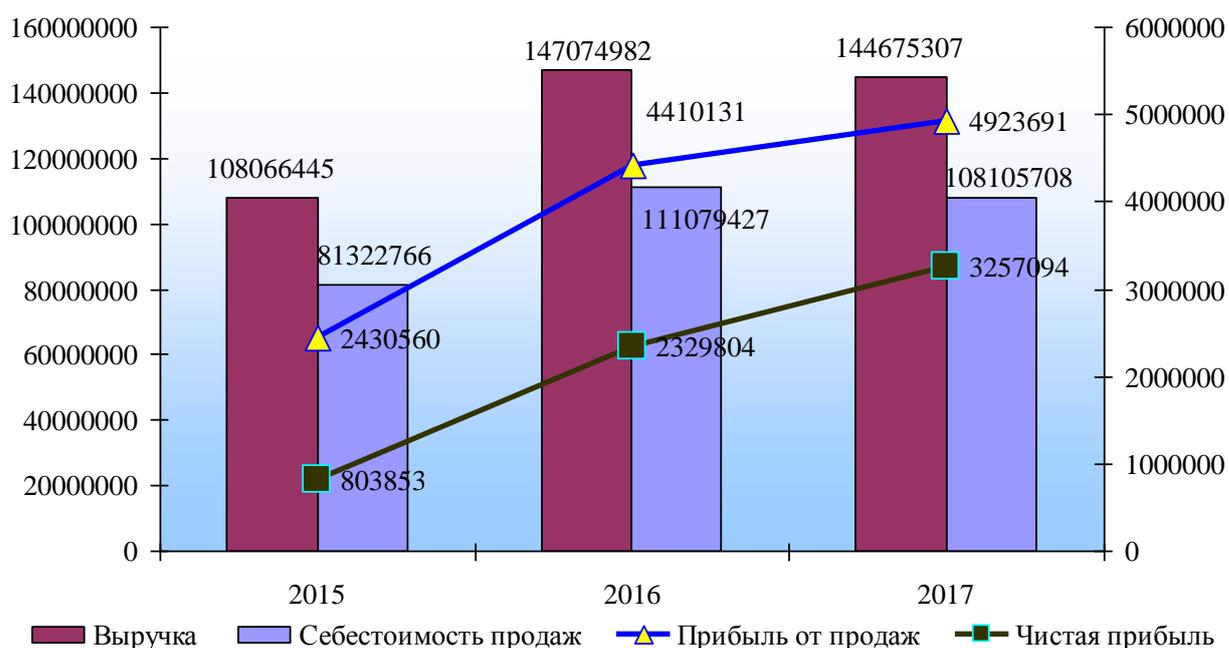


Рис. 2.2. Динамика показателей результата деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг. (руб.)

Как можно увидеть на рисунке 2.2, положительная тенденция отмечается и в таких важнейших показателях как прибыль от продаж и чистая прибыль. Темп их роста за весь исследуемый период составил соответственно 202,57% и 405,19%, что характеризует работу ХКП Пригородное Россошанского РПТК как эффективную.

По данным таблицы 1.1. мы видим, что существенный рост претерпели и такие экономические показатели как стоимость основных средств (190,36%), сумма денежных средств (167,78%), величина собственного

капитала (190,01%), величина активов (баланса) предприятия (158,61%).

Таким образом, Пригородное хозрасчетное кооперативное подразделение является подразделением Россошанского районного потребительского кооператива. Сокращенное наименование данного общества звучит как Пригородное ХКП Россошанского РПТК. Оно действует на условиях внутреннего хозяйственного расчёта и отвечает за перебойное обеспечение населения товарами народного потребления, потребление, предназначенными для удовлетворения личных потребностей граждан. В своей организационной структуре имеет линейную форму управления, преимущественные моменты которой позволяют иметь положительные результаты деятельности организации, а именно, существенный рост величины прибыли от продаж и чистой прибыли.

## **2.2. Оценка финансово-хозяйственной деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК**

Финансовое состояние организации, занимающейся розничной торговлей, и Пригородное ХКП Россошанского РПТК – не исключение, зависит от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги, то есть на сколько быстро и качественно развита в организации деловая активность.

Для розничной торговли оценка деловой активности важна по нескольким причинам: 1) от скорости оборота средств зависит размер годового оборота; 2) с размерами оборота связана относительная величина условно-постоянных расходов: чем быстрее оборот, тем меньше на каждый оборот приходится этих расходов; 3) ускорение оборота средств влечет за собой ускорение оборота и на других стадиях

Результаты расчетов основных коэффициентов деловой активности Пригородного ХКП Россошанского РПТК отражены в таблице 2.2. Как видно по данным таблицы в общих показателях деловой активности в 2015-

2017 гг. наблюдается неоднозначное изменение их значений.

Таблица 2.2

Анализ общих показателей деловой активности ХКП Пригородное  
Россошанского РПТК за 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-		
	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2015
Коэффициент общей оборачиваемости капитала, в оборотах	6,86	5,86	5,79	-1,002	-0,068	-1,070
Фондоотдача, руб.	15,84	11,26	11,14	-4,58	-0,12	-4,70
Фондоемкость, руб	0,06	0,09	0,09	0,026	0,001	0,027
Оборачиваемость оборотных средств, в оборотах	15,84	11,26	11,14	-4,58	-0,12	-4,70
Оборачиваемость оборотных средств, в днях	22,72	31,96	32,31	9,24	0,35	9,59
Производительность труда, руб/чел	1302005	1771987	1743076	469982	-28911	441070
Затратоотдача, руб.	1,33	1,32	1,34	-0,01	0,02	0,01
Затратоемкость, руб.	0,75	0,76	0,75	0,00	-0,01	-0,01
Численность персонала, чел.	83	83	83	0,00	0,00	0,00
Коэффициент отдачи нематериальных активов, в оборотах	8587,61	11658,7	2220,6	3071,13	-9438,05	-6366,92
Коэффициент отдачи собственного капитала, в оборотах	25,66	21,45	18,08	-4,22	-3,37	-7,58

Так, например, коэффициент общей оборачиваемости капитала снизился с 6 до 5 оборотов в год, оборачиваемость оборотных средств – с 15 до 11 оборотов, коэффициент отдачи собственного капитала – с 25 до 18 оборотов. Производительность труда, напротив, возросла на 33,88% и в 2017 году составила 1743076 тыс.руб. на 1 работника. При этом необходимо заметить, что численность работников за анализируемый период не

изменялась и составляла 83 человека. Затратоотдача возросла не значительно – на 0,71%.

Результаты оценки показателей управления активами ХКП Пригородное Россошанского РПТК отражены в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Оценка показателей управления активами  
ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-		
	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2015
Оборачиваемость запасов, в днях	40,40	48,45	70,81	8,05	22,36	30,41
Оборачиваемость денежных средств, в днях	4,76	4,32	5,77	-0,43	1,45	1,01
Коэффициент оборачиваемости средств в расчетах, в оборотах	114,92	210,23	218,96	95,31	8,73	104,04
Срок погашения дебиторской задолженности, в днях	3,13	1,71	1,64	-1,42	-0,07	-1,49
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, в оборотах	15,41	14,83	14,18	-0,57	-0,65	-1,23
Срок погашения кредиторской задолженности, в днях	23,37	24,27	25,39	0,91	1,12	2,02

Как можно видеть по данным таблицы 2.3, количество оборотов многих показателей также возрастает на протяжении всего периода времени. Так, оборачиваемость запасов возросла на 30 оборотов, оборачиваемость денежных средств – на 1 оборот, а оборачиваемость средств в расчетах – на 104 оборота. С увеличением количества оборотов происходит снижение продолжительности одного оборота в днях, что является положительной

тенденцией для данных показателей и результатом слаженной работы коллектива и умелой политике управления.

Уменьшение срока оборачиваемости дебиторской задолженности в днях (на 1 день) и увеличение кредиторской задолженности в днях (на 2 дня) свидетельствует о том, что производственный цикл имеет нестабильные тенденции, которые могут приводить то к его замедлению, то к его ускорению.

Анализ общих показателей деловой активности и показателей управления активами позволяет произвести расчет операционного и финансового цикла ХКП Пригородное Россошанского РПТК (табл. 2.4).

Таблица 2.4

Расчет операционного и финансового цикла ХКП Пригородное  
Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-			Темп роста, %		
	2015	2016	2017	2015 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014	2015 к 2014	2016 к 2015	2016 к 2014
Операционный цикл	43,54	50,16	72,45	7	22	29	115	144	166
Финансовый цикл (цикл денежного оборота)	20	26	47	6	21	27	128	182	233

Как видно из данных таблицы 2.4, продолжительность операционного цикла возросла с 43 дней до 72 дней, а финансового – с 20 до 47 дней. То есть можно сказать, что в ХКП Пригородное Россошанского РПТК наблюдается увеличение разрыва между сроком платежа по своим обязательствам перед кредиторами и получением денег от дебиторов.

Для розничной торговли очень важно, чтобы в организации сохранялась способность выполнять свои обязательства по задолженности точно в момент поступления платежа – это говорит о его ликвидности. Степень ликвидности определяется способностью обратить свои активы за довольно короткое время в наличность, не обесценивая заметно их

стоимости, с целью покрытия своих краткосрочных обязательств. Различают ликвидность баланса и ликвидность активов. Ликвидность баланса предприятия – это степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств, а ликвидность долгосрочных и текущих активов определяется временем, необходимым для превращения активов в денежную наличность [16].

Нами были проанализированы данные бухгалтерской отчетности ХКП Пригородное Россошанского РПТК за анализируемый период. Результаты анализа констатируют о том, что ликвидность баланса данного предприятия в целом, является недостаточно ликвидным (рис. 2.3).

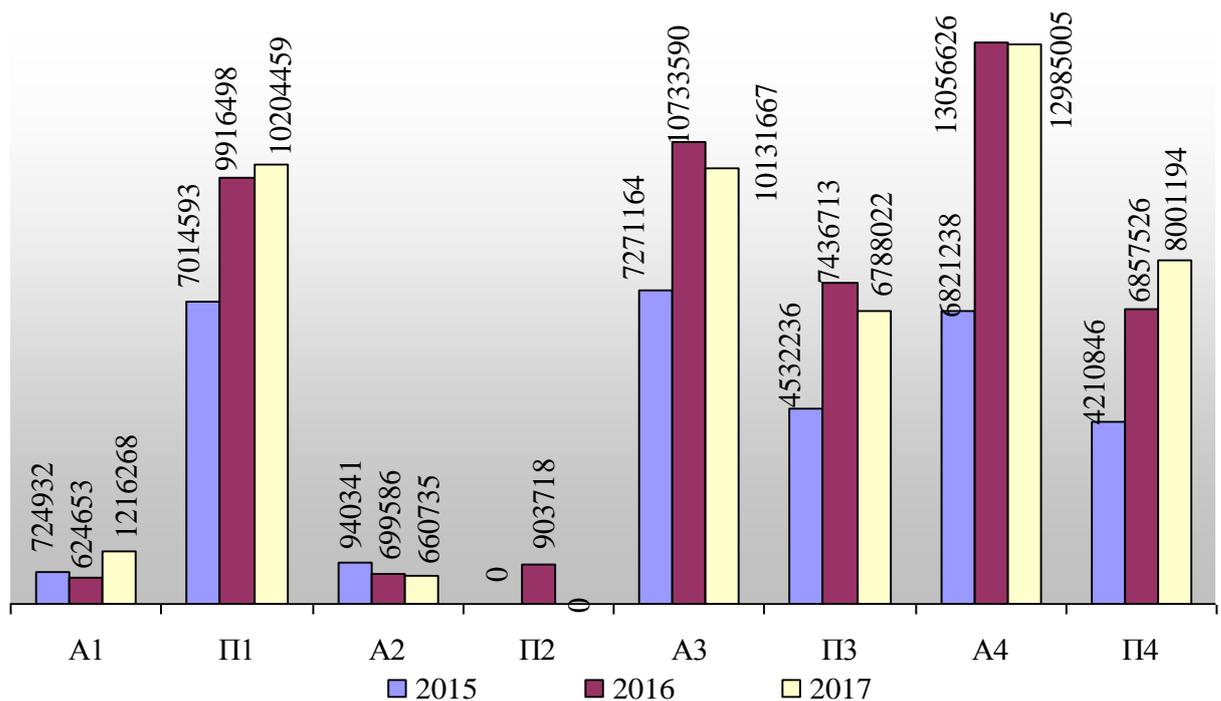


Рис. 2.3. Сопоставление групп активов и пассивов баланса (анализ ликвидности баланса) ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Согласно теории и практики финансово-хозяйственной деятельности розничного предприятия, баланс считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие соотношения:  $A_1, A_2, A_3 \geq$  соответственно  $\Pi_1, \Pi_2,$

$\Pi_3$ , а также  $A_4 \leq \Pi_4$ .

Как видно из рисунка 2.3, нормативным неравенствам соответствуют только третьи, то есть сумма медленно реализуемых активов больше суммы долгосрочных пассивов на протяжении 2015-2017 гг. Следовательно, можно утверждать, что предприятие имеет недостаточную ликвидность баланса, что может говорить о недостаточной платежеспособности организации.

Говоря о платежеспособности организации, необходимо произвести сравнение величины собственных и заемных средств (рис. 2.4).

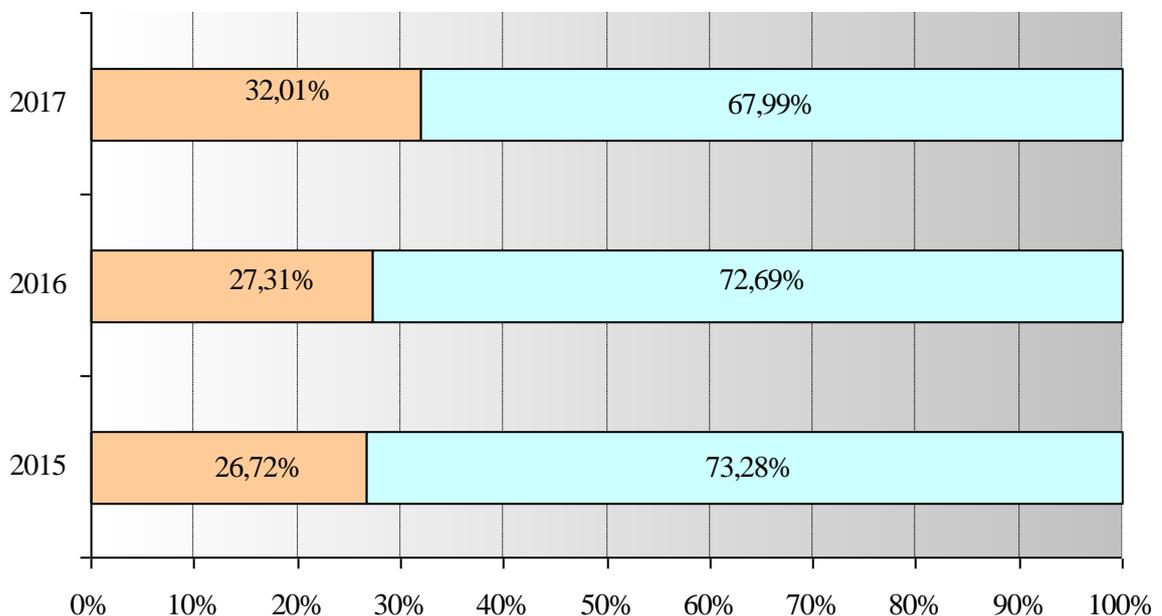


Рис. 2.4. Структура источников капитала ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Результаты анализа соотношения собственных и заемных средств показали, что в ХКП Пригородное Россошанского РПТК работает преимущественно за счет заемных средств. Так в 2015, 2016 и 2017 гг. в структуре капитала доля заемного капитала составляла 73,28%, 72,69% и 67,99% соответственно. Положительная тенденция заключается в постоянном снижении доли заемного капитала организации. На фоне этого, заметим, что в торговой организации оптимальным соотношением

собственного и заемного капитала считается 30% к 70%.

Такая структура источников капитала организации розничной торговли влияет и на его финансовую устойчивость, анализ которой необходим, чтобы ответить на вопросы: насколько организация независима с финансовой точки зрения, растет или снижается уровень этой независимости и отвечает ли состояние ее активов и пассивов задачам ее финансово-хозяйственной деятельности.

Нами были произведены расчеты коэффициентов финансовой устойчивости, результаты которых представлены на рисунке 2.5.

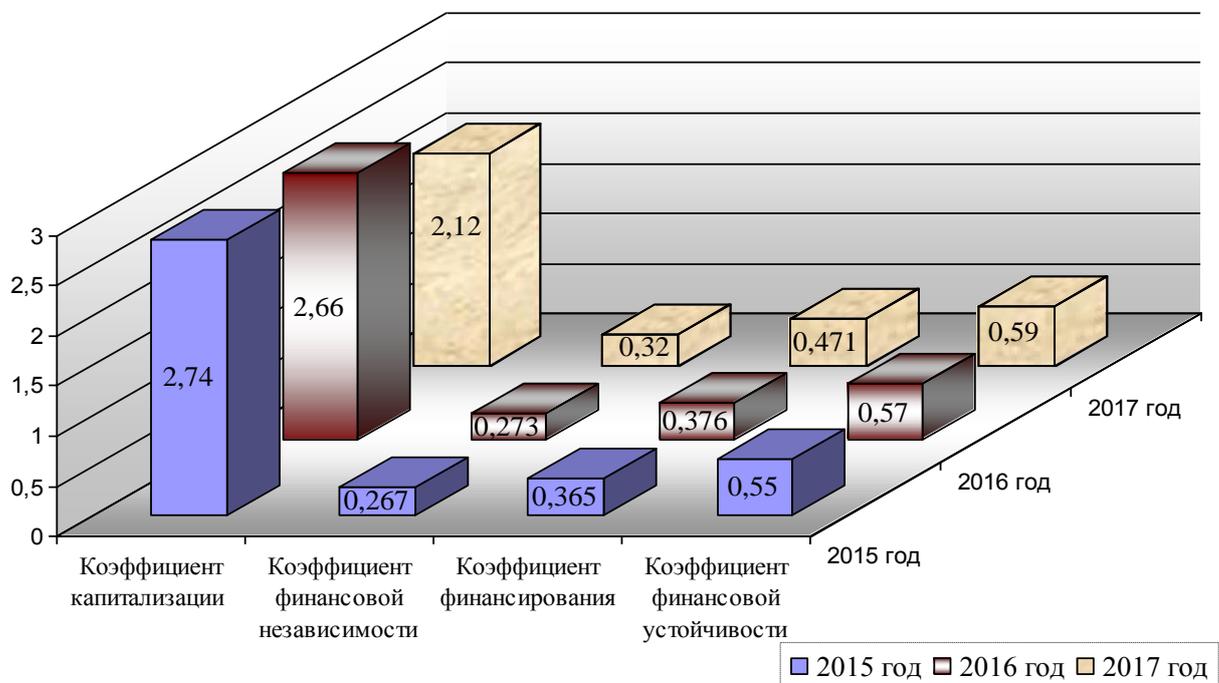


Рис. 2.5. Динамика показателей финансовой устойчивости ХКП Пригородное Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Так, коэффициент капитализации говорит о том, что в 2014-2017 гг. на 1 рубль вложенных активов собственных средств в ХКП Пригородное Россошанского РПТК было привлечено 2,74, 2,66 и 2,12 руб. соответственно. А коэффициент финансовой устойчивости свидетельствует о том, что 55% активов организации в 2014 году финансировались за счет устойчивых источников, а к 2017 году значение данного показателя увеличилось до 59%.

Анализируя деятельность ХКП Пригородное Россошанского РПТК было выяснено, что организация имеет как долгосрочные, так и краткосрочные обязательства, а зависимость от заемных средств в организации имеет допустимые значения. На фоне этого, деятельность ХКП Пригородное Россошанского РПТК является достаточно рентабельной. Результаты расчетов показателей рентабельности отражены в таблице 2.6.

Таблица 2.6

Динамика показателей рентабельности ХКП Пригородное  
Россошанского РПТК за период 2015-2017 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, +/-			Темп роста, %		
	2015	2016	2017	2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2015	2016 к 2015	2017 к 2016	2017 к 2015
Общая рентабельность	2,25	3,00	3,40	0,75	0,40	1,15	133,3	113,5	151,3
Рентабельность реализованной продукции	2,99	3,97	4,55	0,98	0,58	1,57	132,8	114,7	152,4
Рентабельность продаж	2,25	3,00	3,40	0,75	0,40	1,15	133,3	113,5	151,3
Рентабельность собственного капитала	19,09	33,97	40,71	14,88	6,73	21,62	177,9	119,8	213,2
Чистая рентабельность	0,74	1,58	2,25	0,84	0,67	1,51	212,9	142,1	302,6
Экономическая рентабельность активов	5,10	19,61	13,03	14,50	-6,57	7,93	384,3	66,4	255,4

Исследовав показатели рентабельности, нами было выявлено, что например, на 1 рубль стоимости текущих активов в 2015 году приходилось 2 рубля 25 копеек прибыли от продаж, а в 2017 – уже 3 рубля 40 копеек. На 1 руб. себестоимости продукции в 2015 году приходилось 2 рубля 99 копеек прибыли от продаж, а в 2017 году – уже 4 рубля 55 копеек.

Показатель рентабельности продаж, по своей сути, является индикатором ценовой политики организации и ее способности

контролировать издержки. К 2017 году способность ХКП Пригородное Россошанского РПТК контролировать издержки возросла с 2,25% до 3,40%.

В показателях рентабельности собственного капитала, чистой рентабельности и экономической рентабельности активов наблюдается существенный рост. К 2017 году по сравнению с 2014 годом их темпы роста составили 213,2%, 302,6% и 255,4% соответственно. В интерпретации этих показателей также отметим их качественное значение. Так, в 2017 году на 1 рубль собственного капитала ХКП Пригородное Россошанского РПТК пришлось 40 рублей 71 копейка чистой прибыли; на 1 рубль выручки пришлось 2 рубля 25 копеек чистой прибыли; на 1 рубль стоимости активов пришлось 13 рублей 3 копейки чистой прибыли.

Таким образом, можно сказать, что ХКП Пригородное Россошанского РПТК является организацией с динамикой увеличения операционного и финансового циклов, что может приводить к снижению эффективности управления дебиторской задолженностью и запасами организации, а также к росту цен в розничной торговле. Вместе с этим, анализ ликвидности баланса показал недостаточную его структуру, но не смотря на это, организация является финансово устойчивой, рентабельной и с оптимальным соотношением в портфеле собственных и заемных средств.

### **2.3. Анализ процесса организации и технологии розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК**

Организация и технология розничной торговли является важнейшим объектом коммерческой и маркетинговой деятельности любого торгового предприятия.

Непосредственно розничной продаже товаров предшествует маркетинговый этап работы, связанный с нахождением рынка сбыта конкретных товаров. Эта работа включает глубокое исследование рыночных возможностей путем применения целого комплекса методов по изучению

спроса населения и конъюнктуры торговли. Но исследуемое нами предприятие - ХКП Пригородное Россошанского РПТК – относится к системе потребительской кооперации и является его собственностью. Главной вышестоящей организацией выступает Центросоюз РФ. В своей деятельности руководствуется Законом Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».

Организации потребительской кооперации существенно отличаются от других субъектов розничной торговли, так как потребительская кооперация представляет собой социально ориентированную экономическую систему, в деятельности которой социальное тесно взаимосвязано с экономическим. Она успешно сочетает социальную деятельность с экономической, которая связана не только с производством (реализацией) продукции (услуг), но и с привлечением финансовых ресурсов и множества других подобных операций. Хотя прибыль и не ставится основной целью её деятельности как некоммерческой организации, но ее получение является если не необходимым, то в значительной степени предопределяющим условием реализации социальной миссии. Социальная миссия ХКП Пригородное Россошанского РПТК выражается в обеспечении населения, и преимущественно сельского, в продовольственных и непродовольственных товарах, особенно в товарах первой необходимости. Ниша организаций потребительской кооперации – это сельские поселения.

ХКП Пригородное Россошанского РПТК также функционирует на сельском рынке Россошанского района Воронежской области. Его магазины можно встретить во многих селах и деревнях. Количество торговых точек Пригородного подразделения насчитывается в количестве 25.

Процесс организации торговли в розничных торговых предприятиях, и ХКП Пригородное Россошанского РПТК не исключение, состоит из совокупности последовательных мероприятий, обеспечивающих бесперебойную продажу товаров в магазине. Грамотно организованный

процесс продажи товаров в магазине позволяет обеспечить его признание среди покупателей, а также улучшить удовлетворённость торговых работников результатами своего труда.

Как было сказано в первой главе данного диплома, организация и технология розничной продажи товаров в магазине сложный процесс, требующий от руководства принятия решений по ряду вопросов: от предъявляемых требований к торговым зданиям и сооружениям до сервиса обслуживания покупателей.

Все помещения и магазины ХКП Пригородное Россошанского РПТК находятся в собственности и соответствуют всем предъявляемым требованиям: технологическим, архитектурно-строительным, экономическим и санитарно-техническим.

Все помещения внутри зданий имеют определенные функциональные значения. Торговые помещения ХКП Пригородное Россошанского РПТК, как и во всех розничных предприятиях, являются основными в магазинах. К ним относятся торговые залы и площади дополнительного обслуживания покупателей.

В магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК розничная торговля ведется через прилавки, поэтому все вопросы с планировкой торгового зала для данной организации являются стандартными. На рисунке 2.6 представим типичную планировку магазинов ХКП Пригородное Россошанского РПТК. 40% площади каждой торговой точки ХКП Пригородное Россошанского РПТК занимает торговое оборудование (полки, холодильное оборудование, стеллажи и т.д.). Приблизительно 60% площади каждой торговой точки – это рабочая зона продавцов за прилавком и перед прилавком в торговом зале – это место для свободного движения покупателей в соответствии с правилами техники безопасности. Также, в каждом торговом зале имеется стол для упаковки с контрольными весами.

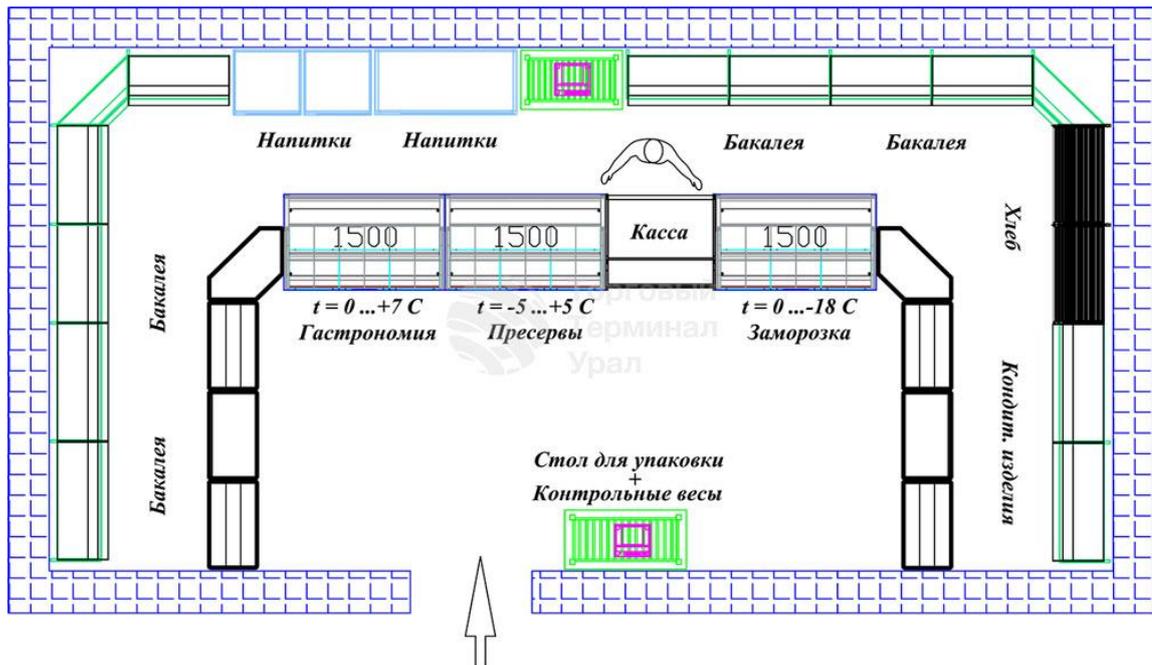


Рис. 2.6. Типичная планировка торговых точек ХКП Пригородное  
Россошанского РПТК

Обязательными помещениями в торговых точках ХКП Пригородное Россошанского РПТК являются помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Сюда входят разгрузочные, приемочные, кладовые (в том числе охлаждаемые камеры), помещения для подготовки товаров к продаже, кладовые, подсобные помещения, предназначенные для размещения вспомогательных служб и выполнения работ по обслуживанию технологического процесса.

К административно-бытовым помещениям магазинов ХКП Пригородное Россошанского РПТК относятся помещения аппарата управления; комната персонала. Технические помещения предназначены для размещения технических служб и выполнения работ по техническому обслуживанию рабочих мест и оборудования. Они включают в себя электрощитовую и тепловой узел.

В части организации розничной торговли необходимо отметить и процесс формирования ассортимента товара ХКП Пригородное

Россошанского РПТК, который как и в любом розничном магазине происходит под воздействием покупательского спроса.

Анализ структуры розничного товарооборота помогает выявить товароведом, экономистам и продавцам предпочтения покупателей в отношении тех или иных товаров, то есть о реализованных потребностях покупателей. Необходимо сказать, что нереализованных потребностей в местах функционирования торговых точек ХКП Пригородное Россошанского РПТК не существует, так как работа анализируемого предприятия направлена, как и любой организации потребительской кооперации, на обеспечение населения товарами, необходимыми потребителям и соответствующими их доходам. Так как все покупатели подразделяются на три категории: тех, кто ищет магазин с низким уровнем цен; тех, кого больше всего интересует соотношение цена/качество; тех, кто ищет товар, который максимально удовлетворит потребности, вне зависимости от цены; то заметим, что к посетителям ХКП Пригородное Россошанского РПТК относится первая категория покупателей. Руководство же кооперативного предприятия стремится переформатировать работу своих торговых точек так, чтобы посетители избавляясь от понятия низкого уровня цен постепенно переходили к понятию цена/качество.

Изучая ассортимент продаваемого товара в магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК, нами было выявлено, что он является достаточно расширенным. В его номенклатуре как продовольственные, так и непродовольственные товары (рис. 2.7).

По рисунку 2.7 видно, что достаточно широкий выбор и охват товарных групп наблюдается в розничных магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК. Качеству, приемке и хранению товаров уделяется особое внимание. Персоналу и руководству кооперативной организации очень важно не потерять клиента, а самое главное выполнить свою основную функцию социальной направленности – обеспечить сельское население необходимыми товарами.

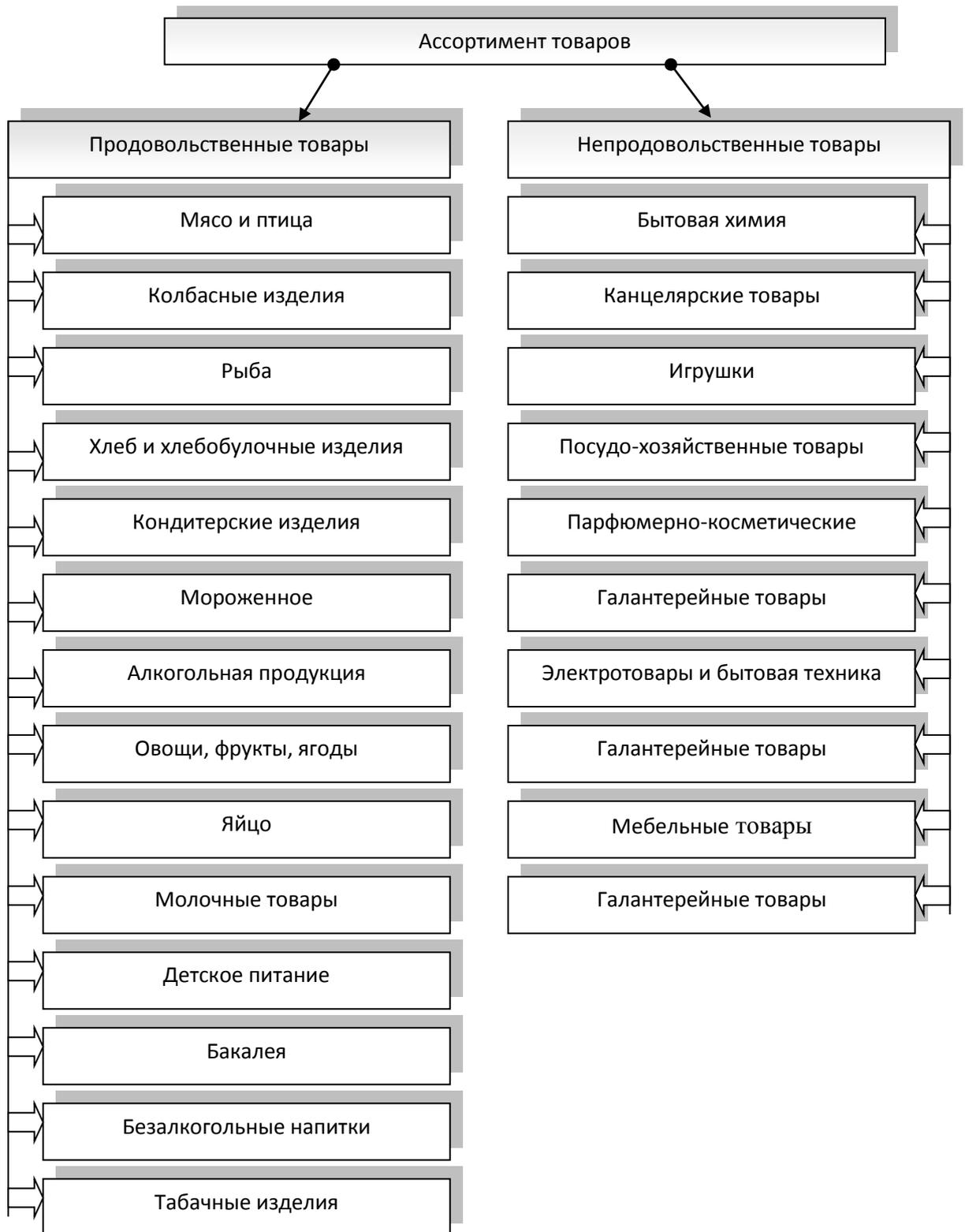


Рис. 2.7. Ассортиментный перечень товарных групп розничных торговых точек ХКП Пригородное Россошанского РПТК

Анализируя процесс технологии розничных продаж, отметим, что ХКП Пригородное Россошанского РПТК проходит все его стадии, выполняя все свои функционалы.

Так, например, одной из наиболее ответственных функций торговых розничных предприятий является закупочная работа. Правильно организованная, она не только способствует удовлетворению потребительского спроса, но и позволяет уменьшить вероятность коммерческого риска, связанного с отсутствием сбыта товаров.

Технология закупки товаров ХКП Пригородное Россошанского РПТК зависит от источников их поступления. Закупка товаров ведется на оптовых складах, оптовых ярмарках, оптовых продовольственных рынках и у других поставщиков.

Приемку товаров осуществляют работники магазина, на которых возложена материальная ответственность. Они, как показало наше исследование, хорошо знают правила и сроки приемки, умеют составлять все необходимые документы, они компетентны в вопросах определения количества и качества товаров. Руководство же систематически контролирует выполнение правил приемки и своевременность документального ее оформления.

В ХКП Пригородное Россошанского РПТК функционирует основной склад, на который поступает основная часть продовольственных и непродовольственных товаров, предназначенных для розничной продажи в торговых точках организации. Из этого основного склада продукция распределяется по магазинам кооператива, согласно их заказам.

Поступление товара на основной склад и в торговые точки ХКП Пригородное Россошанского РПТК производится согласно договоров поставки. Приходится товар согласно приходных накладных, выписанных поставщиком продукции. оплата же товара производится согласно счетов – фактур, выписанных поставщиком и накладной на товар. В приложениях 17-21 приведены примеры из деятельности анализируемой организации

договора поставки, накладной, счета-фактуры, товарной накладной. Также в процессе организации розничной торговли имеет место и такой важный документ как товарно-транспортная накладная.

В торговых магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК следят за такими показателями как срок годности, срок реализации и срок хранения, что также является одним из звеньев общего процесса технологии розничной торговли. Информации о сертификации продукции отводится особый контроль.

Одним из обязательных условий обеспечения бесперебойного технологического процесса в магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК является наличие достаточных запасов товаров. В магазине их размещают непосредственно в торговом зале (рабочий запас) и в помещениях для хранения товаров (резервный запас). При этом следят за перемещением товаров в кладовых, укладкой их на хранение, соблюдением сроков хранения отдельных товаров и режима хранения, нормальной работой холодильных установок, поддержанием в помещениях чистоты.

Порядок и способы размещения и укладки товаров на хранение соответствуют рациональному использованию помещений магазинов, системе материальной ответственности, не создают неудобств для работы персоналу магазинов.

Технологии по предварительной подготовке товаров к продаже в ХКП Пригородное Россошанского РПТК также обязательно используются в деятельности организации. Это связано с тем, что многие из поступивших в магазин товаров не могут быть переданы в торговый зал в том же виде, в каком они завезены. Подготовкой к продаже товара в магазинах кооперативного предприятия занимаются продавцы. Они распаковывают и сортируют товар, сохраняя качество товаров и тары.

Также при подготовке товаров к продаже продавцы проверяют соответствие цен, сортности, указанных в сопроводительных документах и на маркировке, облагораживают товары, расфасовывают его, то есть

осуществляют предварительную нарезку товаров, укладывая их в специальную тару для подачи в торговый зал, комплектуют подарочные наборы, оформляют и прикрепляют ярлыки цен.

Размещение товарных групп для каждого типа магазина учитывается еще при составлении его технологической планировки. Но при продаже товаров через прилавки, как это происходит в магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК, при обслуживании покупателей предлагаются только образцы товаров, находящиеся за прилавком. Выкладка товаров на витрины производится по правилам как вертикального, так и горизонтального способа, соблюдение которых позволяет показать не только весь имеющийся ассортимент, но и каждый товар в отдельности. Также используются одновременно такие приемы выкладки товаров на полках оборудования, как товарные и декоративные, которые позволяют покупателю найти тот товар, который ему необходим, и привлечь внимание к другой группе товара, которая может внезапно заинтересовать.

Так как магазины ХКП Пригородное Россошанского РПТК с универсальным ассортиментом, то наибольшую долю в товарообороте занимают товары повседневного и частого спроса. Поэтому их выкладка особенно удобная для покупателей и тем самым способствует увеличению продажи. Эти товары выкладывают в большом количестве таким образом, чтобы покупатель мог легко взять их. Если позволяет упаковка, такие товары удобнее выкладывать навалом, например, в корзинах.

Необходимо заметить, что продавцы, работающие в ХКП Пригородное Россошанского РПТК достаточно квалифицированные с большим опытом работы. При продаже товаров через прилавки обслуживания основная нагрузка ложится именно на продавцов, поэтому именно от них скорость и качество обслуживания населения.

В обязанности продавцов ХКП Пригородное Россошанского РПТК входит: предложение и показ товаров покупателям; предоставление информации о них, консультации и помощь в выборе новых и

сопутствующих товаров. Кроме того, они умеют быстро и хорошо выполнять такие технологические операции, как нарезка, отмеривание, взвешивание и упаковка товаров, производят расчеты с покупателями.

Не смотря на то, что метод обслуживания населения через прилавок ограничивает самостоятельность покупателей в выборе товаров, покупатели остаются довольными и благодарными клиентами.

Исследуя технологию обслуживания покупателей в магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК отметим, что повышение культуры обслуживания покупателей во многом связано с расширением дополнительных услуг, оказываемых им магазинами. Как было выяснено, продавцы осуществляют помощь покупателю в совершении покупки и при ее использовании; оказывают информационно-консультационные услуги.

Исследуя дополнительные услуги, предоставляемые ХКП Пригородное Россошанского РПТК населению в процессе розничной торговли, нами было выяснено, что Россошанское РПТК предоставляет населению возможность приобретения товаров, продаваемых в ХКП Пригородное Россошанского РПТК в кредит. Для получения товара в кредит (оплата должна производиться в рассрочку) необходимо покупателю написать заявление на разрешение оформления кредита, оформить поручение-обязательство, согласие на обработку персональных данных и справку для покупки товаров в кредит. В приложениях 22-26 приведен пример пакета документов для оформления товара в кредит – телевизора стоимостью 22500 руб. Данная услуга для сельского населения в обход кредитных организаций, то есть банков, является очень удобной, так как по сути кредитором становится Россошанское РПТК, а не банк.

Таким образом, анализ организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК показал, что на данном предприятии данный процесс проходит все этапы этого единого цикла: от устройства и планировки магазинов (при их планировании и открытии) до технологии продажи и обслуживания в магазине. На рисунке 2.8 отразим все

важнейшие этапы процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК.



Рис. 2.8. Процесс организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК

Подтверждением эффективности процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК служит анализ выручки данной организации именно от розничной торговли. По данным отчетности (приложения 4, 8, 14) проанализируем этот показатель. Как видно из данных таблицы 2.7, на долю выручки от розничной торговли приходится 98,82% в 2015 году и 99,26% в 2016 и 2017 гг. В динамике, как видно из данных рисунка 2.9, значение данного показателя в стоимостном

выражении возрастает: в 2015 году на 25,56% и в 2016 году – на 36,61%; в 2017 году же произошло небольшое снижение – на 1,58%.

Таблица 2.7

Динамика и структура выручки от продажи товаров, продукции, работ, услуг  
ХКП Пригородное Россошанского РПТК за 2015-2017 гг.

Показатели	2015 год		2016 год		2017 год	
	руб.	%	руб.	%	руб.	%
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг, всего	108066445	100	147074982	100	144675307	100
в том числе:						
• розничная торговля	106787389	98,82	145983699	99,26	143598221	99,26
• аренда	1279056	1,18	1091283	0,74	1077086	0,74

Возможно, данное снижение обусловлено появлением новых конкурентов, так как в 2016-2017 гг. на сельский рынок Воронежской области наблюдается приход такого лидера российского ритейла, как «Магнит».

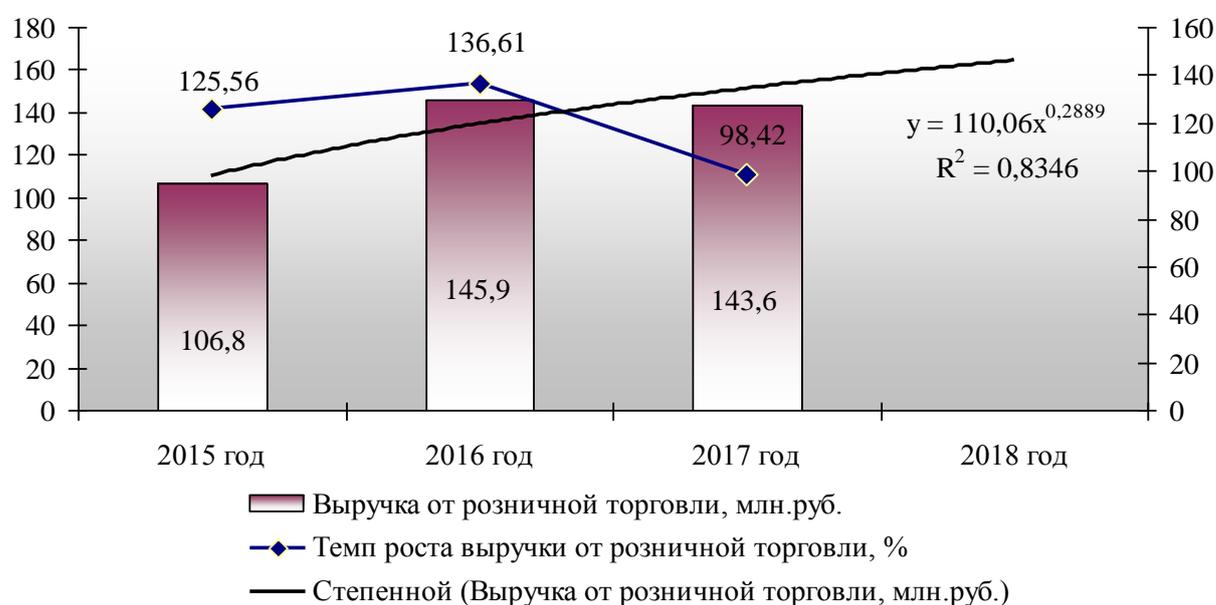


Рис. 2.9. Динамика выручки от розничной торговли ХКП Пригородное Россошанского РПТК за 2015-2017 гг. и ее прогноз на 2018 г.

Но нами, на основе данных анализируемого периода, был произведен

прогноз развития выручки ХКП Пригородное Россошанского РПТК именно от розничной торговли, результаты расчета которого показали, что в 2018 году существует вероятность роста данного показателя до 164,28 млн.руб. ( $y = 110,06 \times 4^{0.2889} = 164,28$ ). Величина ошибки аппроксимации, равная 0,8346, свидетельствует о достоверности расчетов. Для достижения таких результатов деятельности необходимо совершенствовать процесс технологии розничной торговли.

### **3. Проект по совершенствованию организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК**

#### **3.1. Характеристика проекта**

Как показало исследование процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК, весь цикл в организации соблюдается. Эффективность данного процесса доказана, но снижение выручки от розничных продаж в 2017 году по сравнению с 2016 годом требует принятия мер в целях возобновления роста данного показателя.

Так как магазины ХКП Пригородное Россошанского РПТК расположены в селах, деревнях и поселениях городского типа, то соответственно их потенциальными покупателями являются сельские жители. Потребительская кооперация, к которой относится ХКП Пригородное Россошанского РПТК, на селе давно зарекомендовала себя как надежный рыночный субъект, предлагающий качественный и свежий товар. Для развития магазинов ХКП Пригородное Россошанского РПТК в целях привлечения клиентов можно было бы предложить множество вариантов совершенствования процесса организации и технологии розничной торговли. Например, проведение рекламно-информационной работы в магазинах, что подразумевает под собой:

- использование рекламных средств;
- оформление интерьера магазина;
- рекламно-информационное оформление магазина.

В приложениях 5, 11, 16 расположен отчет о расходах в торговле (форма № 3 – ЦС) за 2015-2017 годы. В них мы можем увидеть, что расходы в ХКП Пригородное Россошанского РПТК на рекламу равны нулю, следовательно в данной организации маркетинговым шагам не уделяется никакого внимания, что в современных рыночных отношениях для достижения и поддержания успеха не допустимо.

Торговая реклама - распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о торговом предприятии, товарах и услугах, предназначенная для неопределенного круга лиц и способствующая реализации товаров. Она представляет собой совокупность различных средств и методов, используемых для объективной информации потребителей об имеющихся в продаже товарах, их свойствах и качестве, размещении торговых предприятий, формах торгового обслуживания.

Задачами торговой рекламы являются стимулирование спроса и формирование потребностей населения; освоение и расширение рынка сбыта товаров; ускорение товарооборачиваемости, достижение сбалансированности спроса и предложения; формирование культуры потребления и развитие эстетических вкусов населения.

Посредством торговой рекламы покупатели приобретают сведения об основных правилах обращения с товарами, способах их применения и хранения.

В рамках рассмотренных мероприятий по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли, предлагаем внедрение нескольких элементов, несущих в себе рекламно-информационный характер и интерьерно-эстетическое восприятие магазина.

Работники магазина должны стремиться сделать свой магазин непохожим на множество других, ему подобных, заинтересовать покупателей в выборе именно его для совершения покупок. Так, нами предлагается у дверей магазинов размещать выносные красочно оформленные двусторонние щиты – штендеры - с призывами купить что-либо из имеющихся товаров, воспользоваться предлагаемыми услугами и т. п. На штендерах с доской для рисования мелом (рис. 3.1) можно наносить мелом ежедневно новинки и свежие поступившие товары, возможные акции. Как средство рекламы, в современное время, штендеры очень популярны, поскольку просты по конструкции и сравнительно дешевы.

Для того, чтобы магазины ХКП Пригородное Россосанского РПТК не

затерялись среди множества других, им необходимо придать неповторимый облик. Этого можно достичь за счет оформления внутреннего пространства магазинов. А именно, предлагаем сделать косметический ремонт – перекрасить стены, оббить потолок и превратить уголок покупателя в зону его отдыха, выделив его контрастным цветом и отделкой.

Палитра цветов, в которую предлагаем перекрасить стены, это караловый, кремовый и золотистый. Жалюзи – это на сегодняшний день – неотъемлемая часть любого розничного магазина.



Рис. 3.1. Пример штендера с доской для рисования мелом и оформления окон магазина жалюзи

Как было отражено на рисунке 1.6, в магазинах ХКП Пригородное Россошанского РПТК есть столы для упаковки и контрольных весов. Предлагаем оформить данную зону под зону «отдыха», заставив ее современным журнальным столиком, диваном и тумбой с контрольными весами (рис. 3.2). Столик будет выполнять функции стола для упаковывания товара. Также на него можно будет поставить личные вещи или же разместиться на диване и просмотреть каталог, например с мебелью, которую предлагает кооперативное предприятие приобрести под заказ.



Рис. 3.2. Пример дивана и журнального столика для зоны отдыха

Обязательным элементом в зоне отдыха должен быть стенд «Уголок потребителя», который также необходимо будет оформить в корпоративных цветах (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Пример стенда «Уголок потребителя»

Также в зону «отдыха» предлагаем поставить детский столик с детскими стульчиками. На столик предлагаем разместить настольный лабиринт, цветные карандаши, раскраски, листы А4 для рисования (3.4).

Кроме того, успеху в работе будет способствовать и применение элементов, создающих фирменный стиль. ХКП Пригородное Россошанского РПТК. Фирменный стиль предполагает единый подход в оформлении предприятия, использовании определенных цветовых сочетаний и образов для рекламных материалов, деловых бумаг, спецодежды.

Для единства фирменного стиля предлагаем в соответствующих предложенных ранее по тексту цветах ввести фирменную одежду в виде фартука на пояс продавца, нарукавников и чепчика ему на голову. Нанесение на одежду наименование организации - «ХКП Пригородное Россошанского РПТК», считаем обязательным элементом.



Рис. 3.4. Пример детского уголка в зон отдыха в магазинах  
ХКП Пригородное Россошанского РПТК

Основная задача интерьера магазина - обеспечить показ товаров, удобство приобретения их покупателями, комфортность работы обслуживающего персонала. Этому должны быть подчинены все элементы интерьера.

Художественно-эстетическое восприятие магазина зависит от удачного решения расстановки оборудования, размещения элементов рекламы и информации. Интерьер, оборудование, рекламно-информационные материалы должны быть фоном для товаров, способствовать их реализации.

### **3.2. Состав и структура затрат на внедрение проекта**

Предположим, что время реализации предлагаемых мероприятий начнется с 2018 года. Денежные средства, за счет которых будет осуществляться реализация – собственные, так как в ХКП Пригородное Россошанского РПТК имеется достаточно собственных средств для вложения

в различные проекты.

Считаем, что целесообразно внедрить предлагаемые изменения в процессах организации и технологии розничной торговли одновременно во все магазины одновременно. Следовательно, и затраты на приобретение, установку и поддержание будет рассчитываться исходя из количества магазинов ХКП Пригородное Россошанского РПТК, которых на сегодняшний день составляет 25 ед.

В таблице 3.1 отразим затраты по реализации предложенных мероприятий.

В перечне затрат имеются как инвестиционные затраты, так и постоянные.

Так, к инвестиционным затратам нами отнесены косметический ремонт магазинов, приобретение диванов, журнальных столиков и детского столика с лабиринтов со стульчиками для зоны отдыха, так как они выплачиваются по реализации проекта один раз. Суммарная их стоимость составила

К постоянным расходам нами отнесено приобретение детских принадлежностей для рисования, так как карандаши изнашиваются, раскраски с альбомами для рисования изрисовываются.

### **3.3. Показатели экономической эффективности проекта**

Предположим, что предлагаемые мероприятия по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК увеличат выручку организации на 5%, следовательно, в последующие 5 лет выручка будет ХКП Пригородное Россошанского РПТК будет составлять: 151909072,4 руб.; 159504526 руб.; 167479752,3 руб.; 175853739,9 руб.; 184646426,9 руб. Соответственно, возрастет и себестоимость. При расчете себестоимости, учитываем процент инфляции за 2017 год, то есть 2.52% и сумму постоянных затрат по проекту, рассчитанные в таблице 3.1. Соответственно последующие пять лет ее величина будет

составлять: 111348879,2 руб.; 114689345,6 руб.; 118130026 руб.; 121673926,8 руб.; 125324144,6 руб.

Таблица 3.1

## Затраты на внедрение мероприятий

Инвестиционные затраты				
	Цена за ед., руб.	Количество ед. для одного магазина	Количество магазинов	Цена, руб. всего
Косметический ремонт магазина	150000	1	25	3750000
Приобретение жалюзи для окон с декоративным оформлением	8000	2	25	400000
Приобретение штендера двухстороннего уличного	2500	1	25	62500
Приобретение дивана	8000	1	25	200000
Приобретение журнального столика	3000	1	25	75000
Приобретение стенда "Уголок потребителя"	800	1	25	20000
Приобретение детского столика	750	1	25	18750
Приобретение детского стульчика	350	2	25	17500
Приобретение настольного игрового лабиринта	450	1	25	11250
Итого:				4555000
Постоянные затраты				
Приобретение карандашей для рисования	110	4	25	11000
Приобретение точилки для рисования	25	4	25	2500
Приобретение раскрасок для рисования	50	12	25	15000
Приобретение альбомов для рисования	30	12	25	9000
Приобретение мела для рисования на штендере	100	4	25	10000
Итого:				47500

Рассчитаем данные для анализа эффективности вложения инвестиций в проект по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК (табл. 3.2).

Таблица 3.2

## Исходные данные для анализа эффективности инвестиций по проекту

Период	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Выручка, руб.	151909072,4	159504526	167479752,3	175853739,9	184646426,9
Себестоимость, руб.	111396379,2	114785770,6	118276843,7	121872649	125576328,5
Прибыль до налогообложения	40512693,2	44718755,4	49202908,6	53981090,9	59070098,4
Налог на прибыль, %	20%	20%	20%	20%	20%
Чистая прибыль	32410154,56	35775004,32	39362326,88	43184872,72	47256078,72
Дисконтированный денежный поток, руб.	32410154,56	35775004,32	39362326,88	43184872,72	47256078,72

Используя исходные данные, можно оценить эффективность инвестиционных вложений в проект по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК (табл. 3.3). Дисконтную ставку примем за 12%, так как платежей по кредиту нет, поэтому ключевую ставку Центробанка не учитываем, а только лишь плату за риск по проекту и средний уровень инфляции за последние пять лет.

Таблица 3.3

## Анализ эффективности инвестиций с использованием показателя NPV

Год	Начальные инвестиционные затраты и чистые денежные потоки, тыс.руб.	Дисконтный множитель при ставке 12%	Современная стоимость, тыс.руб.	Современная стоимость нарастающим итогом, тыс.руб.
0	-4555000	1	-4555000	0
1	32410154,56	0,893	36293566,14	31738566,14
2	35775004,32	0,797	44887081,96	76625648,09
3	39362326,88	0,712	55284166,97	131909815,1
4	43184872,72	0,636	67900743,27	199810558,3
5	47256078,72	0,567	83344054,18	283154612,5
NPV			287709612,5	723239200,1

Если  $NPV > 0$ , то можно считать, что инвестиция приумножит денежные средства кооперативной организации и инвестицию следует осуществлять. Если  $NPV < 0$ , то значит доходы от предложенной инвестиции недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск, присущий данному проекту и инвестиционное предложение должно быть отклонено.

Как мы видим, по результатам расчетов анализа эффективности инвестиций, которые отражены в таблице 3.3,  $NPV$  равен 723239200,1 рублей. Это значит, что ХКП Пригородное Россошанского РПТК может быть получена положительная чистая современная стоимость будущих денежных потоков, относящихся к совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли. Следовательно, предприятие может вкладывать средства в данный инвестиционный проект.

Далее, рассчитаем индекс рентабельности  $= 287709612,5/4555000) = 63$  рубля 16 копеек. Это значит, что 63 рубля 16 копеек прибыли по проекту будет приходиться на 1 рубль затраченных средств. Следовательно, предложенные мероприятия являются доходными и проект следует принять.

Срок окупаемости – это период времени с момента начала реализации проекта до момента ввода в эксплуатацию объекта проекта, когда доходы от текущей деятельности становятся равными первоначальным инвестициям. По данным таблицы 3.3 мы можем видеть, что на первом же году реализации проекта инвестиции будут оправданы.

Таким образом, мероприятия по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК являются целесообразными.

## Заключение

Россошанский районный потребительский кооператив основан на членстве добровольное объединение граждан и юридических лиц в целях удовлетворения их материальных и иных потребностей, осуществляемое путем объединения его членами (пайщиками) имущественных паевых взносов.

Кооператив является юридическим лицом - некоммерческой корпоративной организацией и действует на основании своего Устава. Организационно-правовой формой кооператива является потребительский кооператив. Кооператив создан без ограничения срока деятельности.

Для выполнения указанной цели, согласно Уставу организации, кооператив может осуществлять такие виды деятельности как розничная и оптовая торговля; закупка и реализация ликеро-водочных и табачных изделий; услуги в сфере общественного питания; производство продуктов питания и товаров народного потребления; оказание автотранспортных услуг, погрузо-разгрузочных работ; оказание бытовых услуг; строительная, ремонтно-строительная деятельность; торговля лекарственными препаратами через аптеки и аптечные пункты; эксплуатация инженерных систем городов и населённых пунктов; открытие магазинов, кафе, ресторанов, баров, киосков; закупка, заготовка, хранение, переработка сельскохозяйственной продукции; реализация сельскохозяйственных продуктов и продукции сельхозпереработки; операции с недвижимым имуществом, предоставление имущества в аренду; привлечение заёмных средств; осуществление всех иных видов хозяйственной деятельности, а также других работ и оказание услуг, соответствующих целям, ради которых создан Кооператив, не запрещенных и не противоречащих законодательству Российской Федерации.

Как показало наше исследование, основным видом деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК выступает розничная торговля.

Рассматривая организационную структуру управления ХКП Пригородное Россошанского РПТК, было отмечено, что структура управления имеет тип линейно организационной, которая предполагает линейную форму отношений «руководитель-подчиненный». Директор осуществляет стратегическое руководство деятельностью общества, в том числе без доверенности действует от имени общества, несет персональную ответственность за обеспечение и учет документов по личному составу.

Анализируя экономический аспект деятельности ХКП Пригородное Россошанского РПТК, было отмечено, что за период 2015-2017 гг. данная организация имеет положительные результаты. Так, например, выручка от продаж ХКП Пригородное Россошанского РПТК в 2015 году была равна 108066445 руб., в 2016 г. произошло увеличение данного показателя на 36,1 %, что в суммарном выражении составило 147074982 руб. В 2017 г. наблюдалось небольшое снижение величины выручки - на 2399675 руб. или на 1,63 %, что в целом не отразилось негативно на общую динамику работы предприятия, так как за 2015-2017 гг. темп рост выручки в целом составил 133,88%.

Положительная тенденция была отмечена и в таких важнейших показателях как прибыль от продаж и чистая прибыль. Темп их роста за весь исследуемый период составил соответственно 202,57% и 405,19%, что характеризует работу ХКП Пригородное Россошанского РПТК как эффективную.

Оценка финансово-хозяйственной деятельности показала, что ХКП Пригородное Россошанского РПТК является организацией с динамикой увеличения операционного и финансового циклов, что может приводить к снижению эффективности управления дебиторской задолженностью и запасами организации, а также к росту цен в розничной торговле. Вместе с этим, анализ ликвидности баланса показал недостаточную его структуру, но не смотря на это, организация является финансово устойчивой, рентабельной и с оптимальным соотношением в портфеле собственных и заемных средств.

Так, например, исследовав показатели рентабельности, нами было выявлено, что например, на 1 рубль стоимости текущих активов в 2015 году приходилось 2 рубля 25 копеек прибыли от продаж, а в 2017 – уже 3 рубля 40 копеек. На 1 руб. себестоимости продукции в 2015 году приходилось 2 рубля 99 копеек прибыли от продаж, а в 2017 году – уже 4 рубля 55 копеек. В показателях рентабельности собственного капитала, чистой рентабельности и экономической рентабельности активов также наблюдался существенный рост. К 2017 году по сравнению с 2014 годом их темпы роста составили 213,2%, 302,6% и 255,4% соответственно. Так, в 2017 году на 1 рубль собственного капитала ХКП Пригородное Россошанского РПТК пришлось 40 рублей 71 копейка чистой прибыли; на 1 рубль выручки пришлось 2 рубля 25 копеек чистой прибыли; на 1 рубль стоимости активов пришлось 13 рублей 3 копейки чистой прибыли.

Анализ организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК показал, что на данном предприятии данный процесс проходит все этапы этого единого цикла: от устройства и планировки магазинов (при их планировании и открытии) до технологии продажи и обслуживания в магазине.

Подтверждением эффективности процесса организации и технологии розничной торговли в ХКП Пригородное Россошанского РПТК послужил анализ выручки данной организации именно от розничной торговли. Проанализировав этот показатель, было установлено, что на долю выручки от розничной торговли приходилось 98,82% в 2015 году и 99,26% в 2016 и 2017 годах. В динамике значение данного показателя в стоимостном выражении возрастает: в 2015 году на 25,56% и в 2016 году – на 36,61%; в 2017 году же произошло небольшое снижение – на 1,58%. Было выдвинуто предположение, что возможно, данное снижение обусловлено появлением новых конкурентов, так как в 2016-2017 гг. на сельский рынок Воронежской области наблюдается приход такого лидера российского ритейла, как «Магнит». Результаты произведенного расчета прогноза развития выручки

ХКП Пригородное Россошанского РПТК именно от розничной торговли показали, что в 2018 году существует вероятность роста данного показателя и для достижения данного роста необходимо совершенствовать процесс технологии розничной торговли.

В целях возобновления роста выручки розничных продаж ХКП Пригородное Россошанского РПТК был предложен проект по совершенствованию процесса организации и технологии розничной торговли данной кооперативной организации, суть которого заключается в изменении эстетического вида торговых залов магазинов кооператива и внедрение рекламно-информационной работы в магазинах.

Расчет экономической эффективности проекта показал, что предлагаемые мероприятия являются целесообразными. Окупаемость проекта составляет один год, а рентабельность - 63 рубля 16 копеек прибыли по проекту на 1 рубль затраченных средств.

### Список использованных источников

1. Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования и развития торговой деятельности в Российской Федерации от 28.12.2009 года № 381-ФЗ // Нормативные документы.- <http://www.consultant.ru>.
2. Российская Федерация. Госстандарт России. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения: Постановление Госстандарта России от 11.08.1999г. № 242-ст // Нормативные документы.- <http://www.consultant.ru>.
3. Российская Федерация. Министерство промышленности и торговли. Об утверждении стратегии развития торговли в Российской Федерации на 2011-2015 годы и период до 2020 года: Приказ Минпромторга от 31.03.2011г. № 422 // Нормативные документы.- <http://www.consultant.ru>.
4. Афанасенко, И.Д. Торговое дело: Учебник для вузов [Текст] / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – СПб.: Питер, 2015. – 384 с.
5. Барамыко, Л.В. Повышение эффективности управления товарной политикой предприятия [Текст] / Л.В. Барамыко // Российское предпринимательство, 2013. - № 24 [электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-effektivnosti-upravleniya-tovarnoy-politikoypredpriyatiya>
6. Бибкова, В.В. Влияние товарной политики на экономическую эффективность хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / В.В. Бибкова // Международный научный журнал «Символ науки», 2016. - №8. – С. 77-79.
7. Большой экономический словарь [Текст] / под. ред. А. Н. Азрилияна. – 2-е изд. доп. и перераб. – М. : Институт новой экономики, 2013. – 864 с.
8. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление [Текст] : Учебник / Р.И. Бунеева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 450 с.

9. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность [Текст] : Учеб / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Мн. : Выш. шк., 2016. – 352 с.
10. Горфинкеля, В. Я. Экономика предприятия [Текст]: учебник для вузов / В. Я. Горфинкеля. – 6-е изд., перераб. и допол. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 718 с.
11. Данцова, Л.В. Анализ бухгалтерской (финансовой отчетности) [Текст] : практикум / Л.В.Данцова, Н.А. Никифорова. – 5-е изд., переаб. И доп. – М.: Дело и сервис, 2015. – 160 с.
12. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли [Текст] : Учебник для вузов / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – 9-е изд., перераб. и доп.- М. : ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2013. – 696 с.
13. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле). Учебник. 12-е издание, переработанное и дополненное [Текст] / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянс.- М. : ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2015. – 456 с.
14. Жданова, А. О. Финансовый анализ предприятия [Текст] / А. О. Жданова. – М. : Инфра-М, 2007. – 332 с.
15. Инвестиции: учеб. / А.Ю. Андрианов, С.В. Валдаецев, П.В. Воробьев [и др.]; отв. ред. В.В. Ковалев, В.В. Иванов, В.А. Лялин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 584 с.
16. Каплина С.А. Организация и технология розничной торговли [Текст] / С.А. Каплина. – М.: Феникс, 2013. – 334 с.
17. Касьянова, Г.Ю. Торговая деятельность: учет и налогообложение для индивидуальных предпринимателей [Текст] / Г.Ю. Касьянова.- М.: АБАК, 2017. – 544 с.
18. Качалов, А. М. Основы менеджмента и управленческой деятельности [Текст] : учеб. для вузов / А. М. Качалов. – Изд. 4-е, перераб. и доп. –М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 383 с.
19. Кириллова, А. Т. Менеджмент и анализ [Текст] : учеб. пособие / А. Т. Кирилова. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Инфра-М, 2012. – 479 с.

20. Клименко, О.И. Экономика и управление народным хозяйством: учеб. пособие / О.И. Клименко. - Часть 1. - Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – 432 с.
21. Клименко, О.И. Экономика и управление народным хозяйством: учеб. пособие / О.И. Клименко. - Часть 2. - Белгород: ООО «Эпицентр», 2016. – 444 с.
22. Коротких, И.Ю. Основы коммерческой деятельности в схемах, рисунках, таблицах [Текст]: Учеб. пособие / И.Ю. Коротких.– Белгород: Кооперативное образование, 2013. – 390 с.
23. Костина, Г.Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг: учебное пособие [Текст] / Г.Д. Костина, Н.К. Моисеева. – М.: Омега-Л, 2013. – 175 с.
24. Кром, О. Достижение преимущества в торговле. Перевод Самсонов П.А. / О.Кром, М.Кром. – М.: Изд-во «Попурри», 2015. – 448 с .
25. Ласковец, С.В. Товарная политика компании [Текст] : учебно-практическое пособие / С. В. Ласковец. - Москва : Евразийский открытый ин-т, 2012. - 87 с.
26. Люкшинов, А. Н. Стратегический менеджмент на предприятиях [Текст] / А. Н. Люкшинов. – М. : Колос, 2013. – 367 с.
27. Макурин И.В. Методические подходы к организации стратегического управления розничной торговлей на основе структурно-динамического подхода [Текст] / И.В. Макурин // Теория и практика общественного развития, 2014. - № 5. –С. 182-187.
28. Непомнящий С.В. Розничные сети: логистические технологии современного развития [Текст] / С.В. Непомнящий С.В. // Международный научный журнал «Символ науки». – 2015. - №9. – С. 79-85.
29. Николаева, Т.И. Ресурсный потенциал торговой организации как основа ее развития [Текст] / Т.И. Николаева, С.Н. Лыкасова // Известия УрГЭУ. – 2013. - №3. – С. 119-124.
30. Огорокова, Л. Г. Ресурсный потенциал предприятий [Текст] / Л. Г.

Окорокова. – СПб. : С-ПбГТУ, 2013. – 293 с.

31. Олейник, К.А. Все об управлении продажами [Текст] / К.А. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев. – 3-е изд. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014 г. – 331 с.

32. Пантелеева, М.С. Маркетинговая политика предприятия как основа системного подхода к анализу его деятельности [Текст] / М.С. Пантелеева, С.М. Бороздина // Интернет-журнал «Науковедение», 2015. - №7 Том 2. [электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/marketingovaya-politika-predpriyatiya-kak-osnova-sistemnogo-podhoda-k-analizu-ego-deyatelnosti>.

33. Правила оказания услуг и продажи. Закон РФ «О защите прав потребителей [Текст]. – М.:Изд-во «Норматика», 2017. – 350с.

34. Раицкий К.А. Экономика и управление в организациях торговли [Текст] : учеб. пособие для вузов / К.А. Раицкий. – М.: Аспект Пресс, 2013. – 192 с.

35. Раицкий, К. А. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учебник / К. А. Раицкий. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 1012 с.

36. Савицкая, Г.В. Экономический анализ [Текст] : учеб. / Г.В. Савицкая. – 12-е изд., испр. и доп. – М. : Новое знание, 2013. – 651 с.

37. Савицкая, Г.В. Экономический анализ [Текст] : учеб. / Г.В. Савицкая. – 13-е изд., испр. и доп. – М. : Новое знание, 2016. – 651 с.

38. Сорокина, М.В. Менеджмент в торговле: учебник для вузов [Текст] / М.В. Сорокина. – М.: СПб.: Питер, 2017 г. – 722 с.

39. Староверова, Г.С. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Г.С. Староверова, А.Ю. Медведев, И.В. Сорокина. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2014. – 312 с.

40. Сысоева, С.В. Оперативное управление в розничной торговле [Текст] / С.В. Сысоева, Н.П. Новоселова. – СПб.: Питер, 2016. – 288 с.

41. Тарасов, Е.О. Анализ маркетинговой деятельности предприятия

[Текст] / Тарасов Е. О. - Москва : Лаборатория Книги, 2015. - 80 с.

42. Технологии маркетинговых исследований рынков товаров и услуг [Текст] : монография / Чвякин В.А., Шаройко Ф.В., Архипова О.Н., Глебова И.А.; Социально-правовой ин-т экономической безопасности (СПИЭБ). - Курск : Социально-правовой ин-т экономической безопасности, 2016. - 151с.

43. Товарная политика как основной элемент оперативного маркетинга [Текст]: Учеб. пособие / А.А. Минофьев, Н.В. Евстафьева, Н.А. Минофьева, С.Н. Хрипунов; [Науч. ред. Ю.В. Павлов]; М-во образования Рос. Федерации. Иван. гос. текстил. акад. - Иваново : Иван. гос. текстил. акад., 2012. - 103 с.

44. Хазбулатова, Б.М. Концептуальные подходы к определению маркетинговой и товарной политике предприятия [Текст]/ Б.М. Хазбулатова // Теория и практика общественного развития, 2014. - № 16. – С. 91-94.

45. Халявина, М.Л. Ассортиментная политика предприятий: анализ основных взглядов [Текст] / М.Л. Халявина // Научный журнал КубГАУ, 2012. - № 84 (10) [электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/assortimentnaya-politika-predpriyatiy-analiz-osnovnyh-vzglyadov>

46. Хойер, Д. Война за клиента. Лояльность раз и навсегда [Текст] / Д. Хойер; пер. с англ. И.В. Гродель. – Минск: «Попурри», 2016. – 112 с.

47. Шейнов, В.П. Искусство торговли: эффективная продажа товаров и услуг [Текст] / В.П. Шейнов. – М.: Харвест. – Серия «Библиотека практической психологии», 2016. – 416 с.

48. Шереметьева, Е.Н. Товарная политика розничного торгового предприятия [Текст] / Е.Н. Шереметьева, Т.Е. Степанова // Российское предпринимательство, 2013. - №4. – С. 38-43.

49. Шнорр Ж.П. Основные признаки классификации современных организаций розничной торговли [Текст] / Вестник КемГУ, 2013. - № 2 (252) Т.1. – С. 318-323.

50. Шохина, Е. И. Финансовый менеджмент [Текст] : учебное пособие

/ Е. И. Шохина. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2011. – 408 с.

51. Экономика, анализ и планирования на предприятии торговли: учебник для вузов [Текст]. – СПб.: Питер, 2016. – 560 с.

## Приложения

Приложение 1. Устав

Приложение 2. Бухгалтерский баланс за 2015 г.

Приложение 3. Отчет о прибылях и убытках за 2015 г.

Приложение 4. Отчет о прибылях и убытках за 2015 г.

Приложение 5. Отчет о расходах в торговле, общественном питании и заготовках за 2015 г.

Приложение 6. Бухгалтерский баланс за 2016 г.

Приложение 7. Отчет о прибылях и убытках за 2016 г.

Приложение 8. Отчет о прибылях и убытках за 2016 г.

Приложение 10. Расшифровка отдельных прибылей и убытков за 2016 г.

Приложение 11. Отчет о расходах в торговле, общественном питании и заготовках за 2016 г.

Приложение 12. Бухгалтерский баланс за 2017 г.

Приложение 13. Отчет о прибылях и убытках за 2017 г.

Приложение 14. Отчет о прибылях и убытках за 2017 г.

Приложение 15. Расшифровка отдельных прибылей и убытков за 2017 г.

Приложение 16. Расшифровка прочих расходов по строке 100 ф. № 2 и прочих социальных выплат за 2017 г.

Приложение 17. Пример накладной

Приложение 18. Пример счет-фактуры

Приложение 19. Пример договора-поставки

Приложение 20. Пример товарной накладной

Приложение 21. Пример договора с поставщиком на сотрудничество

Приложение 22. Пример заявления для покупки товара в кредит

Приложение 23. Пример накладной для покупки товара в кредит

Приложение 24. Пример поручения-обязательства для покупки товара в кредит

Приложение 25. Пример справки для получения товара в кредит

Приложение 26. Пример согласия на обработку персональных данных покупателя для оформления товара в кредит

Приложение 27. Оборотно-сальдовая ведомость по счету 90.2.2 за 2017 г.