

Седова Н.С.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент О.А. Сычева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: nata.sedova96@yandex.ru*

### **Пути повышения розничного товарооборота торгового предприятия (на примере ООО «Пятерочка»)**

Розничная торговля является одной из крупнейших отраслей нашей страны. Торговля участвует в улучшении условий жизни населения и способствует пополнению доходной части бюджета страны.

Розничный товароборот является одним из основных показателей хозяйственно-финансовой деятельности торгового предприятия. Для эффективного управления торговым предприятием важное значение имеет анализ проблем развития розничного товарооборота. Регулярный анализ товарооборота и проблем его развития позволяет оперативно реагировать на происходящие изменения и выбирать дальнейшую стратегию развития магазина.[1]

В результате анализа товарооборота на основе данных отчета о финансовых результатах магазина «Пятерочка» за 2013-2015 года было выявлено, что за последние 3 года товароборот увеличился на 24969 тыс. руб., что составляет 26,5% к фактическому товарообороту 2013 года. Этот прирост произошел за счет увеличения цен на товары, но объемы реализуемых товаров в анализируемый период снизились. [5]

Несмотря на увеличение товарооборота за последние 3 года, аналитики прогнозируют существенное снижение розничного товарооборота в 2017 году.

Для того чтобы увеличить товароборот магазина «Пятерочка», необходимо проанализировать проблемы, влияющие на развитие данного показателя и найти пути их решения.

Существенные коррективы в тенденции развития розничного товарооборота внес экономический кризис. Ухудшение макроэкономической ситуации в России негативно отразилось на уровне доходов населения и, соответственно, на уровне платежеспособного спроса, который является двигателем развития розничной торговли. Изменения цен на нефть стали причиной резких валютных колебаний, ускорения продуктовой инфляции, и падения потребительского спроса. Высокий уровень инфляции оказал влияние на повышение закупочных цен на товары, а также удорожание строительства и реконструкций магазинов и инфраструктурных объектов. В подтверждение вышеуказанных факторов выступают данные Росстата РФ, согласно которым оборот розничной торговли в России в 2015 году сократился по сравнению с 2014 годом на 10% - до 27 575,7 трлн. [4] Реальные располагаемые денежные доходы населения России в 2015 году упали на 9,3% по сравнению с предыдущим годом. [3]

Нельзя не учитывать влияние в развитии розничного товарооборота потребительских предпочтений. Российский рынок розничной торговли характеризуется высокой конкуренцией в центральном регионе, особенно в Москве и Санкт-Петербурге. Некоторые конкуренты имеют лучшие финансовые, логистические, маркетинговые возможности, что дает им существенное конкурентное преимущество.

Продление экономических санкций со стороны стран ЕС и других стран в отношении России, а так же ответного эмбарго со стороны России, которые привели к изменениям в структуре ассортимента торговых сетей.

Изменение законодательства и ужесточение алкогольного регулирования может негативно сказаться на торговой деятельности магазинов. Изменения в законодательной сфере характеризуются недостаточной проработанностью, нечеткостью формулировок, наличием различных толкований. Данные обстоятельства могут затруднить налоговое планирование и отчетность, оказать негативное воздействие на результаты деятельности.

В случае, если будут изменены правила таможенного контроля и пошлин (в сторону их увеличения), это может привести к дополнительным финансовым затратам, что: либо увеличит цены на товары, либо уменьшит ассортимент товаров.

Неквалифицированный персонал, продаваемая поврежденная или опасная для здоровья продукция могут оставить негативный след в репутации магазина, тем самым уменьшив количество клиентов и, следовательно, товарооборот. [2]

Не правильно выбранная стратегия развития, неэффективность ее донесения до сведения заинтересованных лиц и реализации, а также ошибочность избранного стратегического направления могут иметь неблагоприятные последствия для бизнеса. Для поддержания и увеличения показателей розничного товарооборота в магазине «Пятерочка» необходимо:

1) Вести постоянный непрерывный мониторинг конъюнктуры рынка на продовольственные товары для получения исчерпывающей информации о состоянии рынка и обеспечения надежной базы для прогнозирования динамики выручки и товарооборота.

2) Проблему конкуренции в магазине «Пятерочка» можно решить за счет повышения доступности товаров, уровня сервиса, маркетинговой политики и расширенному ассортименту товаров и производителей.

3) На фоне падения покупательской способности и реальных доходов населения в магазине «Пятерочка» необходимо развивать эконом-сегмент и переходить на продукцию местных поставщиков, заодно можно расширить товарный ассортимент, который сильно сократился из-за санкций и изменился из-за потребительских предпочтений.

4) Использование системы скидок. Слово «скидки» является магическим для большинства покупателей. Даже небольшой дисконт способен серьезно повлиять на принятие решения о покупке. Необходимо разработать дополнительные системы скидок, которые смогут привлечь новых покупателей.

5) Реклама торговой деятельности. Магазин «Пятерочка» активно использует различные методы рекламы: на транспорте, телерекламу, а также выпускает каталоги и листовки с продукцией, на которую распространяются скидки. Для увеличения розничного товарооборота можно использовать и другие виды рекламы: спонсорская деятельность и благотворительность, реклама на радио и в местной газете.

6) Использование необычной выкладки, которая будет привлекать внимание, например, планограмму — представление товара покупателю осуществляется не хаотично, а в соответствии с заранее продуманной и выполненной вручную или на компьютере схемой.

Таким образом, для эффективного управления магазином «Пятерочка» необходимо обратить внимание на такие основные проблемы развития розничного товарооборота как: экономический кризис в стране и снижение покупательной способности; изменения предпочтений потребителей; высокая конкуренция; снижение ассортимента товаров; потеря деловой репутации; неправильная выбранная стратегия развития. Чтобы оперативно реагировать на происходящие изменения и выбирать дальнейшую стратегию развития необходимо регулярно анализировать показатели розничного товарооборота. Применение вышеперечисленных методов заметно увеличит розничный товарооборот магазина.

### Литература

1. Абрютин М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учебное пособие/М.С. Абрютин.-Москва: Дело и сервис, 2010.- С. – 462
2. Чупров И. Ритейл: от кризиса до кризиса/И. Чупров//Бизнес-журнал. –2015.- №4
3. Прогноз социально-экономического развития. – URL: <http://economy.gov.ru/>
4. Годовой оборот розничной торговли по России . – URL: <http://www.gks.ru/>
5. Официальный сайт ООО «Пятерочка». – URL: <https://www.x5.ru/>