

Мамаева Л.И.,

студентка

3 курса «Факультета экономики и процессов управления»

Сочинский государственный университет

г. Сочи, Российская Федерация

Научный руководитель: Войнова Я.А.

## ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ НА ПРИМЕРЕ АО «МОРЕМОЛЛ»

**Аннотация:** В данной статье рассмотрены особенности планирования деятельности торгово-развлекательных центров. На примере АО «МореМолл» рассчитываются основные плановые показатели финансового результата деятельности предприятия.

**Ключевые слова:** планирования, торгово-развлекательный центр, расходы, выручка, прибыль, рентабельность.

**Annotation:** This article discusses the features of planning the activities of shopping and entertainment centers. Using the example of MoreMoll JSC, the main planned indicators of the financial result of the company's activity are calculated.

**Key words:** planning, shopping and entertainment center, expenses, revenue, profit, profitability.

Торговый развлекательный центр (ТРЦ) — это совокупность предприятий торговли, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий со специально распланированной территорией. [6] Широкий охват в России торговые центры приобрели последние 10-15 лет, т.к. сейчас практически в каждом городе строятся, либо уже есть данные платформы. Поэтому рассмотрение вопроса их планирования особенно актуально в наше время.

Торговые развлекательные центры (ТРЦ) относятся к отдельной, более сложной, категории, чем магазины. Дело в том, что их деятельность совмещает в себе два понятия: B2B и B2C, т.е. управление ТРЦ должно одновременно взаимодействовать с организациями, которые арендуют площадь для реализации своих товаров и услуг, и в то же время быть доступными для потребителей-посетителей ТРЦ.

Из-за большого охвата площади и довольно высокой плотности организаций в одном помещении, планирование деятельности ТРЦ является сложным многогранным процессом. При начале планирования важными являются разработка таких концепций как:

- архитектурной концепции ТЦ (планировка участка, чертежи этажей, вертикальные и горизонтальные разрезы здания, фасады, потребление ресурсов) и полному комплекту проектно-сметной документации;
- торгово-технологической концепции (описание структуры торговых площадей, их зонирования, концепции ассортимента и состав пула арендаторов, типы используемого торгового оборудования, требования к парковке, мерчандайзинг, график работы ТЦ и т.д.);
- концепции брендинга (имя, визуальный образ марки, уникальное торговое предложение, индивидуальность бренда, эмоциональная платформа) и концепции эмпирического маркетинга (свет, цветовые решения, система внешней и внутренней навигации, музыкальное оформление, аромамаркетинг и т.д.). [2]

В Сочи насчитывается более 150 торговых центров. Наиболее популярными и крупными считаются: [5]

- Торгово-развлекательный центр «МореМолл»;
- Торгово-деловой центр «Александрия»;
- Торговый центр «Sun city»;
- Торговый центр «Олимп»;
- Торговый центр «Мандарин»;
- Торгово-развлекательный центр «Галактика»;

- Торгово-развлекательный центр «Горки Город Молл».

АО «МореМолл» - является самым крупный торговым центром во всем Большом Сочи. Его площадь составляет 169 000 кв.м., из которых 80000 кв.м. арендуемая. ТРЦ «МореМолл» имеет оптимальное местоположение в городе Сочи, включает в себя 3 этажа с хорошей инфраструктурой: парковка на 2200 мест, 200 магазинов и 35 кафе и т.п. На данный момент предприятие успешно справляется со следующими задачами планирования:

- планировка пространства в ТРЦ: удобство расположение магазинов, парковки, фут-корта, кинотеатра, туалетов, информационной стойки и т.п.;
- проведение ремонтных работ и добавление новых активностей, например построение фонтана, усовершенствование визуального образа ТРЦ;
- планирование окупаемости заемных средств и предположительной прибыли на будущие периоды;
- планирование влияния конкурентов во всём Большом Сочи;
- развитие брендинга и продвижение в социальных сетях и т.п.

Основным показателем планирования финансовой структуры предприятия являются расходы – так как это первое, что делает любое предприятие: тратит, чтобы заработать. На рисунке 1 изображено соотношение выручки и расходов АО «МореМолл» с 2015 по 2018 года. [1]

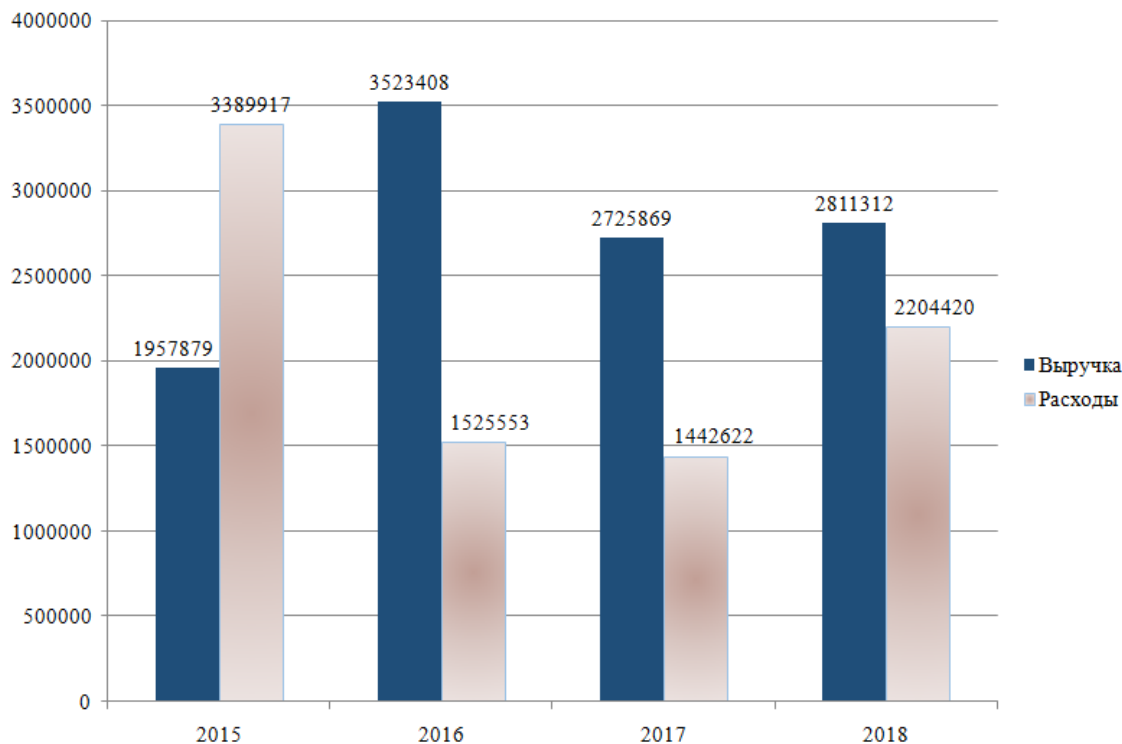


Рисунок 1 – Выручка и расходы АО «МореМолл», тыс. руб.

Как видно по графику 2015 год стал убыточным для организации, далее выручка значительно превышает расходы. Прибыль - является основным финансовым результатом деятельности предприятия. Она характеризует превышение денежного дохода предприятия над его затратами. [4, стр. 84]

Цель планирования прибыли заключается в определении оптимальной величины прибыли в планируемом году, резервов ее увеличения и основных направлений использования.

К финансовым результатам, планируемым на предприятии, относятся следующие показатели прибыли. [3, стр. 82]

- Валовая прибыль – Пв;
- Прибыль от продаж – Пр;
- Налогооблагаемая прибыль – Пно;
- Прибыль от обычной деятельности – Пд;
- Чистая прибыль – Пч.

Рентабельности – это относительный показатель, характеризующий эффективность деятельности предприятия, и рассчитывается как отношение

прибыли к затратам на ее получение. В случае ТРЦ будут рассчитаны два показателя: рентабельность продукции –  $R_{пр}$  и рентабельность продаж –  $R_p$ . На рисунке 2 изображены все расчёты.

Формула	Расчет	Итог, тыс. руб.
$\Pi_B = BP - C_{\text{пр}} - P_{\text{уп}}$	$\Pi_B = 2758116 - 959833 - 5882$	1792401
$\Pi_p = BP - C_{\text{пр}}$	$\Pi_p = 2758116 - 959833$	1798283
$\Pi_{\text{но}} = \Pi_p + (ОД - ОР) + (ВРД - ВРР)$	$\Pi_{\text{но}} = 1798283 + (15428 - 326170) + (37758 - 901529)$	623770
$\Pi_{\text{но}} = \Pi_{\text{д}} - Н_{\text{пр}} - О_{\text{п}}$	$\Pi_{\text{но}} = 623770 - 71405 - 11006$	541359
$\Pi_{\text{чп}} = \Pi_{\text{но}} - ПП$	$\Pi_{\text{чп}} = 541359 - 73770$	467589
$R_{\text{пр}} = \frac{\Pi_p}{C_{\text{пр}}} * 100\%$	$R_{\text{пр}} = \frac{1798283}{959833} * 100\%$	187,35%
$R_p = \frac{BP - C_{\text{пр}}}{BP} * 100\%$	$R_p = \frac{2758116 - 959833}{2758116} * 100\%$	65,2%

Рисунок 2 – Расчет показателей финансовых результатов

Показатели в формулах: ВР - выручка от реализации продукции без косвенных налогов, Спр - производственная себестоимость этой продукции, Руп - управленческие расходы, ОД, ОР – операционные доходы и расходы соответственно; ВРД, ВРР – внереализационные доходы и расходы соответственно, Нпр – налог на прибыль; Оп – обязательные платежи из прибыли.

Итогом 2018 года была чистая прибыль в размере 467589 тыс. руб. Рентабельность продаж составила 65,2%, что означает превышение выручки над затратами. А рентабельность продукции 187,35% означает что столько процентов прибыли организация получает с каждой единицы себестоимости товаров.

Таким образом, с учетом специфика сферы деятельности, конкурентной среды и многозадачности торговых центров, руководство АО «МореМолл»

эффективно справляется с основными задачами планирования. А также, несмотря на увеличение расходов, показатели выручки и рентабельности обозначают оптимальный уровень распределения средств и планирования будущих периодов.

### Список литературы:

1. «АО МореМолл» // Rusprofile.ru © 2009-2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/758596>, дата обращения: 1.06.2020
2. Особенности брендинга торговых центров // © Bstudy - статьи для высших учебных заведений (info{at}bstudy.net) © 2017 – 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://bstudy.net/637309/ekonomika/osobennosti\\_brendinga\\_torgovyh\\_tsentrov](https://bstudy.net/637309/ekonomika/osobennosti_brendinga_torgovyh_tsentrov), дата обращения: 20.05.2020 г.
3. Практикум по планированию на предприятии: учебное пособие / Т. П. Тихомирова. 2-е изд. перераб. и доп. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2013. 136 с.
4. Тихомирова Т.П. Планирование на предприятии: Курс лекций. - Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.- пед. ун-та, 2004. - 86 с.
5. Торговые центры Сочи// ТурПоездка.ру © 2017 – Онлайн-портал для самостоятельных путешественников // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://turproezdka.ru/dosug/torgovye-centry-soci.html>, дата обращения: 1.06.2020
6. «Торговый центр» 22.05.2020 // Wikipedia [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Торговый\\_центр](https://ru.wikipedia.org/wiki/Торговый_центр), дата обращения: 26.05.2020 г.