

2. Б. Сафронов, Б. Мельников, И. Кудрявцева «Иностранные инвестиции в Российской Федерации. 1998 – 2006 гг.»// Инвестиции в России, № 7, 2007, с. 3-14.

3. Райская Н., Френкель А., Чубаков Г. «Инвестиционная активность регионов России»//Экономист. № 10, 2007, с. 50-56.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ЗАО «ГУЛЛИВЕР»

*Локтева Е.В., студентка 3 курса экономического факультета
Научный руководитель - ст. преподаватель Асмус В.А.*

Под товароснабжением розничной торговой сети понимается система мероприятий, представляющая собой сложный комплекс коммерческих и технологических операций по доведению товаров до предприятий розничной торговли. Благодаря рационально организованному товароснабжению на розничных торговых предприятиях обеспечивается полнота и устойчивость ассортимента товаров, необходимый уровень товарных запасов, удовлетворение спроса населения, а также высокие финансово-экономические показатели работы торговых организаций и предприятий.

На организацию товароснабжения розничной торговой сети оказывают влияние многие факторы, важнейшие из которых следующие:

- уровень управления процессом товароснабжения;
- достоверность коммерческой информации, используемой для определения потребности в товарах;
- размещение сети розничных торговых предприятий;
- состояние и размещение складского хозяйства;
- транспортные условия;
- оснащенность предприятий розничной торговли торгово-технологическим оборудованием [1].

Основанием для завоза товаров на розничное торговое предприятие служит заявка. Она составляется по установленной форме. В ней указывают наименование товаров и основные их ассортиментные признаки, требуемое количество товаров. Заявку, составленную в двух экземплярах, подписывает заведующий или директор магазина, затем её заверяют печатью и направляют поставщику для исполнения.

Оптовые предприятия и другие поставщики, осуществляющие централизованный завоз товаров, проводят следующие подготовительные мероприятия:

- анализируют расположение торговой сети, группируют предприятия розничной торговли по типам и объему товарооборота;
- рассчитывают грузооборот, оптимальные размеры поставки и частоту завоза товаров, потребность в транспортных средствах и многооборотной таре, и разрабатывают рациональные маршруты доставки товаров;
- осуществляют подготовку механизмов, транспортных средств и оборудования экспедиционных складов и предприятий розничной торговли для

рационального выполнения операций, связанных с доставкой товаров;

- устанавливают систему материальной ответственности сторон за выполнение условий централизованной доставки;
- рассчитывают эффективность применения централизованной доставки товаров и выявляют резервы ее повышения.

Анализируя дислокацию розничной торговой сети, обращают внимание на следующие данные: наименование, типы розничных торговых предприятий, среднемесячный розничный товарооборот, площадь торгового зала и помещений для хранения товаров, численность работников, режим работы магазина, расстояние от магазина до оптовой базы или другого поставщика.

Грузооборот определяют на основе данных о товарообороте и средней цены 1 т товара.

Частоту и оптимальные размеры завозимых партий товара определяют для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю товарами соответствующего ассортимента при минимальных размерах товарных запасов [2].

Объектом исследования моей работы является один из магазинов розничной торговой сети ЗАО «Гулливер», находящийся в Заволжском районе г. Ульяновска.

Для всестороннего анализа эффективности деятельности предприятия необходимо тщательное рассмотрение и анализ системы показателей работы. Основными показателями хозяйственной деятельности предприятия являются товарооборот, издержки обращения, прибыль и т.д.

В результате проведенных мною вычислений можно сделать следующие выводы.

План товарооборота ЗАО «Гулливер» за 2008г. перевыполнен на 18,16%. По сравнению с прошлым годом его объем возрос на 27,61%. Рост товарооборота в динамике произошел в основном за счет повышения продажных цен на товары. Индекс продажных цен по товарообороту в отчетном году к прошлому составил 1,26 раза. Таким образом, повышение продажных цен на товары обеспечило прирост товарооборота на 26,33% к фактическому его объему за прошлый год.

По всем товарным группам обеспечены высокие темпы роста реализации товаров. В отчетном году по сравнению с прошлым годом выросла реализация по группе «Молочные товары» на 372,74 тыс.руб., по непродовольственным товарам на 708,01 тыс.руб., по хлебобулочным товарам на 111,0 тыс.руб., по мясным товарам на 208,82 тыс.руб., по виноводочным товарам на 468,01 тыс.руб., по прочим товарам реализация уменьшилась на 66,58 тыс.руб.. Неравномерность развития товарооборота по отдельным группам привела к изменению его структуры. В частности, снизилась доля в товарообороте по хлебобулочным товарам, по мясным товарам, прочим товарам, при увеличении удельного веса реализации товаров по другим товарным группам.

Главный фактор успешного развития товарооборота - обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Товарооборот по сравнению с планом возрос на 1280 тыс.руб. за счет сверхнормативных запасов на начало года (+23 тыс.руб.) и перевыполнения плана поступления товаров (+1557 тыс.руб.). Возможности увеличения товарооборота уменьшились в связи с ростом прочего выбытия товаров (-1 тыс.руб.) и завышенными товарными запасами на конец года (-299 тыс.руб.). ЗАО «Гулливер» в прочее выбытие товаров включает

товарные потери, бой, лом, порчу и уценку товаров. В связи с этим увеличение по сравнению с планом и в динамике прочего выбытия товаров должно с отрицательной стороны характеризовать его торговую деятельность.

В заключение своей работы, я хотела бы дать характеристику прибыли магазина «Гулливер» за 2007-2008 гг. Балансовая прибыль по сравнению с прошлым годом возросла на 86,54 тыс.руб. На балансовую прибыль в отчетном году положительно повлиял рост товарооборота на 1802 тыс.руб. Основное влияние на прибыль оказывают такие факторы, как товарооборот, уровень валового дохода, и издержки обращения. Причем резкое изменение одного фактора может изменить всю картину в целом.

Литература:

1. Дашков Л.П., Памбукчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник, - 7-е изд., перераб. и доп. Изд. «Торговая корпорация «Дашков и К», 2006.
2. Карандашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: учебное пособие /Л.И. Карандашин. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*К.А.Макаров, студент 2 курса экономического факультета
Научный руководитель- ассистент Гисс Ю.А.*

Малый бизнес, или малое предпринимательство, представляет самый многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально-экономический и отчасти политический уровень развития страны. Этот сектор образует самую разветвленную сеть предприятий, действующих в основном на местных рынках и непосредственно связанных с массовым потребителем товаров и услуг.

Хотя «Лицо» любого развитого государства составляют крупные корпорации, а наличие мощной экономической силы — крупного капитала в значительной мере определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, но подлинной основой жизни стран с рыночной системой хозяйствования являются малые предприятия как наиболее массовая, динамичная и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого предпринимательства создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для среднего и крупного бизнеса.

Высокая приспособляемость и массовый охват практически всех сфер внутреннего рынка страны обеспечивают устойчивость развития экономики и способствуют стабильности политического климата.

Социальная значимость малого бизнеса определяется массовостью группы мелких собственников - владельцев малых предприятий и их наёмных работников, общая численность которых является одной из наиболее существенных качественных характеристик любой страны с развитой рыночной экономикой.