

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
КАФЕДРА МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, МАРКЕТИНГА, ИНВЕСТИЦИЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине
" ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ"
для студентов специальности
25 01 10 «Коммерческая деятельность»
дневной и заочной форм обучения

Брест 2007

УДК 339.14/.15(07)

Методические указания содержат подробную информацию для выполнения курсовой работы и должны способствовать повышению у студентов навыков самостоятельной работы.

Предназначены для групповых и индивидуальных занятий студентов специальности 25 01 10 «Коммерческая деятельность» дневной и заочной форм обучения.

Составители: Е. И. Ерошенко, доцент, к.т.н.
О.И. Соболева, ассистент

Рецензент: С. В. Атрохов, заместитель генерального директора по экономике и совершенствованию управления ОАО «Брестская областная база «Бакалея»

ВВЕДЕНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика предприятий торговли - это наука, изучающая и раскрывающая реально-экономический и административно-хозяйственный механизмы процесса распределения необходимых людям материально-вещественных благ, создаваемых в сфере производственной деятельности. Изучение дисциплины закладывает целый комплекс экономических знаний, в целом необходимых каждому экономисту независимо от его специальности и места работы.

Целью курса «Экономика предприятий торговли» является изучение:

- основных тенденций развития торговли;
- видов организационно-правовых форм торговых предприятий;
- форм кооперации в торговле;
- особенностей осуществления бытовой и снабженческой деятельности торговых предприятий;
- законодательных актов, регулирующих деятельность на всех стадиях экономического цикла жизнедеятельности субъекта хозяйствования;
- опыта функционирования торговых предприятий в РБ, России, Западной, Восточной Европе.

Задачи курса:

- овладение современной экономической терминологией;
- овладение инструментарием, позволяющим оценить эффективность деятельности предприятия торговли;
- изучение методов и средств достижения успеха в рыночной экономике;
- изучение организации экономической и коммерческой работы в Беларуси и странах зарубежья.

2. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Введение

1. Анализ структуры и динамики товарооборота
 - 1.1. Анализ структуры товарооборота
 - 1.2. Анализ динамики товарооборота
 - 1.3. Планирование объема товарооборота
 - 1.4. Распределение запланированного объема товарооборота по кварталам с учетом индексов сезонности
 - 1.5. Анализ товарооборачиваемости
 2. Бытовая деятельность торгового предприятия
 - 2.1. Анализ ассортиментной политики предприятия
 - 2.2. Планирование сбыта
 3. Анализ финансовых результатов предприятия
 - 3.1. Анализ динамики прибыли
 - 3.2. Анализ динамики рентабельности
 - 3.3. Планирование прибыли и рентабельности с учетом изменения спроса
- Заключение

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Общие требования к работе

Курсовая работа должна быть выполнена на основе задания, выданного преподавателем. Соблюдение вариантов обязательно. Работа оформляется по стандарту университета. Каждый подраздел должен содержать теоретические аспекты рассматриваемых вопросов, подробные расчеты, а также выводы или рекомендации.

Введение

Введение должно раскрывать актуальность темы, содержать цели и задачи курсовой работы.

1 Анализ структуры и динамики товарооборота

1.1 Анализ структуры товарооборота

В данном подразделе курсовой работы необходимо дать определение розничного и оптового товарооборота, описать актуальность и необходимость анализа структуры товарооборота. Требуется рассчитать объем годового товарооборота предприятия в денежном выражении (табл. 1) на основе исходных данных приложения (табл. П.1; П.2).

Таблица 1.1 Расчет годового товарооборота предприятия

Наименование товаров	Объем годового потребления, штук, пар	Годовое потребление на X тыс. семей (мужчин, женщин, мальчиков, девочек), тыс. пар, шт.	Цена ед. товара, тыс. руб	ТО, млн. руб
1	2	3	4	5
Всего				сумма

Пояснения к таблице:

1. Наименования товаров и объем годового потребления переносятся из приложения (табл. П.1; П.2) в соответствии с заданным вариантом.
2. Годовое потребление на X тыс. семей (мужчин, женщин, мальчиков, девочек) рассчитывается путем умножения объема годового потребления товара на количество семей (мужчин, женщин, мальчиков, девочек) заданного по варианту.
3. Цена единицы товара задается исходя из фактических цен предприятий розничной торговли.
4. Товарооборот по отдельным наименованиям товаров рассчитывается путем умножения цены единицы товара на годовое потребление этого товара. Товарооборот по предприятию находится путем суммирования товарооборота по каждому товару.

Необходимо выполнить анализ структуры товарооборота путем оценки выделенных ассортиментных групп:

- по ассортиментным разновидностям (обувь, одежда, мебель, товары бытового назначения, товары хозяйственного назначения и проч.);
- по сезонности (товары зимнего, летнего ассортимента, демисезонные и неподверженные сезонным колебаниям);
- по полу (товары для мужчин, женщин, мальчиков, девочек);
- по возрасту;
- по цене;
- по поставщикам и иным направлениям, по которым имеется информация.

Требуется определить объем и удельный вес каждой товарной группы, отобранной по вышеназванным направлениям в общем объеме товарооборота, на основе полученной информации построить круговые диаграммы и сделать вывод.

Пример

Годовой товарооборот по товарам для женщин составит 28781,48млн. руб. (70% общего объема товарооборота), годовой товарооборот по товарам для мальчиков – 12556,03млн. руб. (30% общего объема товарооборота), годовой товарооборот по предприятию – 41337,51млн. руб. (рис. 1.1). Доля товаров для женщин в общем объеме товарооборота предприятия превалирует. Это объясняется более высокой стоимостью и большей ассортиментной разновидностью товаров для женщин.

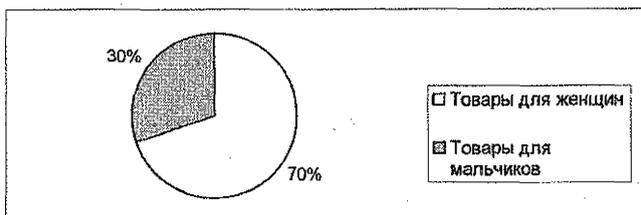


Рис. 1.1 Ассортиментная структура годового товарооборота предприятия

Ассортимент предприятия представлен одеждой и обувью для женщин и мальчиков (табл. 1.1), причем одежда составляет 69,6% общего объема товарооборота, обувь – 30,4%. В товарной группе «Одежда» основную массу занимает одежда для женщин – 57,4%, что в 4,7 раза больше доли, занимаемой одеждой для мальчиков (12,3% общего объема товарооборота). В товарной группе «Обувь» также превалирует доля товаров для женщин (20% общего объема товарооборота, тогда как обувь для мальчиков – 10,4%), превышение составляет 1,9 раза (рис.1.2).

Таблица 1.2 Анализ товарооборота по товарным группам

Наименование ассортиментной группы	Годовой ТО, млн. руб.	Удельный вес ассортиментной группы
1	2	3
Одежда, в т.ч.	28781,48	69,6%
одежда для женщин	23715,58	57,4%
одежда для мальчиков	5065,90	12,3%
Обувь, в т.ч.	12556,03	30,4%
обувь для женщин	8268,63	20,0%
обувь для мальчиков	4287,40	10,4%
Всего	41337,51	100,0%

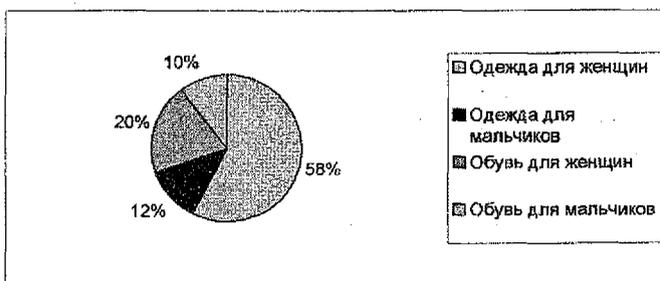


Рис. 1.2 Товарные группы, предлагаемые торговым предприятием

1.2 Анализ динамики товарооборота

Анализ динамики товарооборота позволяет выявить тенденции и темпы изменения объемов продаж, определить причины роста либо уменьшения (если они имеются) товарооборота и наметить пути разрешения сложившейся ситуации. Показатели для выполнения анализа заносятся в таблицу 1.2.

Таблица 1.3 Анализ динамики товарооборота

Год	Товарооборот в фактических ценах (млн. руб.)	Индексы цен	Товарооборот в сопоставимых ценах, (млн. руб.)	Показатели анализа, %				
				Тр ^б	Тр ^ч	Тпр ^б	Тпр ^ч	Тпр ^г
T								
T+1								
T+2								
T+3								
T+4								
T+5								

Пояснения к таблице:

1. Динамический ряд показателя товарооборота за шесть лет в фактических ценах определяется согласно варианту, выданному преподавателем.
2. Индексы цен определяются исходя из фактических значений потребительских цен за шесть лет, включая год анализа (значение года T принять за базисное).

Пример

Расчет индексов цен (на основе данных программы Консультант Плюс – расчетные индикаторы – индексы потребительских цен)

Индексы потребительских цен	Величина, %	
1. За декабрь 2000г. по сравнению с декабрем 1999г.	207,5%	2,075
2. За декабрь 2001г. по сравнению с декабрем 2000г.	146,1%	1,461
3. За декабрь 2002г. по сравнению с декабрем 2001г.	134,8%	1,348

И т.д.

Расчет:

$$I_{2000} = 1;$$

$$I_{2001} = 1,461;$$

$$I_{2002} = I_{2002/2001} * I_{2001/2000} = 1,348 * 1,461 = 1,969;$$

и т.д.

Индексы цен, приведенные к базисным ценам 2000г.

Индекс 2000г.	1
Индекс 2001/2000	1,461
Индекс 2002/2000	1,969

3. Товарооборот в сопоставимых ценах определяется путем деления фактического значения товарооборота на индекс цен.
4. Рассчитывают следующие показатели анализа:
 - ✓ Базовый и цепной темпы роста

$$T_p = \frac{TO_{t+1}}{TO_{(t)}} * 100\%, \quad (1.1)$$

где Тр – темп роста, %;

TO_{t+1} – товарооборот в последующем (отчетном) периоде, руб.;

TO_(t) – товарооборот в предыдущем (базисном) периоде, руб.

- ✓ Базовый и цепной темпы прироста

$$T_{\text{пр}} = \frac{TO_i + 1 - TO_i(\bar{t})}{TO_i(\bar{t})} * 100\%, \quad (1.2)$$

где $T_{\text{пр}}$ – темп прироста, %

- ✓ Среднегодовой темп роста

$$T_{\text{р}}^{\text{ср.г.}} = i - 1 \sqrt[i]{\frac{TO_i}{TO_{\bar{t}}}} * 100\%, \quad (1.3)$$

где $T_{\text{р}}^{\text{ср.г.}}$ – среднегодовой темп роста, %;

i – число лет в периоде.

При проведении анализа товарооборота важно определить базисный год. В курсовой работе за базовый период принимается период T .

Необходимо:

1) сравнить динамику товарооборота в фактических и сопоставимых ценах, построить график зависимости товарооборота в фактических и сопоставимых ценах от времени в одной системе координат, сделать соответствующие выводы;

2) рассчитать указанные показатели анализа, сделать соответствующие выводы, построить график зависимости среднегодового темпа роста товарооборота от времени.

Для оценки равномерности развития товарооборота выполняется анализ равномерности продаж по торговому предприятию за период с T по $T+5$ год на основе коэффициента равномерности.

$$K_{\text{равн}} = 100 - v, \quad (1.4)$$

где $K_{\text{равн}}$ – коэффициент равномерности;

v – коэффициент вариации или неравномерности.

$$v = \frac{\sigma \times 100}{TO} \quad (1.5)$$

где σ – среднее квадратическое отклонение;

TO – средний товарооборот за период.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (TO_i - \bar{TO})^2}{n}} \quad (1.6)$$

где TO_i – товарооборот i -го периода;

n – число изучаемых периодов.

По полученным значениям делается вывод.

1.3 Планирование объема товарооборота на $T+6$ год

Планирование товарооборота выполняется на основе прогноза. Прогнозное значение товарооборота определяется с помощью прогнозного метода, выбранного по варианту.

Раздел должен содержать:

- 1) подробное описание используемой методики прогноза;
- 2) расчет достоверности результата;

- 3) графики (если позволяет метод);
- 4) развернутое обоснование принятого значения планового показателя товарооборота, основываясь на реальности достижения конечного результата, полученного при прогнозировании.

В качестве данных для расчета используются *сопоставимые* показатели товарооборота.

1.4 Распределение запланированного объема товарооборота по кварталам с учетом индексов сезонности

В курсовой работе, для выполнения распределения объема товарооборота Т+6 года по кварталам с учетом индексов сезонности, будем исходить из предположения о том, что сезонная структура ассортимента сохранилась на уровне предыдущего Т+5 года. В разделе 1.1 при выполнении анализа структуры товарооборота по сезонам были определены удельные веса товаров зимнего, летнего, демисезонного и несезонного ассортимента в общем объеме товарооборота. На основе этих данных *необходимо*:

1) определить объемы сезонных групп в денежном выражении в сопоставимых ценах для товарооборота Т+5 периода;

2) самостоятельно распределить объемы продаж каждой сезонной группы по месяцам, исходя из предположения о том, что на спрос влияет только этот фактор. Определение ежемесячных продаж по предприятию в целом производится путем суммирования распределенных значения товарооборота за соответствующий месяц по летним, зимним, демисезонным и несезонным ассортиментным разновидностям. Полученная волна служит основой для определения индексов сезонности за каждый месяц по формуле, рассмотренной ниже;

3) построить графики сезонной волны продаж для каждой сезонной группы и в целом по предприятию;

4) построить график распределения товарооборота Т+6 года по кварталам с учетом индекса сезонности.

Все расчеты производятся в таблице 1.3

Таблица 1.4 Расчет индексов сезонности

Месяц	ТО _{Т+5} зимнего ассорт., млн. руб.	ТО _{Т+5} летнего ассорт., млн. руб.	ТО _{Т+5} демисезонный, млн. руб.	ТО _{Т+5} вне-сезонный, млн. руб.	ТО _{Т+5} по предприятию за мес., млн. руб.	Индекс сезонности*	ТО _{Т+6} по кварталам, млн. руб.
1	2	3	4	5	6	7	8
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
Итого							
Среднемесячный ТО, млн. руб.							

*Во время распределения могут возникнуть погрешности. Требуется, чтобы сумма всех индексов сезонности была равна 12. Если возникают отклонения, необходимо провести корректировку значений.

Например: сумма индексов сезонности составила 11,6. Отклонение составило 0,4. Необходимо 0,4 разделить на двенадцать и полученное значение прибавить к каждому индексу сезонности, полученному первоначально. Аналогичные мероприятия проводятся, если сумма индексов сезонности превышает двенадцать, только сумму корректировки отнимают от каждого значения индекса сезонности.

Для измерения сезонных колебаний спроса населения используют индексы сезонности ($I_{сез}$)

$$I_{сез} = \frac{ТО_i}{ТО_{ср}} \quad (1.7)$$

где $ТО_i$ – фактический объем продаж соответствующего месяца;
 $ТО_{ср}$ – среднемесячный товарооборот.

Пример графиков сезонной волны продаж

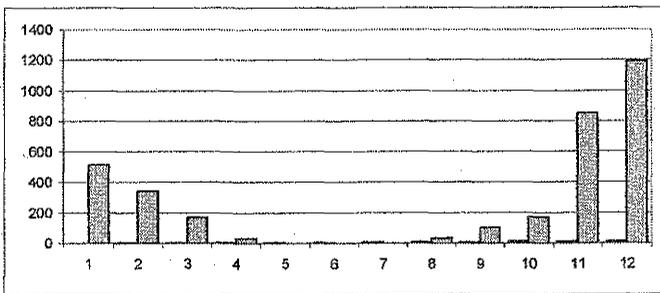


Рис. 1.3 Сезонная волна продаж товаров зимнего ассортимента, млн. руб.

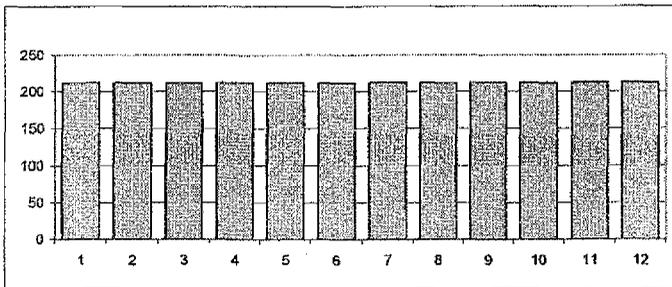


Рис. 1.4 Сезонная волна продаж товаров, не подверженных сезонным колебаниям, млн. руб.

Получив окончательные значения, делаются выводы:

- 1) о сезонных изменениях продаж по торговому предприятию;
- 2) предлагаются различные мероприятия по снижению возможных негативных последствий;
- 3) анализируется сезонность продаж запланированного товарооборота на T+6 год.

1.5 Анализ товарооборачиваемости

В данном подразделе курсовой работы необходимо дать определение товарных запасов и товарооборачиваемости, обосновать необходимость формирования товарных запасов.

Анализ товарооборачиваемости выполняется на основе данных Т+5 года в сопоставимых ценах. Расчет производится в таблице 1.4.

При заполнении таблицы 1.4 используются следующие формулы:

$$T_{обдн} = T_{год}/360, \quad (1.8)$$

где $T_{обдн}$ - фактический однодневный товароборот, руб.;
 $T_{год}$ - годовой фактический товароборот, руб.;
 360 - количество дней в году.

$$T_{обнорм.} = 360/НТЗ_{дн}, \quad (1.9)$$

где $T_{обнорм.}$ — товарооборачиваемость нормативная, оборотов;
 $НТЗ_{дн}$ - норматив товарных запасов, дней.

$$T_{обфакт.} = T_{год}/НТЗ_{руб} \quad (1.10)$$

где $T_{обфакт.}$ — товарооборачиваемость при нормативном запасе и фактическом обороте, оборотов;
 $НТЗ_{руб}$ — норматив товарных запасов, руб.

Таблица 1.5 Анализ влияния товарооборота и товарных запасов на товарооборачиваемость по торговому предприятию за отчетный Т+5 год

Товарооборот, млн. руб.		Норматив товарных запасов		Товарооборачиваемость, обороты	
Годовой	Дневной	В днях	В млн. руб.*	Нормативная	При нормативном товарном запасе и фактическом товарообороте
1	2	3	4	5	6
		по варианту			

*Для четных вариантов норматив товарных запасов в денежном выражении рассчитывается как произведение норматива товарных запасов минус 2 и дневного товарооборота ($НТЗ_{руб} = T_{обдн} * (НТЗ_{дн} - 2)$, руб.). Для нечетных вариантов – произведение норматива товарных запасов плюс 3 и дневного товарооборота ($НТЗ_{руб} = T_{обдн} * (НТЗ_{дн} + 3)$, руб.)

Анализируя данные, полученные в таблице 1.4, необходимо:

- 1) сделать вывод об ускорении (замедлении) товарооборачиваемости;
- 2) определить размеры высвобожденных или вовлеченных средств, вследствие ускорения или замедления товарооборачиваемости;
- 3) дать рекомендации по улучшению динамики показателя.

Размер высвобожденных (вовлеченных средств) (ВС) рассчитывается по формуле:

$$BC = (T_{обфакт.} - T_{обнорм.}) * НТЗ_{руб} \quad (1.11)$$

где $T_{обфакт.}$, $T_{обнорм.}$ – соответственно фактическая и нормативная товарооборачиваемость, обороты;
 $НТЗ$ – норматив товарных запасов, руб.

Пример

Анализ таблицы 1.2 показал, что фактическая товарооборачиваемость (19 оборотов) выше нормативной (17 оборотов), т.е. оборотные средства торгового предприятия расходуются эффективно. Происходит высвобождение оборотных средств за счет ускорения оборачиваемости. Рассчитаем высвобождение оборотных средств:

$$BC = (T_{обфакт.} - T_{обнорм.}) * НТЗ_{руб} \quad (1.12)$$

где $T_{обфакт.}$, $T_{обнорм.}$ – соответственно фактическая и нормативная товарооборачиваемость, обороты;
 $НТЗ_{руб}$ – норматив товарных запасов, руб.

$$BC = (19 - 17) * 714,4 = 1428,8 \text{ млн. руб.}$$

Таблица 1.6 Анализ влияния товарооборота и товарных запасов на товарооборачиваемость по торговому предприятию за отчетный период (Т+5)

Товарооборот, млн. руб.		Норматив товарных запасов		Товарооборачиваемость, обороты	
Годовой	Дневной	В днях	В млн. руб.	Нормативная	При нормативном товарном запасе и фактическом товарообороте
1	2	3	4	5	6
13548,84	37,6	21	714,4	17	19

Таким образом, за счет ускорения реализации товарных запасов предприятия высвобождается 1428,8 млн. руб., а также обеспечивается выполнение производственной программы и объема розничного товарооборота, ускоряется обновление товарных запасов. У предприятия появляется возможность расширения деятельности либо реализации маркетинговых мероприятий за счет высвобожденных средств.

2 Сбытовая деятельность торгового предприятия

2.1 Анализ ассортиментной политики торгового предприятия

В данном подразделе курсовой работы необходимо:

- 1) дать определение ассортиментной политики предприятия;
- 2) дать определение ассортиментной концепции;
- 3) определить цели ассортиментных концепций.

Важный элемент ассортиментной политики – изъятие из программы неэффективных товаров. Изыматься могут товары, морально устаревшие и экономически неэффективные, хотя и, возможно, пользующиеся некоторым спросом. Принятию решения об изъятии или оставлении товара в программе предприятия предшествует оценка качества показателей каждого товара на рынке. При этом необходимо учитывать объединенную информацию со всех рынков, где они реализуются, чтобы установить реальный объем продаж и уровень рентабельности (прибыльности) в динамике, которые обеспечивает каждый из его товаров.

Исчерпавший свои рыночные возможности товар, вовремя не изъятый из программы, приносит большие убытки, требуя несоразмерно получаемым результатам затрат средств, усилий и времени. Поэтому, если торговое предприятие не будет иметь четкой системы критериев изъятия товаров из сбытовой программы и не будет систематически проводить анализ реализуемых товаров, то его ассортимент неизбежно окажется "перегруженным" неэффективными изделиями со всеми вытекающими отсюда отрицательными последствиями.

В связи с недостатком информации, позволяющей сформировать эффективную ассортиментную политику торгового предприятия, в курсовой работе студентам предлагается выполнить ряд отдельных этапов формирования ассортиментной политики.

Необходимо выполнить следующее:

1. Выполнить анализ ассортимента предприятия и выделить из ассортиментной структуры не менее 3-х наименований товаров, не соответствующих, по мнению студента, современным вкусам и предпочтениям, а также неэффективных для реализации по другим причинам.

2. Выполнить обоснование необходимости вывода их ассортиментной структуры.

3. Рассчитать объем высвобожденных из оборота средств.
4. Разработать не менее трех предложений по обновлению ассортимента.
5. Рассчитать объем средств, необходимых для введения новых товаров.
6. Выполнить обоснование необходимости введения товаров или товарных групп в ассортимент предприятия, используя ряд критериев приведенных в приложении (табл. П.5).
7. На основе балльной оценки сделать вывод о наиболее эффективной ассортиментной инновации (табл. П.6).

Расчет объема высвобождаемых и вовлекаемых средств производится по формулам 2.1 – 2.4.

$$TO = O \cdot Ч \cdot Ц, \quad (2.1)$$

где TO – товарооборот по i -му товару, руб.;
 O – объем годового потребления, пар, шт.;
 $Ч$ – численность населения, чел.;
 $Ц$ – розничная цена товара, руб.

$$TO_{год} \text{ (по себ.)} = TO \cdot (100 - TN) / 100, \quad (2.2)$$

где $TO_{год} \text{ (по себ.)}$ – годовой товарооборот по себестоимости, руб.;
 TN – торговая надбавка, %.

$$TO_{дн. \text{ (себ.)}} = TO_{год} \text{ (себ.)} / 360, \quad (2.3)$$

где $TO_{дн. \text{ (по себ.)}}$ = товарооборот дневной по себестоимости, руб.;
 360 – количество дней в году.

$$BC = TO_{дн. \text{ (себ.)}} \cdot НТЗ, \quad (2.4)$$

где BC – высвобождение (вовлечение) оборотных средств, руб.;
 $НТЗ$ – норматив товарных запасов, дни.

Пример

Определим объем высвобождаемых оборотных средств в результате исключения товаров из ассортимента в таблице 2.1. Расчет производится по формулам 2.1 – 2.4, а также исходя из следующих данных:

- торговая надбавка по предприятию составляет 18% (устанавливается студентом самостоятельно);
- норматив товарных запасов 27 дней (по варианту);
- на основании вышеописанного из ассортимента будет выведено платье шерстяное женское по цене 120 тыс. руб., с объемом годового потребления 0,25 шт., численность населения по варианту – 7 тыс. женщин; платье синтетическое женское по цене 90 тыс. руб., с объемом годового потребления 0,33 шт.; шапка меховая женская по цене 210 тыс. руб., с объемом годового потребления 0,125 шт.

Таблица 2.1 Расчет количества высвобождаемых средств

Показатели	Платье шерстяное	Платье синтетическое	Шапка меховая	Итого
1	2	3	4	5
$TO_{год}$ (по себестоимости), млн. руб.	172,2	170,5	150,7	
$TO_{дн.}$ (по себестоимости), млн. руб.	0,48	0,47	0,42	
Высвобождение оборотных средств, млн. руб.	12,92	12,79	11,30	37,01

Анализ таблицы 2.1 показал, что при выведении из ассортимента вышеперечисленных товаров одновременно произойдет высвобождение средств из оборота в размере 37,01 млн. руб.

Расчет размера вовлекаемых средств при введении товаров в ассортимент производится аналогичным образом.

2.2 Планирование сбыта

В данном подразделе курсовой работы необходимо дать определение розничным предприятиям различной товарной специализации:

- специализированным;
- смешанным;
- узкоспециализированным;
- комбинированным;
- универсальным.

Выполнить сравнительный анализ эффективности реализации товара или товарной группы, выбранной в пункте 2.1 через розничные предприятия различной товарной специализации. Причем, анализ можно проводить как в произвольной форме, так и в форме оценки по критериям аналогично п.2.1.

Необходимо в качестве критериев для сравнения включить показатели товарооборачиваемости, затратно-емкости и т. п. (не менее 5).

Пример

1. В произвольной форме.

При реализации товара, выбранного в п.2.1. (ботинки мужских), наибольшее предпочтение вызывает специализированный магазин, обеспечивающий достаточное представление нашего товара по широте и глубине ассортимента. Ботинки мужские в специализированном магазине будут представлены разнообразным размерным, модельным и ценовым рядом, что позволит потребителю выбрать, исходя из своих индивидуальных пожеланий и возможностей. Более того, товарооборачиваемость специализированного магазина достаточно быстрая, практически такая же, как и товарооборачиваемость узкоспециализированного магазина, и во многом превышающая товарооборачиваемость предприятий другой товарной специализации. Одним из неоспоримых преимуществ специализированного магазина является то, что он может располагаться в любых районах города, обеспечивая тем самым максимальный приток потребителей. Если говорить о затратно-емкости реализации ботинок мужских через специализированный магазин, то она минимальна, поскольку нет необходимости в специальном оборудовании для реализации товара, подготовке и обучении работников, организации завоза, складирования и создания специальных условий хранения товара. Рекламные мероприятия, проводимые специализированным магазином, могут быть направлены как на рекламу самого магазина, так и на рекламу отдельных ассортиментных разновидностей. Маркетинговые мероприятия могут выражаться в поощрении к комплексной покупке, проведении сезонных распродаж, скидок, предоставлении беспроцентного кредита. Специализированный магазин может предоставлять дополнительные услуги в виде ремонта и подгонки обуви по желанию потребителей, а также производить реализацию отсутствующих товаров.

Описание достоинств и недостатков предприятий торговли других форм специализации проводится аналогично.

2. В табличной форме (аналогично п.2.1)

1. Выполнить обоснование возможности реализации выбранного товара через ряд предприятий торговли различной товарной специализации, используя ряд критериев.
2. На основе балльной оценки сделать вывод о наиболее предпочтительном предприятии торговли.

3 Анализ финансовых результатов предприятия

В данном разделе курсовой работы необходимо:

- 1) дать определение финансовых результатов деятельности предприятия;
- 2) обосновать необходимость анализа финансовых результатов;
- 3) определить факторы, влияющие на изменение прибыли и рентабельности в году T+5 по сравнению с годом T+4 (не менее десяти);

4) обосновать изменение факторов, влияющих на динамику прибыли и рентабельности (вывод по табл. 3.1).

Анализ финансовых результатов предприятия производится за период с Т+4 по Т+5.

Исходные данные для выполнения факторного анализа заносятся в табличную форму (табл. 3.1).

Пример

Таблица 3.1 Исходные данные к анализу динамики прибыли и рентабельности, млн. руб.

Показатели	Т+4	Т+5	Темп изменения, %
1	2	3	4
Товарооборот	11267,22	13548,84	120%
Затраты на закупку	9464,46	11168,06	118%
Издержки обращения, в т.ч.:	766,19	1015,80	133%
аренда помещения	76,62	132,10	172%
расходы на отопление, освещение	38,31	59,76	156%
содержание оборудования	38,31	41,37	108%
расходы на хранение, сортировку, упаковку	76,62	71,13	93%
заработная плата	268,16	375,98	140%
социальное обеспечение работников	93,86	131,59	140%
транспортные расходы	114,93	101,14	88%
расходы на рекламу	59,38	102,73	173%
Прибыль	1036,57	1364,97	132%
Рентабельность, %	9,20%	10,07%	110%

Пояснения к таблице:

1. Товарооборот переносится из табл. 1.2 в сопоставимых ценах.
2. Затраты на закупку определяются исходя из уровня торговой надбавки, определенной для данного предприятия (самостоятельно), причем обосновывается изменение уровня торговой надбавки в году Т+4 по сравнению с годом Т+5.

$$З_{\text{зак}}^T = \frac{ТО^T * (100 - ТН^T \%)}{100} \quad (3.1)$$

где $З_{\text{зак}}^T$ – затраты на закупку в году Т, руб.;
 $ТО^T$ – товарооборот года Т, руб.;
 $ТН^T\%$ – торговая надбавка года Т, %;

3. Издержки обращения определяются исходя из уровня издержек обращения по варианту.

$$ИО^T = \frac{ТО^T * У_{\text{ио}}^T}{100} \quad (3.2)$$

где $ИО^T$ – издержки обращения в году Т, руб.;
 $ТО^T$ – товарооборот года Т, руб.;
 $У_{\text{ио}}^T$ – уровень издержек обращения года Т, %;

4. Общая сумма издержек обращения распределяется студентом самостоятельно. Количество статей должно быть не меньше восьми. Распределение сумм должно быть корректно, необходимо отметить основные статьи расходов предприятия.

Выводы

Основными факторами динамики финансовых результатов деятельности предприятия стали товарооборот, затраты на закупку, издержки обращения (в разрезе статей). В году T+4 по сравнению с годом T+5 произошел рост товарооборота на 20%. Рост товарооборота закономерен:

- в T+5 периоде предприятие провело активную рекламную кампанию предприятия и ряда основных товарных групп, тем самым, увеличив затраты на рекламу на 73%;
- предприятие расширило объем своих торговых площадей, в результате чего выросли затраты на аренду на 72%, расходы на отопление освещение на 56%;
- предприятие закупило новое оборудование, увеличив тем самым затраты по содержанию оборудования на 8%;
- в результате приобретения нового оборудования затраты на хранение, сортировку, упаковку резко снизились на 7%;
- произошло увеличение штата работников и повысилась заработная плата, что привело к росту затрат на оплату труда и отчислений на социальные нужды на 40%;
- предприятие пересмотрело свои договоры на поставку продукции и заключило договоры с новыми поставщиками, что позволило увеличить торговую надбавку на 2% и сократить транспортные расходы на 12%, однако затраты на закупку выросли на 18% за счет роста товарооборота.

Влияние вышеперечисленных факторов привело к росту прибыли предприятия в T+5 году по сравнению с T+4 годом на 32% и росту рентабельности на 10% (табл. 3.1).

3.1 Анализ динамики прибыли

В данном подразделе курсовой работы необходимо:

- 1) произвести факторный анализ прибыли;
- 2) сделать выводы о факторах, влияющих на изменение прибыли.

Факторный анализ прибыли проводится на основании предположения о том, что динамика факторов, влияющих на *рост* прибыли, *не превышает динамику товарооборота*, в противном случае, факторы обеспечат падение прибыли.

Расчет влияния факторов на динамику прибыли производится на основании следующих формул:

$$Вл = 3 (T+4)^{Тр_{то}} - 3 (T+5), \quad (3.3)$$

где Вл – влияние фактора (в общем случае), руб.;
Тр_{то} – темп роста товарооборота, доли;
3 (T+4), 3 (T+5) – соответственно затраты T+4 и T+5 периодов, руб.

$$Вл_{то} = [ТО_{T+5} - ТО_{T+4}] * R_{р.г.}, \quad (3.4)$$

где Вл_{то} – влияние изменения товарооборота (определяется, исходя из предположения, что рентабельность в отчетном году останется на уровне значения прошлого года), руб.;
R_{р.г.} – рентабельность прошлого года, доли.

Результаты расчетов оформляются в таблицу 3.2.

Пример

Таблица 3.2 Анализ влияния затрат на динамику прибыли

Факторы, влияющие на динамику прибыли	Влияние, млн. руб.
1	2
Товарооборот	209,91
Затраты на закупку	212,96
Издержки обращения, в т.ч.:	-94,46
аренда помещений	-39,96
расходы на отопление, освещение	-13,70
содержание оборудования	4,69
расходы на хранение, сортировку, упаковку	21,01
заработная плата	-53,52
социальное обеспечение работников	-18,72
транспортные расходы	37,07
расходы на рекламу	-31,32
Итого, факторов, увеличивающих прибыль	485,63
Итого, факторов, уменьшающих прибыль	-157,22
Общее влияние	328,41

Расчет показателей, приведенных в таблице 3.2, производится следующим образом:

1) рост товарооборота на 20% привел к росту прибыли на 209,91 млн. руб.

$(13548,84 - 11267,22) \cdot 9,2/100 = 209,91$ млн. руб.

2) темп роста затрат на закупку составил 18%, что ниже темпа роста товарооборота, следовательно, рост затрат на закупку в Т+5 периоде по сравнению с Т+4 периодом окажет положительное влияние на прибыль. Иными словами, прибыль вырастет на 212,96 млн. руб. за счет роста затрат на закупку.

$766,19 \cdot 120/100 - 11168,06 = 212,96$ млн. руб.

3) рост издержек обращения на 33% снизит прибыль на 94,46 млн. руб.

$766,19 \cdot 120/100 - 1015,80 = -94,46$ млн. руб.

4) затраты на аренду выросли на 72% в Т+5 периоде, что снизило прибыль на 39,96 млн. руб.

$76,62 \cdot 120/100 - 132,10 = -39,96$ млн. руб.

и т.д.

Общее влияние факторов (328,41 млн. руб.) равно изменению прибыли в Т+5 периоде по сравнению с Т+4 периодом (1364,97 млн. руб. - 1036,57 млн. руб.).

3.2 Анализ динамики рентабельности

В данном подразделе курсовой работы необходимо:

1) произвести факторный анализ рентабельности;

2) сделать выводы о факторах, влияющих на изменение рентабельности.

Факторный анализ рентабельности проводится путем использования *метода цепной подстановки*. Метод основан на последовательной подстановке в формулу рентабельности реализации значений факторов Т+5 года, заменяя ими соответствующие значения Т+4 года. Сопоставление каждого полученного значения рентабельности с предыдущим значением рентабельности позволяет определить влияние подставленного фактора на изменение рентабельности.

Расчет влияния факторов на динамику рентабельности производится на основании следующих формул:

$$R_{\text{фактора } i} = ((TO_{T+5} - Z_{T+4} - IO_{T+4}) / TO_{T+5}) \cdot 100\%, \quad (3.5)$$

$$\text{Влияние фактора } i = R_{\text{фактора } i} - R_{\text{фактора } i-1}, \quad (3.6)$$

где $TO_{T+4, T+5}$ - товарооборот Т+4 и Т+5 года соответственно, руб.;

Z_{T+4} - затраты на закупку Т+4 года, руб.;

ИО_{T+4} – издержки обращения T+4 года, руб.;

R_{фактора i} – рентабельность с учетом изменения фактора i (статьи издержек обращения), %;

R_{фактора i-1} – рентабельность с учетом изменения предыдущего фактора (i-1), %.

Результаты расчетов оформляются в таблицу 3.3.

Пример

Рентабельность T+4 года составила:

$$[(TO_{T+4} - Z_{T+4} - IO_{T+4}) / TO_{T+4}] * 100\% = [(11267,22 - 9464,46 - 766,19) / 11267,22] * 100\% = 9,2\%$$

Рентабельность T+5 года составила:

$$[(TO_{T+5} - Z_{T+5} - IO_{T+5}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 11168,06 - 1015,80) / 13548,84] * 100\% = 10,07\%$$

Определим факторы роста рентабельности на 0,87% (10,07 – 9,2) в T+5 году по сравнению с годом T+4.

Определение влияния роста товарооборота на 20% в T+5 периоде по сравнению с T+4 периодом на динамику рентабельности будет выглядеть следующим образом:

$$R_{TO} = [(TO_{T+5} - Z_{T+4} - IO_{T+4}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 9464,46 - 766,19) / 13548,84] * 100\% = 24,49\%, \\ \text{Влияние } TO = R_{TO} - R_{T+4} = 24,49 - 9,2 = 15,29\%,$$

где R_{TO} – рентабельность с учетом изменения товарооборота, %.

За счет роста товарооборота рентабельность реализации выросла на 15,29%.

Определение влияния изменения затрат на закупку на динамику рентабельности выглядит так:

$$R_3 = [(TO_{T+5} - Z_{T+5} - IO_{T+4}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 11168,06 - 766,19) / 13548,84] * 100\% = 11,92\%, \\ \text{Влияние } Z = R_3 - R_{TO} = 11,92 - 24,49 = -12,57\%,$$

где R₃ – рентабельность с учетом изменения затрат на закупку, %.

За счет роста затрат на закупку на 18% (с 9464,46млн. руб. до 11168,06млн. руб.) рентабельность реализации упала на 12,57%.

Влияние изменения издержек обращения:

$$R_{IO} = [(TO_{T+5} - Z_{T+5} - IO_{T+5}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 11168,06 - 1015,80) / 13548,84] * 100\% = 10,07\%,$$

$$\text{Влияние } IO = R_{IO} - R_3 = 10,07 - 11,92 = -1,85\%,$$

где R_{IO} – рентабельность с учетом изменения издержек обращения, %.

За счет роста издержек обращения на 33% в T+5 году по сравнению с T+4 годом рентабельность реализации упала на 1,85%.

Влияние изменения затрат на аренду помещения:

$$R_{ap} = [(TO_{T+5} - Z_{T+5} - Z^{T+5}_{ар} - Z^{T+5}_{от} - Z^{T+5}_{соп.об.} - Z^{T+5}_{xp} - Z^{T+5}_{зн} - Z^{T+5}_{соп.об.} - Z^{T+5}_{тр} - Z^{T+5}_{рекл.}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 11168,06 - 132,1 - 38,31 - 38,31 - 76,62 - 268,16 - 93,86 - 114,93 - 59,38) / 13548,84] * 100\% = 11,51\%,$$

$$\text{Влияние } ap = R_{ap} - R_3 = 11,51 - 11,92 = -0,41\%,$$

где R_{ap} – рентабельность с учетом изменения затрат на аренду помещения, %.

За счет роста затрат на аренду помещения на 72% (с 76,62млн. руб. до 132,10млн. руб.) рентабельность реализации упала на 0,41%.

Влияние изменения затрат на отопление, освещение:

$$R_{от.} = [(TO_{T+5} - Z_{T+5} - Z^{T+5}_{ар} - Z^{T+5}_{от} - Z^{T+5}_{соп.об.} - Z^{T+5}_{xp} - Z^{T+5}_{зн} - Z^{T+5}_{соп.об.} - Z^{T+5}_{тр} - Z^{T+5}_{рекл.}) / TO_{T+5}] * 100\% = [(13548,84 - 11168,06 - 132,1 - 59,76 - 38,31 - 76,62 - 268,16 - 93,86 - 114,93 - 59,38) / 13548,84] * 100\% = 11,35\%,$$

$$\text{Влияние } от. = R_{от.} - R_{ap} = 11,35 - 11,51 = -0,16\%$$

где R_{от.} – рентабельность с учетом изменения затрат на отопление, освещение, %.

За счет роста затрат на отопление, освещение 56% рентабельность реализации в Т+6 году по сравнению с Т+4 годом упала на 0,16%.

Далее расчет аналогичен. Результаты расчета представим в таблице 3.3.

Таблица 3.3 Анализ влияния затрат на динамику рентабельности

Факторы, влияющие на динамику рентабельности	Влияние, %
1	2
Товарооборот	15,29
Затраты на закупку	-12,57
Издержки обращения, в т.ч.:	-1,85
аренда помещения	-0,41
расходы на отопление, освещение	-0,16
содержание оборудования	-0,02
расходы на хранение, сортировку, упаковку	0,04
заработная плата	-0,80
социальное обеспечение работников	-0,28
транспортные расходы	0,10
расходы на рекламу	-0,32
Итого, факторов, увеличивающих рентабельность	15,02
Итого, факторов, уменьшающих рентабельность	-14,15
Общее влияние	0,87

Общее влияние факторов на динамику рентабельности 0,87% равно абсолютному отклонению рентабельности за Т+4 – Т+5 период (10,07% – 9,2%).

3.3 Планирование прибыли с учетом изменения спроса

В ситуации колеблющегося спроса важно предусмотреть возможности изменения конечных показателей деятельности фирмы.

В данном подразделе *необходимо*:

- 1) оценить эластичность спроса на товар-новинку;
- 2) рассмотреть возможную ситуацию снижения и увеличения спроса на товар-новинку, выбранный в п. 2.1;
- 3) разработать ряд возможных стратегий поведения предприятия (не менее двух для ситуации увеличения спроса и не менее двух для ситуации снижения спроса);
- 4) выполнить сравнительный анализ эффективности стратегий, описать возможности и угрозы в результате принятия выбранной стратегии, сделать вывод;
- 5) рассчитать точку безубыточности, запас финансовой прочности; построить график точки безубыточности; сделать вывод.

Способность спроса повышаться или понижаться под влиянием воздействия различных факторов называется эластичностью спроса. Для количественного измерения влияния какого-либо фактора на спрос используют коэффициент эластичности. В курсовой работе рассмотрим влияние цены на спрос. Таким образом, коэффициент эластичности спроса по цене (эластичность спроса по цене) охарактеризует относительное изменение спроса под влиянием изменения цены.

$$E_p(D) = \frac{\Delta D}{\Delta p}, \quad (3.7)$$

где $E_p(D)$ – эластичность спроса по цене;
 ΔD – изменение спроса;
 Δp – изменение цены.

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов изменится спрос при изменении цены на 1%.

Если коэффициент эластичности больше 1, то спрос на товар является эластичным. Это означает, что спрос изменяется быстрее, чем изменяется цена.

Если коэффициент эластичности меньше 1, то спрос на товар считается не эластичным. Изменение цены на 1% ведет также к изменению спроса, но более медленными темпами.

Если коэффициент эластичности равен 1, то изменение цены ведет к пропорциональному изменению спроса, т.е. изменение цены на 1% ведет также к изменению спроса на 1%.

Коэффициент эластичности может быть и отрицательным, тогда зависимость между ценой и спросом будет обратной, т.е. рост цены на 1% приведет к снижению спроса на величину коэффициента эластичности, умноженного на 1%.

Пример

Предприятие планирует повысить цену на товар-новинку на 10%, рассмотрим вероятные возможности и угрозы в результате принятия выбранной стратегии.

Очевидно, что при увеличении цены на товар следует учитывать эластичность спроса по цене, т.е. возможное уменьшение количества покупателей, желающих приобрести этот товар по более высокой цене.

1. Допустим при повышении цены на 10% спрос снизился на 5%, тогда $E_p(D) = (-5)/10 = (-0,5)$. При данном значении эластичности размер товарооборота увеличится и составит $24021 * [(100\% + 10\%) / 100\%] * [(100\% - 5\%) / 100\%] = 25102$ млн. руб.

2. Рассмотрим вариант, когда при росте цены на 10% спрос снизится на 12%, тогда $E_p(D) = (-12)/10 = (-1,2)$. Размер товарооборота уменьшится и составит $24021 * [(100\% + 10\%) / 100\%] * [(100\% - 12\%) / 100\%] = 23252$ млн. руб.

3. Найдем такой процент снижения спроса, при котором в условиях роста цены на 10%, объем товарооборота останется на первоначальном уровне. $24021 * [(100\% + 10\%) / 100\%] * (1 - x) = 24021$, откуда $x = 0,0909$.

Таким образом, при росте цены на 10%, допустимо снижение спроса на 9,09%, т.е. при указанных значениях роста цены и снижении спроса объем товарооборота не изменится. При снижении спроса более чем на 9,09% рост цены будет порождать снижение товарооборота, а, следовательно, и прибыли. При снижении спроса менее чем на 9,09% рост цены вызовет увеличение товарооборота, а, следовательно, и прибыли, но, чем ближе это значение к равновесному, тем меньше величина прибыли.

В зависимости от сочетания рыночных факторов складываются разные ситуации, определяющие состояние спроса на продукцию предприятия. Возможны изменения рыночной ситуации, показанные в таблице 3.4.

Таблица 3.4 Схема возможных изменений спроса на продукцию предприятия и их последствий

Изменение спроса	Изменение выручки от реализации	Изменение составляющих выручки от реализации
1	2	3
1. Увеличение спроса	1.1. Увеличение натурального объема реализации	1.1. Увеличение переменных затрат и прибыли от реализации
	1.2. Повышение цен на реализуемую продукцию	1.2. Увеличение прибыли от реализации
2. Снижение спроса	2.1. Уменьшение натурального объема реализации	2.1. Уменьшение переменных затрат и прибыли от реализации
	2.2. Снижение цен на реализуемую продукцию	2.2. Уменьшение прибыли от реализации

Рассмотрим на примере, какие изменения в выручке от реализации и ее составляющих вызывают перечисленные ситуации.

Выручка от реализации выбранного товара (п.2.1) составляет В, в т.ч. постоянные затраты – Пост., переменные затраты – Пер., прибыль от реализации – П, цена реализуемого товара – р, объем реализации – Q.

1. Планирование выручки и прибыли от реализации с учетом повышения спроса на продукцию предприятия (разработка стратегий поведения предприятия).

1. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** рост спроса вызвал рост натурального объема реализованной продукции, при сохранении цен базисного периода (ситуация 1.1, табл. 3.4).

Таблица 3.5 Финансовые последствия – вариант 1

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	110	26 423 ($Q^*1,1^p$)
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	110	9 869
4. Прибыль	2 422	162,1	3 927

2. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** рост спроса вызвал рост цен при сохранении базисного натурального объема (ситуация 1.2, табл. 3.4).

Таблица 3.6 Финансовые последствия – вариант 2

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	110	26 423 ($Q^*p^*1,1$)
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	100	8 972
4. Прибыль	2 422	199,2	4 824

3. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** рост спроса, который позволит определить максимально возможный рост затрат, в связи с улучшением потребительских свойств реализуемой продукции, чтобы сохранить базисную цену.

Таблица 3.7 Финансовые последствия – вариант 3

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	110	26 423 ($Q^*1,1^p$)
2. Совокупные затраты (постоянные + переменные)	21 599 (12 627+8 972)	111,1	24 001
3. Прибыль	2 422	100	2 422

4. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** улучшение потребительских характеристик может вызвать рост спроса, в связи с чем вырастет как цена, так и объем реализации (ситуация 1.1; 1.2, табл. 3.4).

Таблица 3.8 Финансовые последствия – вариант 4

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации, в т.ч. за счет:	24 021	115,5 ($100^*1,10^*1,05$)	27744 ($Q^*1,05^p^*1,1$)
1.1. роста цен	-	110 ($100+10$)	-
1.2. роста натурального объема реализации	-	105 ($100+5$)	-
2. Постоянные затраты	12 627	111,1 (макс допустимые)	14 029
3. Переменные затраты	8 972	116,6 ($111,1^*(100+5)/100$)	10 461
4. Прибыль	2 422	134,4	3 254

5. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** рост спроса требует снижения цены на реализуемую продукцию, чтобы продать больший натуральный объем.

Таблица 3.9 Финансовые последствия – вариант 5*

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации, в т.ч. за счет:	24 021	108 (100*0,9*1,20)	25 943 (Q*1,2*р*0,9)
1.1. снижения цен	-	90 (100*10)	-
1.2. роста натурального объема реализации	-	120 (100+20)	-
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	120 (100+20)	10766
4. Прибыль	2 422	105,3	2 550

* Снижение цены и рост натурального объема продаж не пропорционален, т.е. снижение цены планируется меньше увеличения натурального объема продаж.

6. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** рост спроса позволяет повысить цены на реализуемую продукцию, но при этом сознательно сократить натуральный объем продаж.

Таблица 3.10 Финансовые последствия – вариант 6

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации, в т.ч. за счет:	24 021	99 (100*1,10*0,9)	23 781 (Q*0,9*р*1,1)
1.1. повышения цен	-	110 (100+10)	-
1.2. уменьшения натурального объема реализации	-	90 (100-10)	-
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	90 (100-10)	8 075
4. Прибыль	2 422	127,1	3079

II. Планирование выручки и прибыли от реализации с учетом снижения спроса на продукцию предприятия (разработка стратегий поведения предприятия).

1. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** снижение спроса приводит к снижению натурального объема реализации продукции при условии сохранения цены базисного периода.

Таблица 3.11 Финансовые последствия – вариант 7

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	90	21 619 (Q*0,9*р)
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	90	8 075
4. Прибыль	2 422	37,86	917

2. **Финансовые последствия изменения спроса на продукцию:** снижение спроса приводит к снижению цен на реализуемую продукцию при условии сохранения натурального объема реализации продукции базисного периода.

Таблица 3.12 Финансовые последствия – вариант 8

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Плановый период	
		в % к базисному	тыс. руб.
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	90	21 619 (Q*0,9*р)
2. Постоянные затраты	12 627	100	12 627
3. Переменные затраты	8 972	100	8 972
4. Прибыль	2 422	0,83	20

3. Финансовые последствия изменения спроса на продукцию: падение спроса, требующее поиска варианта безубыточности, путем изменения как цены, так и объема реализации.

Уравнение, позволяющее найти взаимозависимость параметров:

$$\text{Выр} * X1 * X2 = \text{Пост.з.} + \text{Пер.з.} * X2, \quad (3.8)$$

где Выр – выручка базисного периода, руб.;

X1 – отношение цен реализации критического периода к предыдущему уровню цен, обеспечивающее безубыточность реализации;

X2 – мера необходимого изменения натурального объема в единицах;

Пост.з. – постоянные затраты базисного периода, руб.;

Пер.з. – переменные затраты базисного периода, руб.

Из уравнения (3.8) можно вывести две формулы, применение которых позволит в разных ситуациях находить натуральный объем и цены на реализуемую продукцию, обеспечивающие безубыточность реализации:

$$X1 = \frac{\text{Пост.з.} + \text{Пер.з.} * X2}{\text{Выр} * X2} \quad (3.9)$$

$$X2 = \frac{\text{Пост.з.}}{\text{Выр} * X1 - \text{Пер.з.}} \quad (3.10)$$

Главный вывод из расчета состоит в следующем: если объективные обстоятельства вынуждают предприятие снижать цены на свою продукцию, это необходимо компенсировать ростом натурального объема реализации, и наоборот, при возможности повышения цен безубыточность может быть обеспечена меньшим натуральным объемом. Главное заключается в том, что определенная мера повышения цен требует для обеспечения безубыточности определенной меры снижения объема.

Пример

Если предполагается снижение цены на 5%, т.е. X1 = 0,95, то X2 = 0,91, т.е. в целях обеспечения безубыточности реализации натуральный объем можно не увеличивать, а даже уменьшить, но не более чем на 9%. В ситуации же снижения цены на 20%, т.е. X1 = 0,8, то X2 = 1,23, т.е. в целях обеспечения безубыточности натуральный объем необходимо увеличить не менее чем на 23%.

Таблица 3.13 Финансовые последствия – вариант 9

Показатель	Исходные базисные данные, тыс. руб.	X1	X2
1	2	3	4
1. Выручка от реализации	24 021	1. 0,95	1. 0,91
2. Постоянные затраты	12 627	2. 0,80	2. 1,23
3. Переменные затраты	8 972		

В таблице 3.13 рассчитаны максимально допустимые уровни изменения натурального объема. Снижение ниже этих максимально допустимых пределов ведет к убытку.

4. Финансовые последствия изменения спроса на продукцию: падение спроса вызовет уменьшение натурального объема реализации (ситуация 2.1, табл.3.4) при прежней цене либо снижение цены при сохранении прежнего объема (ситуация 2.2, табл.3.4).

Таблица 3.14 Финансовые последствия – вариант 10

Показатели	Базисный период, тыс. руб.	Критический объем, тыс. руб.	
		при снижении натурального объема	при снижении цен
1	2	3	4
1. Выручка от реализации, в т.ч. за счет:	24 021	-	-
2. Постоянные затраты	12 627	12 627	12 627
3. Переменные затраты	8 972	7528 (20155-12627-0)	8 972
4. Прибыль	2 422	-	-
5. Критический объем реализации (точка безубыточности)	-	20155 [Выр Пост / (Пост+П)] = 24021*12627 / (12627+2422)	21 599 Пост+Пер+П = (12627+8972+0)
6. Критический объем реализации в процентах к фактическому	-	83,9% (20155/24021)*100%	89,9% (21599/24021)*100%

При расчете критического объема реализации в условиях неизменной цены очевидно, при падении спроса, предприятие может пойти на снижение объема продаж не более, чем на 16,1% (100-83,9), в то время как максимально возможное снижение цены при сохранении прежнего объема составит 10,1% (100-89,9).

В ситуациях снижения спроса, когда речь идет не об увеличении прибыли, а лишь о возможности выживания, последнее определяется критическим объемом реализации – это выручка от реализации, при которой предприятие способно покрыть все свои расходы без получения прибыли. Опираясь на данные таблицы 3.14 можно утверждать, что критический объем реализации для рассматриваемого предприятия составит 21 599 тыс. руб., запас финансовой прочности – 16,1% (100 - 83,9), запас финансовой прочности в денежном выражении – 2 422 тыс. руб. (24021 - 21599).

В ситуациях снижения спроса, когда речь идет не об увеличении прибыли, а лишь о возможности выживания, последнее определяется критическим объемом реализации – это выручка от реализации, при которой предприятие способно покрыть все свои расходы без получения прибыли.

Рассчитаем критический объем реализации (точку безубыточности) и запас финансовой прочности для рассматриваемого товара в базисном периоде.

$$ТБ = \frac{Пост}{ВМ_{относ. выр.}} \quad (3.11)$$

где ТБ – точка безубыточности, руб.;
Пост – постоянные затраты, руб.;
ВМ_{относ. выр.} – валовая маржа в относительном выражении, доли.

$$ВМ_{относ. выр.} = \frac{Выр - Пер}{Выр} \quad (3.12)$$

где Выр – выручка, руб.;
Пер – переменные затраты, руб.

$$ЗФП = Выр - ТБ \quad (3.13)$$

где ЗФП – запас финансовой прочности, руб.

$$ЗФП \% = \frac{ЗФП}{Выр} * 100 \% \quad (3.14)$$

где ЗФП – запас финансовой прочности, %

Опираясь на данные примера, имеем:

ТБ = $12627 / [(24021 - 8972) / 24021] = 20$ тыс. руб.

ЗФП = $24021 - 20155 = 3$ 866 тыс. руб.

ЗФП% = 16,1%

Заключение

Заключение в курсовой работе должно содержать основные выводы по каждому подразделу с приложением основных графиков и результатов экономических расчетов.

Список использованных источников

1. Валевич Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. – Мн.: Выш.шк., 1996.
2. Гребнев А.И. и др. Экономика торгового предприятия: - М: "Экономика", 1996.
3. Донембург В., Монкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли.-С-Пб: "Нева-Ладоба-Онега", 1993.
4. Ефимова О. П. Экономика общественного питания/Под ред. Н. И. Кабушкина. - Мн.: ООО "Новое звание", 2000.
5. Кабушкин Н.И., Карсека Р.М. Управление процессами труда на предприятиях торговли. - Мн.: БГЭУ, 1993.
6. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учеб. для вузов. – Мн.: Выш. шк., 2000.
7. Лебедева С. Н., Казиначкова Н. А., Гавриков А. В. Экономика торгового предприятия: Учеб. пособие. – Мн. Новое знание, 2001.
8. Моляков Д.С. Финансы предприятий отраслей народного хозяйства: - М.: Финансы и статистика, 1997.
9. Николаева Г.А., Сергеева Т.С. Бухгалтерский учет в оптовой торговле. - М.: ПРИОР, 1999.
10. Организация коммерческой деятельности: Справ. пособие/ С.Н. Виноградова, С.П. Гурская и др. – Мн.: Выш.шк., 2000.
11. Петров П. В., Соломатин А. Н. Экономика товарного обращения: Учеб. для вузов. – М.: ИНФРА – 2001.
12. Пигунова О. В., Аниськова О. Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.
13. Торговое дело: экономика и организация; Учебник / Под общей редакцией Л.А. Брагина и Т.П. Данько.-М.: ИНФРА, 1999.
14. Торговый свод РБ. Сборник документов, регламентирующих торговую деятельность. – Министерство торговли РБ, 1999.
15. Тузакова Е.П., Базулин О.В. Внешнеэкономическая деятельность торгово-посреднического предприятия. - М.: ПРИОР, 1996.
16. Шур Д.А. Основы торговли. Оптовая торговля. – М.: «Дело и сервис», 1999.
17. Экономика и организация торгового предприятия: Учебное пособие. /Под общ. ред. А.Н. Саломатина. – М.: ИНФРА-М, 2000.
18. Экономика предприятия розничной торговли. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Таблица П.1 Ассортиментный перечень товаров для мужчин, женщин, студентов, мальчиков и девочек

Наименование товаров-представителей	Количество, ед., пар, штук	Срок службы (годы)	Объем потребления за один год, ед., пар, штук
1	2	3	4
Набор предметов гардероба для мужчины трудоспособного возраста			
Верхняя одежда			
Куртка с меховой подстежкой	1 единица	8	0,13
Куртка на синтепоне	1»	9	0,11
Плащ	1»	7	0,14
Костюмная группа			
Брюки полушерстяные	1»	4	0,25
Брюки из синтетической ткани	1»	3	0,33
Костюм-двойка	1»	5	0,2
Сорочка из хлопчатобумажных или смесовых тканей	3»	4	0,7
Джемпер, свитер	1»	5	0,20
Костюм спортивный	1»	3	0,3
Белье			
Майка, фуфайка	5»	3	1,67
Трусы	5»	2	2,5
Носки	7 пар	1	7
Головные уборы			
Шапка меховая	1 единица	7	0,14
Шапочка из полушерстяной пряжи	1»	6	0,17
Шарф полушерстяной	1»	6	0,17
Перчатки	1 пара	3	0,33
Обувь			
Ботинки зимние, сапоги на утепленной подкладке	1»	5	0,2
Ботинки демисезонные – полуботинки	2»	5	0,40
Кроссовки	1»	3	0,33
Резиновые сапоги	1»	10	0,10
Набор предметов гардероба для женщины			
Верхняя одежда			
Пальто зимнее	1 единица	8	0,13
Пальто демисезонное	1»	7	0,14
Плащ	1»	7	0,14
Платье полушерстяное	1»	5	0,20
Платье хлопчатобумажное	2»	5	0,40
Халат	1»	5	0,20
Юбка	1»	5	0,20
Блузка	2»	5	0,40
Джемпер, свитер	1»	5	0,20
Спортивный костюм	1»	5	0,20
Белье			
Ночная сорочка	2»	3	0,67
Комбинация	2»	4	0,50
Трусы, брюки	6»	2	3,00
Бюстгальтер	2»	2	1,00
Колготки	7»	1	7,00
Головные уборы			
Шапка меховая	1»	8	0,13
Шапка трикотажная	1»	4	0,25

1	2	3	4
Шарф полушерстяной	1»	6	0,17
Варежки, перчатки трикотажные	2 пары	3	0,67
Обувь			
Сапожки, полусапожки зимние	1»	5	0,20
Сапожки, полусапожки осенние	1»	4	0,25
Туфли	1»	1,5	0,67
Босоножки (туфли летние)	1»	1,5	0,67
Набор предметов гардероба для студента			
Верхняя одежда			
Куртка с меховой подстежкой	1 единица	8	0,13
Куртка на синтепоне	1»	9	0,11
Куртка летняя	1»	7	0,14
Костюмная группа			
Брюки полушерстяные	1»	4	0,25
Брюки из синтетической ткани	1»	3	0,33
Костюм из полушерстяной ткани	1»	5	0,20
Сорочка из хлопчатобумажных или смесовых тканей	3»	4	0,75
Джемпер, свитер	1»	5	0,20
Костюм спортивный	1»	3	0,33
Белье			
Майка, фуфайка	3»	3	1,0
Трусы	5»	2	2,5
Носки	7 пар	1	7
Головные уборы			
Шапка меховая	1 единица	7	0,14
Шляпочка трикотажная	1»	6	0,17
Шарф полушерстяной	1»	6	0,17
Перчатки	1 пара	3	0,33
Обувь			
Ботинки зимние, сапоги на утепленной подкладке	1»	5	0,20
Ботинки демисезонные – полуботинки	2»	5	0,40
Кроссовки	1»	3	0,33
Канцелярские товары			
Тетради общие	10 штук	1	10,0
Ручки шариковые	1»	1	1,0
Карандаши простые	3»	1	3,0
Набор предметов гардероба для студентки			
Верхняя одежда			
Пальто зимнее	1 единица	8	0,13
Пальто демисезонное	1»	7	0,14
Плащ	1»	7	0,14
Платье полушерстяное	1»	5	0,20
Платье хлопчатобумажное	2»	5	0,40
Халат	1»	5	0,20
Юбка шерстяная	1»	5	0,20
Блузка из синтетической ткани	1»	5	0,20
Блузка хлопчатобумажная	1»	5	0,20
Джемпер, свитер	1»	5	0,20
Спортивный костюм	1»	3	0,33
Брюки из джинсовой ткани	1»	3	0,33
Белье			
Ночная сорочка	2»	3	0,67

1	2	3	4
Майка, фуфайка	4»	3	1,33
Грусы трикотажные	6»	2	3,00
Бюстгальтер	2»	2	1,00
Колготки	6»	1	6,00
Головные уборы			
Шапка меховая	1»	8	0,13
Шапочка, берет трикотажные	1»	4	0,25
Шарф полушерстяной	1»	6	0,17
Варежки, перчатки трикотажные	2 пары	3	0,67
Обувь			
Сапожки, полусапожки зимние	1»	5	0,20
Сапожки, полусапожки осенние	1»	5	0,20
Туфли	1»	1,5	0,67
Туфли летние	1»	1,5	0,67
Канцелярские товары			
Тетради общие	10 штук	1	10,0
Ручки шариковые	1»	1	1,0
Карандаши простые	3»	1	3,0
Набор предметов гардероба для мальчика в возрасте от 3 до 16 лет			
Верхняя одежда			
Куртка из плащевой ткани на искусственном меху	1 единица	3,5	0,29
Куртка из плащевой или смесовой ткани на подкладке	1»	3	0,33
Костюмная группа			
Сорочка из хлопчатобумажной ткани	2»	2	1,00
Брюки из полушерстяной ткани	1»	2	0,50
Брюки из джинсовой ткани	1»	2	0,50
Костюм из полушерстяной ткани	1»	2,5	0,40
Джемпер, свитер	1»	3	0,33
Костюм спортивный	1»	2	0,50
Белье			
Грусы хлопчатобумажные	5»	2	2,50
Майки, фуфайки хлопчатобумажные	4»	2	2,00
Чулочно-носочные изделия			
Носки хлопчатобумажные	4 пары	1	4,00
Головные уборы			
Шапка трикотажная полушерстяная	1 единица	1,25	0,80
Галантерейные изделия			
Перчатки	1 пара	2	0,50
Шарф полушерстяной	1 единица	3	0,33
Обувь			
Полусапожки зимние	1 пара	2	0,50
Сапоги осенние	1»	2	0,50
Туфли	1»	2	0,50
Кроссовки	1»	1	1,00
Школьно-письменные товары			
Портфель ученический	1 единица	2	0,50
Тетради школьные	40 штук	1	40,00
Ручки шариковые	3»	1	3,00
Карандаши простые	3»	1	3,00
Набор предметов гардероба для девочки в возрасте от 3 до 16 лет			
Верхняя одежда			
Куртка зимняя	1 единица	3,5	0,29
Пальто демисезонное	1»	3	0,33

Продолжение табл. П.1

1	2	3	4
Костюмная группа			
Брюки из джинсовой ткани	1»	2	0,50
Джемпер, свитер	1»	2	0,50
Спортивный костюм	1»	2	0,50
Костюм из полушерстяной ткани	1»	2	0,50
Платье из хлопчатобумажной ткани	2»	2	1,00
Блузка хлопчатобумажная	1»	2	0,50
Юбка	1»	2	0,50
Белье			
Трусы, панталоны хлопчатобумажные	5»	1,4	3,60
Майки, футайки хлопчатобумажные	4»	2	2,00
Сорочка ночная хлопчатобумажная	2»	2	1,00
Бюстгальтер	3»	2	1,50
Чулочно-носочные изделия			
Носки хлопчатобумажные	3 пары	0,8	3,80
Колготки	5 единиц	0,8	6,25
Головные уборы			
Шапка трикотажная полушерстяная	1»	1,25	0,80
Галантерейные изделия			
Варежки трикотажные	1 пара	2	0,50
Шарф полушерстяной	1 единица	3	0,33
Обувь			
Сапоги зимние	1 пара	2	0,50
Сапоги осенние	1»	2	0,50
Туфли	2»	2	1,00
Кроссовки	1»	1	1,00
Школьно-письменные товары			
Портфель ученический	1 единица	2	0,50
Тетради школьные	40 штук	1	40,0
Ручки шариковые	3»	1	3,00
Карандаши простые	3»	1	3,00

Таблица П.2. Ассортиментный перечень предметов бытового и хозяйственного назначения, первой необходимости, санитарии, лекарств, постельных принадлежностей и мебели

Наименование товаров	Количество (штук)	Срок службы (годы)
1	2	3
Набор предметов бытового и хозяйственного назначения		
Посуда		
Тарелки	8	7
Кастриули, сковороды	8	9
Чайник	1	7
Столовые приборы (ложка, вилка, нож)	10	15
Стаканы, чашки	8	4
Ведро	2	6
Бытовые приборы		
Холодильник	1	15
Телевизор	1	12
Электроутюг	1	9
Светильники бытовые	2	25
Электролампы осветительные	5	1
Часы всех видов	1	12
Мебель		
Шкаф для одежды	1	20

Продолжение табл. П.2

1	2	3
Шкаф навесной	1	20
Зеркало	1	20
Кровать	4	22
Стол обеденный	1	25
Табурет	4	10
Набор предметов первой необходимости, санитарии и лекарств		
Предметы первой необходимости		
Мыло туалетное (по 150 г)	28 кусков	1
Мочалка	4 штуки	1
Чистящие (дезинфицирующие) средства (по 300 г)	4 упаковки	1
Мыло хозяйственное (по 350 г)	5 кусков	1
Зубная паста (по 125 г)	10 туб	1
Шампунь (по 150 г)	9 флаконов	1
Зубная щетка	4 штуки	1
Одеколон (по 100 мл)	2 флакона	1
Расческа	4 штуки	1
Синтетические моющие средства (по 1 кг)	13,2 упаковки	1
Бритва безопасная	1 единица	5
Пезавия для бритвы	2 упаковки	1
Помазок для бритвы	1 единица	3
Нитки швейные хлопчатобумажные	8 катушек	1
Иголки	1 упаковка	15
Ножницы	1 единица	8
Предметы санитарии и лекарства		
Вата (по 1 кг)	2 упаковки	1
Бинт	2»	1
Сердечно-успокоительные средства (валидол, валериана)	4»	1
Дезинфекционные средства (йод, зеленка)	1 флакон	1
Боле- и жаропонижающие средства (анальгин, аспирин – по 10 штук)	4 упаковки	1
Витамины	8»	1
Горчичники (по 10 штук)	4»	1
Марганцово-кислый калий (по 3 г)	4»	3
Крем детский (по 100 г)	1 туба	1
Постельные принадлежности		
Одеяло	4	20
Подушка	4	15
Пододеяльник	8	8,0
Простыня	8	6,0
Наволочки	8	6,0
Полотенце личное	8	4,0
Полотенце банное	4	5,0
Полотенце кухонное	4	3,0

Таблица П.3 Исходные данные к курсовой работе

Вариант	Удельный вес в объеме ТО предыдущего периода, %					Норматив товарных запасов, дн.
	ТО (Т+4)	ТО (Т+3)	ТО (Т+2)	ТО (Т+1)	ТО (Т)	
1	2	3	4	5	6	7
1	88	73	55	48	80	21
2	75	78	96	85	75	18
3	77	77	92	81	74,5	22
4	85	71	56	80	81	28
5	79	75,8	91,4	49	73,4	23
6	80	76	91,5	80,6	73,5	20

1	2	3	4	5	6	7
7	81	76,2	61,8	70,7	73,6	24
8	74,5	76,4	62	80,8	93,7	21
9	74,6	76,6	62,2	80,9	73,8	25
10	74,7	76,8	62,4	81	73,9	22
11	74,8	77	72,6	71,1	74	26
12	74,9	67,2	76,4	71,2	74,1	23
13	85	77,4	76,6	81,3	74,2	27
14	85,1	77,6	76,8	81,4	74,3	24
15	85,2	77,8	77	81,5	74,4	28
16	85,3	78	77,2	81,6	74,5	25
17	85,4	78,2	77,4	81,7	74,6	29
18	85,5	78,4	77,6	81,8	74,7	26
19	85,6	78,6	69,2	81,9	74,8	30
20	85,7	78,8	76,4	72	74,9	27
21	85,8	80	86,6	72,1	75	21
22	75,9	70,2	86,8	82,2	75,1	28
23	76	70,4	87	82,3	75,2	22
24	76,1	70,6	87,2	82,4	65,3	29
25	76,2	70,8	87,4	82,5	95,4	23
26	76,3	71	87,6	82,6	95,5	30
27	76,4	71,2	87,8	82,7	95,6	24
28	76,5	71,4	80	82,8	95,7	31
29	76,6	71,6	90,2	82,9	95,8	25
30	76,7	71,8	90,4	83	95,9	32
31	76,8	72	90,6	83,1	96	26
32	76,9	72,2	90,8	83,2	96,1	33
33	77	52,4	52	48,3	96,2	27
34	87,1	52,6	52,2	48,4	80,3	34
35	87,2	52,8	52,4	49,5	80,4	28
36	87,3	53	52,6	49,6	80,5	35
37	87,4	53,2	52,8	49,7	80,6	29
38	87,5	53,4	53	49,8	80,7	36
39	87,6	53,6	53,2	49,9	80,8	30
40	87,7	53,8	53,4	49	80,9	37
41	87,8	54	53,6	49,1	77	31
42	87,9	54,2	55	49,2	87,1	38
43	88	54,4	55,2	49,3	87,2	32
44	79,1	84,6	65,4	84,4	97,3	23
45	79,2	84,8	65,6	84,5	97,4	33
46	79,3	85	64,2	84,6	97,5	25
47	79,4	85,2	64,4	4,7	97,8	34
48	79,5	85,4	64,6	84,8	97,9	24
49	79,6	85,6	64,8	84,9	98	35
50	79,7	85,8	65	85	98,1	23
51	79,8	86	61,2	85,1	98,2	36
52	79,9	86,2	61,4	85,2	98,3	22
53	80	86,4	61,6	85,3	98,4	37
54	74,5	86,6	61,8	85,4	98,5	21
55	74,6	86,8	62	86,7	98,6	38
56	79,1	87	62,2	86,8	98,7	20
57	79,2	87,2	62,4	86,9	98,8	39
58	77,5	87,4	62,6	87	98,9	23
59	77,6	87,6	62,8	87,1	99	40
60	75	87,8	63	87,2	99,1	28

Таблица П.4 Методы планирования и уровень издержек обращения

Вариант	Метод планирования	Уровень издержек обращения Т+4/Т+5
1	2	3
1	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота	10/10,2
2	Метод подбора функции	9,8/9,3
3	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	11,1/11
4	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	6,8/7,5
5	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	12,3/13,5
6	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	11,5/11,8
7	Метод подбора функции	7,9/11,3
8	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота	18/15
9	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	10,2/9,7
10	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов прироста ТО	12,4/9,9
11	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	11,8/11,9
12	Метод подбора функции	7,9/11,3
13	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	7,7/8,4
14	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	15/17,1
15	Метод подбора функции	8,2/8,1
16	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов прироста ТО	10/10,2
17	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	9,4/8,7
18	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота	8,4/7,7
19	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	7,5/6,6
20	Метод подбора функции	9,2/9,4
21	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	11,7/12,3
22	Метод экстремумов	6,9/7,2
23	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	18,3/15,2
24	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	10/10,2
25	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	14,8/15,7
26	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов прироста ТО	8,4/7,7
27	Метод подбора функции	8,2/8,1
28	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	13/11
29	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	7,9/11,3
30	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота	10,5/10,3
31	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	7,5/6,6
32	Метод подбора функции	8,5/8,6
33	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	12/11,1

1	2	3
34	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	8,4/7,7
35	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	9,3/6,8
36	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	8,2/8,1
37	Метод подбора функции	14,8/13,3
38	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	12/10,2
39	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов прироста ТО	10/10,2
40	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	8,7/9,8
41	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	7,5/6,6
42	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота ТО	11,6/11,9
43	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	8,2/8,1
44	Метод подбора функции	8,5/9,6
45	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	7,9/11,3
46	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	9,8/7,8
47	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	11,6/12,4
48	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	8,4/7,7
49	Метод подбора функции	4,6/5,9
50	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	8,2/8,1
51	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	17/15,6
52	Выравнивание по скользящей средней базисных темпов роста ТО	7,9/11,3
53	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего темпа роста	11,6/11,2
54	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	7,5/6,6
55	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов роста	8,4/7,7
56	Выравнивание по скользящей средней объемов товарооборота ТО	8,2/8,1
57	Метод непосредственного экстраполирования с помощью среднего абсолютного прироста	7,9/11,3
58	Выравнивание по скользящей средней среднегодовых темпов роста ТО	8,7/6,9
59	Метод подбора функции	5,6/6,6
60	Выравнивание по скользящей средней цепных темпов прироста ТО	10/10,2

Таблица П.5 Характеристика товаров по критериям

Критерий оценки нового товара	Характеристика товаров по каждому критерию			
	A 2	B 3	C 4	D 4
I. Рыночные критерии				
Спрос	В результате выпуска товара А на рынок будет полностью удовлетворен спрос покупателей	Продажа товара В значительно увеличит предложение аналогичных товаров и конкуренцию на рынке	Продажа товара С позволит более полно удовлетворить спрос покупателей	Продажа товара D позволит более полно удовлетворить спрос покупателей
Перспективы развития рынка	Национальный рынок имеет значительные перспективы развития за счет охвата всех слоев населения	Рынок товара В сужается. Количество покупателей сокращается. Возможности экспорта незначительны	Можно ожидать небольшого расширения рынка. Кроме того, имеются возможности экспорта в развивающиеся страны	Можно ожидать небольшого расширения рынка. Кроме того, имеются возможности экспорта в развивающиеся страны
Стабильность рынка	Спрос стабилен, имеет постоянный характер	Объем продаж зависит от сезонных колебаний спроса	Рынок достаточно стабилен	Рынок достаточно стабилен
Конкурентоспособность изделия	Достаточно сильные конкуренты отсутствуют. Уровень рекламных расходов небольшой	На рынке доминируют несколько сильных конкурентов. Очень высокий уровень рекламы	Конкуренты имеются, однако каждый из них занимает прочно свой сегмент рынка	Конкуренты имеются, однако каждый из них занимает прочно свой сегмент рынка
II. Товарные критерии				
Цена	Изделие более высокого качества, чем аналогичные, имеющиеся на рынке, а цена такая же, как у конкурентов	Изделие будет выпущено на рынок по более низкой цене, чем у конкурентов	Изделие такого же качества, как и конкурентное, будет предлагаться покупателям по более высоким ценам, чем у конкурентов	Изделие такого же качества, как и конкурентное, будет предлагаться покупателям по более высоким ценам, чем у конкурентов
Технические или другие характеристики	Изделие обладает высокой надежностью, производительностью	Технические характеристики изделия находятся на таком же уровне, как и у конкурентов, незначительные модификации технических параметров позволяют представить на рынке новый модельный ряд товаров	Изделие имеет технические характеристики на порядок выше, чем у конкурентов, представляя собой товар XXI века, что отличает его на отечественном и мировом рынке	Изделие имеет технические характеристики на порядок выше, чем у конкурентов, представляя собой товар XXI века, что отличает его на отечественном и мировом рынке
Упаковка	Превосходит по качеству упаковку конкурентов	Упаковка удовлетворительна по качеству	Лучшего качества, чем у конкурентов, по стоимости ее выше	Лучшего качества, чем у конкурентов, по стоимости ее выше
III. Производственные критерии				
Оборудование фирмы	Закупка, сортировка, хранение изделия предполагается организовать на базе имеющегося оборудования	Предполагается закупка дополнительного количества нового оборудования	Имеется оборудование	Имеется оборудование
Знания и опыт персонала	Возможно использование имеющихся знаний и опыта персонала	Могут потребоваться дополнительные знания и персонал	Достаточно для нового изделия	Достаточно для нового изделия
Обеспеченность оборотными средствами	Размер высвобожденных средств достаточен для введения товара	Размер высвобожденных средств недостаточен для введения товара	Возможно использование имеющихся знаний и персонала	Возможно использование имеющихся знаний и персонала
IV. Сбытовые критерии				
Увязка с ассортиментом продукции	Изделие вписывается в ассортимент	Изделие может быть приспособлено к существующему ассортименту	Введение товара D в ассортимент потребует пересмотра ассортимента	Введение товара D в ассортимент потребует пересмотра ассортимента

Продолжение табл. П.5

1	2	3	4
Реализация	Сбыт полностью может быть обеспечен через существующие каналы	Существующие каналы сбыта достаточны для реализации изделия	Необходимы дополнительные каналы сбыта
Реклама	Высокое качество изделия представляет хорошие возможности для эффективной рекламы	Могут быть использованы новые методы рекламы и стимулирования сбыта	Предлагается использовать те же средства и методы рекламы, которые применяются предприятием для других изделий

Таблица П.6 Выбор новых товаров для сбыта

Критерии оценки нового товара	Максимальный удельный вес критерия оценка % *	Фактический уровень в % критерия оценки				
		A	B	С	D	E
1	2	3	4			5
I. Рыночные критерии в том числе: Спрос Перспективы развития рынка Степень конкуренции изделий Степень стабильности рынка						
II. Товарные критерии в том числе: Цена Технические или другие характеристики Упаковка						
III. Производственные критерии в том числе: Оборудование фирмы Знания и опыт персонала						
IV. Сбытовые критерии в том числе: Увязка с ассортиментом реализуемой продукции Реализация Реклама						
Итого	100%					

* Максимальный удельный вес в процентах каждого критерия оценки нового товара устанавливается студентом самостоятельно. Если анализируемые товарные позиции относятся к разным ассортиментным группам, то максимальный удельный вес критерия оценки устанавливается по отдельности для каждой товарной позиции.

Учебное издание

Составители: Ерошенко Елена Ивановна
Соболева Оксана Ивановна

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к выполнению курсовой работы по дисциплине
«ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ»
для студентов специальности 25 01 10 «Коммерческая деятельность»
дневной и заочной форм обучения

Ответственный за выпуск: Соболева О.И.

Редактор: Строчак Т.В.

Компьютерная верстка: Боровикова Е.А.

Корректор: Никитчик Е.В.

Подписано к печати 19.02.2007. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Снегурочка». Усл. печ. л. 2,1.

Уч.-изд. л. 2,25. Заказ № **326**. Тираж 120 экз. Отпечатано на ризографе

Учреждения образования «Брестский государственный технический университет».

224017, г. Брест, ул. Московская, 267.