

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

**Снижение издержек в розничной торговле в экономике
России на примере ООО«Верона»**

АВТОРЕФЕРАТ

Студентки 4 курса 463 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предпринимательства »
Бугулюб Марина Юрьевна

Научный руководитель

к.э.н., доцент _____ Е. В. Порезанова

Зав.кафедрой

к.э.н., доцент _____ Е.В. Огурцова

Саратов 2017

Введение. Изучение издержек обращения в сфере торговли в современных условиях хозяйствования имеет большое практическое значение. Эта проблема приобретает особую актуальность, так как результаты работы каждого предприятия, его конкурентоспособность находятся во все большей зависимости от уровня производственных затрат. Правильная организация анализа издержек обращения дает возможность выявить резервы их снижения. Анализ издержек обращения позволяет своевременно отражать производственные затраты и контролировать ход выполнения плана по издержкам обращения, расходования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Он способствует строжайшему соблюдению сметно-финансовой дисциплины и режима экономии, внедрению и управлению хозяйственным расчетом. Чтобы усилить контроль за издержками обращения торгового предприятия необходимо проанализировать каждую статью издержек обращения, что способствует более эффективному использованию всех видов ресурсов. Все вышесказанное предопределило выбор темы и обусловило ее актуальность.

Тема выпускной квалификационной работы: «Снижение издержек в розничной торговле в экономике России».

Цель выпускной квалификационной работы – разработать мероприятия для повышения эффективности работы путем снижения издержек предприятия ООО «Верона» .

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты издержек в розничной торговле ;
- исследовать особенности работы сети магазинов розничной торговли ООО « Верона» в г. Саратов;
- дать экономический анализ сети магазинов ООО «Верона»;
- найти способы сокращения издержек на предприятии ООО «Верона»;

– выработать рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «Верона».

В связи с вышесказанным предмет исследования – издержки в розничной торговле и резервы их снижения на примере ООО «Верона».

Объект исследования – Сеть розничных магазинов ООО «Верона». Теоретической основой ВКР являются законодательные и нормативные документы по вопросам формирования затрат и формирования финансовых результатов,; труды отечественных и зарубежных экономистов по изучаемому вопросу и проблеме, материалы периодической печати по теме исследования, бухгалтерская и статистическая отчетность предприятия, материалы собственных исследований.

Основное содержание работы. Таким образом, издержки в розничной торговле выражают в стоимостной форме те затраты финансовых, материальных и трудовых ресурсов, которые обеспечивают обращение товара, и которые с необходимостью несет каждое торговое предприятие в процессе доведения товара до потребителей. Издержки в розничной торговле являются элементом розничной цены, следовательно, чем меньше будут издержки, тем ниже будет цена на товар, что в условиях жесткой конкуренции позволит торговому предприятию не просто снизить расходы на реализацию, но и привлечь больше покупателей, продавая товары по выгодным ценам и увеличивая прибыль.

Издержки в розничной торговле имеют следующие показатели: абсолютная сумма, показатель экономичности, основной относительный показатель, эффект использования производственных ресурсов. Уровень издержек в розничной торговле выражается в процентах и рассчитывается в виде отношения суммы издержек к объему оборота.

Издержки в розничной торговле – важнейший оценочный показатель успешности хозяйственной деятельности торгового предприятия. Тип торгового предприятия и его местоположение влияет на издержки в

розничной торговле: торговое предприятие, расположенное на значительном удалении от поставщика товаров, будет нести более высокий уровень затрат, что связано с расходами на перевозку товара, оплатой труда, замедленным оборотом и т.д.

Издержки в розничной торговле можно разбить на две группы: чистые издержки и дополнительные издержки. Чистыми будут считаться издержки на организацию самого процесса купли-продажи товара, содержание персонала, расходы на учет. Доля таких издержек в розничной торговле составляет до 40-50%, а дополнительными издержками являются те расходы, которые обусловлены процессом преобразования производственного ассортимента товаров в торговый ассортимент: фасовка товаров, упаковка и прочее.

Снизить издержки в розничной торговле можно увеличением доли фасованных товаров, улучшением транспортных связей между предприятиями-производителями и торговыми предприятиями, сокращением непроизводительных затрат:

Можно сделать вывод, что издержки в розничной торговле – это производственные затраты предприятий торговли. По своей экономической значимости затраты торговых предприятий могут подразделяться на две части: во-первых, издержки, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения: доработка с согласия производителя, товаров, предложенных к реализации; упаковка; ассортиментный подбор; транспортировка товара; хранение и др. Во-вторых расходы, связанные с превращением товарной формы продукции, принятой на реализацию, в денежную: заработная плата работникам с начислениями; административно-управленческие расходы; уплата процентов за кредит; реклама; естественная убыль товаров др.

Для принятия окончательного решения о целесообразности дальнейшего увеличения объема розничного товарооборота необходимо сопоставить

сумму предельных издержек обращения с суммой дополнительных доходов, получаемых от продажи дополнительной партии товаров.

По способу калькуляции издержки обращения подразделяются на два вида: прямые и косвенные. Прямые расходы (затраты) непосредственно могут быть отнесены на определенный вид товара или товарную группу. Косвенные же затраты не могут быть прямо отнесены на определенный товар или товарную группу. Косвенные издержки обращения в процессе калькулирования издержек обращения распределяются между отдельными группами товаров.

Определим влияние отдельных факторов на сумму издержек обращения. К этим факторам относятся:

- изменение объема товарооборота;
- изменение структуры товарооборота;
- изменение розничных цен на реализуемые товары;
- экономия или перерасход по отдельным статьям издержек обращения.

В настоящее время учет издержек обращения занимает одно из главных мест в общей системе бухгалтерского учета. Показатель издержек обращения является одним из главных при формировании прибыли от хозяйственной деятельности предприятия. Проанализировав показатель издержек обращения можно узнать насколько рентабельна и эффективна деятельность предприятия т. е его финансовую устойчивость. .

Учет издержек обращения - это внутренняя система подведения итогов, которая должна правильно отражать итог производственной деятельности, с тем чтобы оказывать воздействие на систему внешней отчетности (низкая прибыль, низкие налоги).

В месте с тем надо отметить такой фактор, что оптимизация издержек обращения может повлиять на прирост прибыли и снижения общего количества затрат, но надо не забывать и то, что издержки неразрывно

связаны с производством и уменьшение (экономия) издержек может отрицательно повлиять на дальнейшую деятельность предприятия. По мнению многих экономистов надо ввести грамотную и просчитанную оптимизацию издержек обращения. Для многих предприятий издержки обращения являются не только показателем, при котором уменьшается денежные средства, но и стимулом к дальнейшей работе.

Значение издержек обращения заключается в следующем:

- издержки обращения являются одним из важнейших показателей результатов деятельности предприятия;
- размер издержек обращения прямо влияет на величину прибыли от продаж, поэтому соблюдение режима экономии и оптимизации издержек обращения - важнейшие факторы повышения прибыли и рентабельности деятельности торгового предприятия;
- уровень издержек обращения служит ориентиром для установления минимального размера уровня торговой надбавки;

уровень и сумма издержек обращения служит важнейшим фактором повышения конкурентоспособности предприятия.

Методология использования стратегического позиционирования сопряжена с влиянием риска. Предприятия, принявшие стратегию диверсификации продукции, принципиально подвержены большому риску, чем предприятия, ориентированные на лидерство по издержкам. В этой связи отношение к планированию и управлению издержками во втором случае более жесткое, минимизирующее риск за счет строгого соблюдения всех нормативов и плановых показателей.

В условиях стратегии диверсификации продукции предприятие часто сталкивается с необходимостью модификации существующих продуктов и (или) ввода в действия новых. В этих условиях степень неопределенности

достаточно высока по определению. Предприятие подвержено большому риску.

Стратегические цели в различных вариантах формулируются в следующем виде:

- Проникновение на рынок продукции
- Захват рынка
- Увеличение рентабельности продаж
- Рост объемов продаж
- Увеличение рыночной стоимости предприятия

3) Мониторинг издержек как средство достижения стратегических целей.

Основная задача системы мониторинга заключается в регулярной оценке состояния предприятия, используя некоторый ограниченный набор финансовых показателей в отношении издержек предприятия. Эти показатели должны наилучшим образом характеризовать состояние предприятия на ограниченном промежутке времени.

Мониторинг играет существенную роль в процессе достижения стратегических целей предприятия, что может быть представлено в виде следующей последовательности действий:

- Определение стратегических целей предприятия.
- Разработка тактических целей.
- Выбор показателей контроля эффективности деятельности предприятия.
- Определение нормативных и допустимых уровней показателей.
- Оценка и сравнение фактических значений показателей с нормативными и допустимыми уровнями.
- Принятие управленческих решений и корректирующие воздействия.
- Контроль эффективности корректирующих воздействий.

В заключение подчеркнем, что между SCM и традиционным подходом управлением издержек нет противоречий, как может показаться на первый

взгляд. Представляется, что SCM создает базовые стратегические установки для системы управления издержками, а традиционные методы «дочищают» себестоимость, в том числе используя зависимость издержек от объемов продукции.

Другими словами, SCM — это система принятия решения верхнего уровня, в то время как традиционный подход обеспечивает более детализированные технологии управления издержками.

Результаты проведенного анализа внешней и внутренней среды предприятия ООО «Верона» обобщим в виде системы цепочки ценностей М. Портера.

Цепочка ценностей компании ООО «Верона» показывает, что для беспрепятственного обеспечения ценности потребителю данное предприятие должно наладить пять процессов бизнеса:

- процесс понимания рынка (сбор и анализ информации о рынке, распространение этой информации внутри компании);
- процесс привлечения и удержания клиентов (установление и сохранение отношений с покупателями);
- процесс управления взаимодействием с клиентом (более полное понимание индивидуальных потребностей клиентов);
- процесс управления заказами (включает все виды деятельности по предоставлению услуг и продаже товаров, контроль за осуществлением платежей).

Изменение потребностей и нужд основных клиентов предприятия ООО «Верона» во многом определяют его внешнюю и внутреннюю стратегию.

На сегодняшний день состав главных требований потребителя к магазину таков:

- высокий уровень сервиса;
- высокое качество матерьяла и гоовых изделий;

- эксклюзивные дизайнерские вещи;
- быстрота выхода новых коллекций;
- разнообразие дополнительных товаров.

Конечно, у конкурентов есть ряд преимуществ, которые для многих клиентов являются значительными, например, цена на нижнее белье и дополнительные товары.

Это один из наиболее важных минусов предложения организации на региональном рынке г. Саратова, так как большая часть населения области имеет достаток ниже среднего.

Но, несмотря на это, компания ООО «Верона» имеет отличные показатели по посещаемости и по разнообразному ассортименту, товаров нижнего белья и дополнительного ассортимента другого вида.

Мероприятия, повышающие эффективность работы предприятия состоят из следующих действий:

- 1) Набор квалифицированного персонала;
- 2) Повышение окладов и фондов стимулирования;
- 3) Организация отдела маркетинга и логистики;
- 4) Заключение контрактов с несколькими поставщиками.

Реализация этих действий позволит осуществить :

1. Набор грамотных специалистов, которые будут профессионально продавать продукцию магазина и сопутствующий товар, что в свою очередь, значительно повысит качество обслуживания и увеличит товарооборот данного предприятия, что и будет являться снижением издержек .
2. Работа с разными поставщиками сделает предприятие не зависимым. И в случае возникновения не подходящих условий, предприятие может в любой момент расторгнуть договор и продолжать работать с другими поставщиками. Для изучения поставщиков и их возможностей, работники розничной торговли должны принимать участие в работе оптовых ярмарок; выставок -продаж и выставок - просмотров образцов

новых и лучших изделий, следить за рекламными объявлениями по радио и телевидению, в газетах и журналах, бюллетенях спроса и предложения, за проспектами, каталогами.

3. Для совершенствования данного предприятия необходимо открытие маркетингового отдела. В этом отделе будут находиться только опытные профессионалы, которые будут развивать маркетинговые стратегии на предприятии и продвигать товары фирмы на рынке.

Открытие отдела на предприятии позволит значительно повысить объемы продаж, проводить различные акции, что позволит дополнительно привлечь клиентов.

Все эти предложенные мероприятия будут способствовать повышению эффективности работы ООО «Верона».

Открытие маркетингового отдела позволит предприятию стать более конкурентоспособным.

Открытие отдела логистики, позволит грамотно перемещать товар, от поставщиков до места потребления, а так же значительно сократить издержки на транспортировку. Работа отдела логистики на предприятии позволит сократить себестоимость продукции, так как сократятся транспортные затраты.

При внедрении данных мероприятия у предприятие понесет небольшие затраты, связанные с покупкой мебели, компьютеров, установкой специализированных программ, наймом или обучением своего персонала.

Вместе с тем при внедрении данных мероприятий предприятие сможет почти в 2 раза повысить товарооборот данной продукции, что позволит снизить вероятность наступления определенных рисков и, следовательно, сократить общие издержки, в том числе, и издержки обращения.

Поэтому, можно сделать вывод, что предложенные мероприятия, очень выгодны и их необходимо реализовать на данном предприятии.

Заключение. В результате проведенного исследования, было выявлено, что издержки обращения выступают базой для установления торговых наценок и формирования финансовых результатов. Поэтому минимизация издержек обращения, увеличение прибыли торговых организаций, повышение эффективности их деятельности выступают в качестве основных экономических предпосылок анализа издержек обращения.

На основании изученного теоретического и эмпирического материала, можно сделать вывод, что издержки обращения представляют собой важнейший оценочный показатель деятельности торговых компаний. Именно издержки обращения позволяют определить качество и эффективность работы любой торговой фирмы. Анализ издержек обращения торговой компании позволяет своевременно выявить способы, возможности и резервы по сокращению расходов торговой организации, повысить эффективность ее работы, следовательно, получить более высокий финансовый результат. В связи с этим определяющее значение для торговой фирмы имеет правильная организация бухгалтерского учета затрат, так как именно в бухгалтерском учете формируется та часть информации о затратах, которая так необходима сегодня любой торговой фирме для принятия своевременных управленческих решений.