

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ _____
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»
код и наименование направления

Оптовый оборот: анализ и обоснование резервов роста
тема

Руководитель _____ доцент к-тэкон. наук Л.И. Подачаина
подпись, дата должность ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ №451508357 ЭУ15-01Б-ЭП А.А. Радионова
подпись, дата номер зачетной книжки номер группы инициалы, фамилия

Красноярск 2019

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический
институт

Кафедра экономики и планирования
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 2019 г

ЗАДАНИЕ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

в форме бакалаврской

Студенту Радионой Алёне Андреевне
фамилия, имя, отчество

Группа ЭУ15-01Б-ЭП Направление 38.03.01.10.09
номер код

Экономика предприятий и организаций
наименование

Тема выпускной квалификационной работы Оптовый оборот: анализ и обоснование резервов роста

Утверждена приказом по университету № 5615/с от 26 апреля 2019 г. _____

Руководитель ВКР Л.И. Подачина, д-р экон. н-к, доцент, кафедра экономики и планирования
инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР законодательные и нормативные акты РФ, бухгалтерская и статистическая отчётность ООО «ЦИЛ», материалы собственных исследований

Перечень разделов ВКР

Введение

Глава 1 Оптовый оборот: понятие, сущность, виды и их классификация,

Глава 2 Анализ оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ»

Глава 3 Планирование оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ» и экономическое обоснование резервов роста

Заключение

Список используемых источников

Приложения

Перечень графического материала : Таблиц 41, Рисунков 3, Приложений 10

Руководитель ВКР _____
подпись инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению _____
подпись, инициалы и фамилия студента

« ____ » _____ 2019 г

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме: «Экономика предприятий и организаций (в сфере услуг)» содержит 95 страниц текстового документа, 10 приложений и 30 источников.

Основные понятия, используемые в данной работе: ОПТОВЫЙ ОБОРОТ, МЕТОДИКА АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ, МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ, ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ, АНАЛИЗ ТОВАРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА.

Цель бакалаврской работы: определение резервов роста оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ» на основе анализа и планирования.

Задачи бакалаврской работы: изучить понятие, сущность, виды и классификацию оптового оборота; рассмотреть методику его анализа и планирования; охарактеризовать методы планирования; дать кратко организационно экономическую характеристику ООО «ЦИЛ»; проанализировать динамику, состав, структуру оптового оборота ООО «ЦИЛ»; провести факторный анализ; проанализировать товарное обеспечение оптового оборота; спланировать оптовый оборот предприятия по общему объему, видам и формам продаж, а также по периодам года и ассортимента; разработать пути повышения оптового оборота.

В результате проведенного исследования были получены следующие результаты: в отчетном году оптовый оборот увеличился как в действующих, так и в сопоставимых ценах, продолжая тенденцию прошлых лет. Рост в отчетном году был достигнут за счет увеличения численности персонала на 2 человека. Анализ оптового оборота предприятия по формам продажи показал, что он на 100% состоит из складского оборота. Предприятия реализует свои товары в основном розничным предприятиям. В структуре оптового оборота преобладает товарная группа «Системы автоматизации», наименьший удельный вес занимает товарная позиция «Электрощитовая продукция». Эффективность использования товарных запасов возросла, так как произошло ускорение товарных запасов. Были предложены практические мероприятия, а именно расширение ассортимента и введение скидок.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОПТОВОГО ОБОРОТА.....	9
1.1. Оптовый оборот: понятие, сущность, виды и их классификация.	9
1.2. Методика анализа оптового оборота	12
1.3. Методика и методы планирования оптового оборота.....	20
2. АНАЛИЗ ОПТОВОГО ОБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЦИЛ».....	28
2.1. Краткая организационно-экономическая характеристика торгового предприятия ООО «ЦИЛ».....	28
2.2. Анализ динамики, состава и структуры оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ».....	33
2.3. Факторный анализ оптового оборота.....	40
2.4. Анализ товарного обеспечения оптового оборота торгового предприятия ООО "ЦИЛ"	45
3. ПЛАНИРОВАНИЕ ОПТОВОГО ОБОРОТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЦИЛ» И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА.....	52
3.1. Планирование общего объёма оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ».....	52
3.2. Планирование оптового оборота торгового предприятия по составу, структуре и периодам года.....	58
3.3. Разработка мероприятий, направленных на оптимизацию состава и структуры оптового оборота и их экономическое обоснование	63
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	78
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	82

Введение

Одним из основных звеньев в сфере обращения является оптовая торговля. Она накапливает на своих складах определенные товарные ресурсы и снабжает товарами предприятия розничной торговли, общественного питания, промышленности, других покупателей. На оптовых предприятиях сортируют, фасуют, упаковывают и хранят товары. В условиях формирования и развития рыночных отношений оптовая торговля должна активно способствовать увеличению объема производства, расширению ассортимента и улучшению качества товаров, успешному развитию розничной торговли, общественного питания, более полному удовлетворению потребностей населения в товарах народного потребления [13].

Оптовый оборот — один из важнейших синтетических показателей развития как на уровне предприятия, так и на уровне региона, страны в целом.

Главной целью оптовых предприятий является получение максимальной прибыли, а оптовый оборот выступает в качестве необходимого и важнейшего условия, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля от реализации товаров, то максимизация прибыли требует постоянного увеличения объема оптового оборота как основного фактора роста доходов и прибыли, а также относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда. Поэтому анализ и планирование оптового оборота занимает первостепенное значение в деятельности предприятия оптовой торговли. Этим и объясняется актуальность темы бакалаврской работы.

Целью данной работы является определение резервов роста оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ» на основе анализа и планирования.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить понятие, сущность, виды и классификацию оптового оборота;
- рассмотреть методику анализа и планирования оптового оборота в современных условиях;
- охарактеризовать методы планирования оптового оборота предприятия;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику ООО «ЦИЛ»;
- проанализировать динамику, состав, структуру оптового оборота ООО «ЦИЛ»;
- провести факторный анализ оптового оборота предприятия;
- проанализировать товарное обеспечение оптового оборота;
- спланировать оптовый оборот предприятия по общему объёму, видам и формам продаж, а также по периодам года и ассортименту;
- разработать пути повышения оптового оборота.

Предметом исследования в бакалаврской работе является оптовый оборот. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ООО «ЦИЛ».

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: Ю.Л. Александрова, А.Н. Соломатина, Н.Н.Терещенко и др.; а также законодательство Российской Федерации и его структур; публикации в периодической печати; учебники и учебные пособия; результаты собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов планирования: экономико-статистических, экономико-математических и метода экспертной оценки. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Бакалаврская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 95 стр. Бакалаврская работа иллюстрирована 3 рисунками, 41 таблицами, 10 приложениями. Список использованных источников включает в себя 30 источников.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОПТОВОГО ОБОРОТА.

1.1 Оптовый оборот: понятие, сущность, виды и их классификация.

Специфика функционирования оптовой торговли предопределяет и особенности ее оборота. Если оборот розничной торговли отражает продажу товаров непосредственно населению, то оптовый характеризует движение товаров из сферы производства в сферу обращения и внутри ее.

Оптовый оборот – это продажа товаров, как правило, крупными и средними партиями для последующей перепродажи, переработки или производственного потребления [7].

Оптовый оборот – продажа товаров крупными партиями для дальнейшей перепродажи или производственного потребления [9].

Оптовый оборот – реализация товаров крупными партиями предприятиям розничной торговли и общественного питания для последующей продажи населению, промышленным и другим предприятиям и учреждениям для производственных целей и вне рыночного потребления [12].

В оборот оптовой торговли включаются стоимость отгруженных (переданных) товаров на сторону, приобретенных ранее на стороне для целей перепродажи, а также комиссионное вознаграждение оптовых посредников, совершающих сделку по купле-продаже от имени и за счет других лиц или фирм. Обязательным признаком операции оптовой купли-продажи товаров является наличие счета-фактуры на отгрузку товаров.

Оптовый оборот можно классифицировать по ряду признаков, представленных в приложении 1.

Основным признаком классификации оптового оборота является его подразделение на виды по направлениям и формам продажи.

Оптовый оборот по направлению продажи включает в себя обороты по реализации, межрегиональный, межгосударственный, внутрисистемный оборот:

$$\text{Овал} = \text{Ор} + \text{Омр} + \text{Омг} + \text{Овс}, \quad (1)$$

где Овал – общий объем оптового оборота (валовой оборот), тыс. руб.;
Ор – оборот по реализации, тыс. руб.; Омр – межрегиональный оборот, тыс. руб.; Омг – межгосударственный оборот, тыс. руб.; Овс – внутрисистемный оборот, тыс. руб.

Оборот по реализации представляет собой продажу потребительских товаров:

— предприятиям розничной торговли, общественному питанию для последующей перепродажи и переработки;

— производственным предприятиям для переработки или внутрипромышленного потребления;

— государственным учреждениям и организациям.

Таким образом, оборот по реализации может быть рассчитан по формуле

$$\text{Ор} = \text{Орр} + \text{Оп/п} + \text{Оп/пот} + \text{Огос.уч.}; \quad (2)$$

где Орр – продажа товаров предприятиям розничной торговли и общественного питания, тыс. руб.; Оп/п – продажа товаров производственным предприятиям для последующей переработки, тыс. руб.; Оп/пот – продажа товаров производственным предприятиям для внутреннего промышленного потребления, тыс. руб.; Огос.уч. – продажа товаров государственным учреждениям и организациям для удовлетворения нужд их контингента и текущих нужд, тыс. руб.

Таким образом, оптовый оборот по реализации направлен на обслуживание потребностей внутреннего потребительского рынка, и прежде всего потребностей предприятий розничной торговли и общественного питания.

Межрегиональный оптовый оборот представляет собой оптовую реализацию потребительских товаров между различными предприятиями регионов страны и характеризуется перемещением товарной массы между отдельными регионами в основном в связи с неравномерностью

территориального размещения и сезонностью производства и потребления товаров, а также в связи с объемом и структурой спроса региональных клиентов оптового предприятия. [19]

Межгосударственный оптовый оборот представляет собой оптовую продажу товаров за пределами государства в соответствии с международными соглашениями различного организационного уровня (как на уровне государства, так и на уровне отдельных оптовых предприятий, организаций).

Внутрисистемный оптовый оборот возникает в случае продажи потребительских товаров между самими предприятиями оптовой торговли. Данный оптовый оборот может возникать в случае территориального размещения предприятий оптовой торговли по стране (например, головное оптовое предприятие и сеть его филиалов оптовых предприятий по всей территории страны), а также в результате ошибок в проведении закупок оптового предприятия и необходимости пополнения товарных запасов товарами для удовлетворения потребностей своих клиентов. [19]

В зависимости от форм продажи различают складской и транзитный оборот. Складской оборот представляет собой оптовую продажу товаров со складов оптовых баз. При транзитной форме оптового оборота товары поступают к клиентам оптового предприятия, минуя различные промежуточные звенья, склады предприятия.

Состав транзитного оптового оборота различен для отрасли и для отдельного оптового предприятия. Для отдельного оптового предприятия транзитным является отпуск товаров своим покупателям непосредственно со складов других оптовых баз и предприятий промышленности. В масштабах же отрасли такой оборот является складским.

Транзитный оптовый оборот подразделяется на два вида:

– транзитный оборот без участия в расчетах оптовой базы, когда оптовое предприятие получает вознаграждение за организацию продвижения товаров, оказания посреднических услуг;

– транзитный оборот с участием в расчетах, когда оптовое предприятие получает вознаграждение как собственник, оплативший стоимость товаров.

Размер и соотношение складского и транзитного оборотов зависят главным образом от различных факторов, которые представлены в приложении 2

Для каждого конкретного оптового предприятия значимость этих факторов при обосновании объема оптового оборота по формам продаж различна, что обусловлено конкретными условиями деятельности как самого предприятия, так и его клиентов.

В следующем пункте бакалаврской работы охарактеризуем методику анализа оптового оборота.

1.2 Методика анализа оптового оборота

Анализ оптового оборота занимает важное место в экономическом анализе основных показателей торгово-финансовой деятельности предприятия, так как от размера и структуры оптового оборота зависят многие экономические показатели работы предприятия (издержки, доходы, прибыль, рентабельность деятельности и др.).

Главный смысл осуществления анализа оптового оборота заключается в выявлении резервов его роста и повышения эффективности деятельности предприятия в целом на основе оптимизации объема, состава и структуры оборота.

Анализ оптового оборота целесообразно осуществлять по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному, содержание которых представлено в приложении 3.

Первоначальным этапом анализа оптового оборота является подготовительный, в ходе которого определяются цели и задачи проведения исследования; осуществляется выбор предмета и объекта анализа, методов его проведения, определяются сроки, исполнители анализа и круг

необходимой информации; изучаются основные экономические предпосылки (приложение 4).

Основной целью проведения анализа оптового оборота является выявление резервов его роста на основе комплексного исследования оборота.

В соответствии с данной целью при анализе оптового оборота ставятся и решаются ряд основных задач:

- изучение основных СТЭП-факторов, определяющих условия деятельности оптового предприятия и развития его оборота;

- оценка развития оптового оборота предприятия в динамике по общему объему, составу и структуре, а также во временном аспекте;

На первоначальном этапе определяется круг необходимой для осуществления анализа первичной и вторичной информации. При анализе оптового оборота используется, прежде всего, вторичная информация, включающая в себя, во-первых, внутренние источники информации:

- бухгалтерская и статистическая отчетность оптового предприятия (баланс, форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках», форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», оперативная бухгалтерская и статистическая отчетность и т. п.);

- материалы аудиторских проверок, ревизий и т. п.;

- служебные, докладные записки; материалы производственных совещаний и т. п.;

во-вторых, внешние источники информации:

- статистические сборники и записки (информация по региону деятельности оптового предприятия об уровне цен, ставок, тарифов; об изменении основных СТЭП-факторов, определяющих условия деятельности оптового предприятия, и т. п.);

- материалы периодической печати; путеводители по закупкам, ярмаркам, конференциям, совещаниям, отраслевые реестры (информация о конкурентном окружении оптового предприятия, о состоянии и тенденциях

развития конъюнктуры товарных рынков; прогрессивных способах и методах товародвижения и продажи товаров и т. д.).

При недостатке вторичной информации для осуществления анализа оптового оборота используется первичная информация, которая в зависимости от цели и задач анализа может включать в себя:

- материалы проведенных маркетинговых исследований товарных рынков и рынка потребительских товаров региона деятельности оптового предприятия;

- результаты исследований закупок потребительских товаров и оценки конкурентоспособности основных поставщиков и покупателей товаров;

- материалы исследований по активизации и оптимизации сбытовой, ценовой, рекламной и др. стратегий и политики деятельности оптового предприятия и т. д.

После выявления источников и круга необходимой информации определяются сроки и исполнители проведения анализа оптового оборота. Сроки проведения анализа определяются в зависимости от цели и задач осуществления анализа. Выбор исполнителей проведения анализа оптового оборота зависит от ряда следующих факторов:

- цель и задачи анализа;

- степень глубины и детализации проводимого анализа;

- наличие на оптовом предприятии квалификационных в данной области знаний кадров;

- круг заинтересованных лиц, которым будет представлена информация о результатах проведенного анализа: внутренние пользователи информации (администрация, специалисты предприятия и т. д.) или внешние пользователи информации (банки и другие финансово-кредитные учреждения, инвесторы, покупатели и т. д.).

В зависимости от влияния вышеперечисленных факторов исполнителями экономического анализа оптового оборота предприятия

могут быть как квалифицированные специалисты самого предприятия (экономисты, бухгалтера, финансисты и т. п.); так и внешние специалисты (работники специализированных бюро, контор, аудиторских фирм; специальных служб, ревизионных, финансово-кредитных учреждений и т. п.).

При проведении анализа оптового оборота могут использоваться как традиционные, так и математические методы экономического анализа, представленные в приложении 5.

Важным завершающим направлением подготовительного анализа оптового оборота предприятия является изучение и оценка экономических предпосылок, основные из которых сведены в приложение 4.

После окончания подготовительного этапа исследователи приступают к выполнению основного этапа анализа оптового оборота, осуществляемого по ряду направлений: анализ динамики общего объема оптового оборота; оценка его состава и структуры по видам и формам продаж, анализ оборота во временном и ассортиментном разрезах, факторный анализ оптового оборота, анализ источников закупки товаров и оценка выполнения договоров поставки и продажи товаров отдельными поставщиками и покупателями.

Анализ динамики общего объема оптового оборота осуществляется за ряд лет в действующих и сопоставимых ценах.

Объем оптового оборота в сопоставимых ценах (Ос.ц.) рассчитывается путем деления оптового оборота в действующих ценах (Од.ц.) на соответствующий индекс оптовых цен (Иц):

$$\text{Ос.ц.} = \frac{\text{Од.ц.}}{\text{Иц}}. \quad (3)$$

Анализируя динамику оптового оборота, используют показатели «темпа роста» и «темпа прироста», которые рассчитываются по следующим формулам:

$$\text{Тр} = \frac{O_1}{O_0} \times 100, \quad (4)$$

где T_r – темп роста, %; O_1 – объем оборота текущего (отчетного) периода, тыс. руб.; O_0 – объем оптового оборота базисного периода, тыс. руб.;

$$T_{пр} = T_r - 100, \quad (5)$$

где $T_{пр}$ – темп прироста оптового оборота, %.

Также для характеристики динамики оптового оборота целесообразно рассчитывать среднегодовой темп роста оборота, определяемого по следующей формуле:

$$\overline{T_r} = \sqrt[n-1]{\frac{O_n}{O_0}}, \quad (6)$$

где n – количество периодов; O_n – объем оптового оборота последнего года в динамическом ряду, тыс. руб.

Далее в ходе анализа осуществляется оценка состава и структуры оптового оборота предприятия по видам и формам продажи.

Для более полного анализа целесообразно рассмотреть подробнее состав и структуру основного вида оптового оборота – оборота по реализации в разрезе основных его направлений: оборота по оптовой продаже потребительских товаров предприятиями розничной торговли и общественного питания, оптового оборота по реализации товаров внерыночным потребителям; оптового оборота по продаже потребительских товаров производственным потребителям, оптового оборота по формированию государственного резерва и страховых фондов.

Анализ оптового оборота по формам продажи имеет важное значение для предприятия, так как соотношение доли складского и транзитного оборотов во многом определяет размер издержек обращения предприятия, а следовательно, и уровень рентабельности его деятельности. При анализе рассматривается динамика изменения соотношения складского и транзитного оборотов, выясняются причины происходящих изменений и определяются

целесообразность и эффективность этих форм оптового оборота для предприятия в условиях действующей внутренней и внешней среды.

Следующим направлением анализа оптового оборота является оценка динамики оборота во временном аспекте, т. е. в разрезе кварталов и месяцев. Для оценки равномерности развития оптового оборота по периодам времени рассчитываются коэффициент равномерности и индексы сезонности.

Коэффициент равномерности (K_p) рассчитывается с помощью данных по следующим формулам:

$$K_p = 100 - V, \quad (7)$$

где V – коэффициент вариации, %;

$$V = \frac{\sigma \times 100}{\bar{X}}, \quad (8)$$

где σ – среднеквадратическое отклонение; \bar{X} – средний процент (темп роста) оборота по общему объему, %;

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}}, \quad (9)$$

где n – число составляющих (месяцев, кварталов); x – процент (темп роста) оборота по отдельным временным периодам (месяцам, кварталам), %.

Для оценки распределения оптового оборота по отдельным месяцам и кварталам отчетного года целесообразно также осуществлять расчет индексов сезонности (I_c), которые рассчитываются по следующей формуле:

$$I_c = \frac{O_i}{\bar{O}}, \quad (10)$$

где O_i – выполнение плана оптового оборота (темп изменения) за отдельный период времени (месяц, квартал), тыс. руб.; \bar{O} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оптового оборота, тыс. руб.

Следующим направлением анализа оптового оборота является анализ динамики оптового оборота в ассортиментном разрезе. В ходе анализа товарного ассортимента оптового оборота осуществляется расчет оптового

оборота, его изменение и выявление причин этих изменений; оценка изменения структуры оборота на его общий размер.

Также для более полного анализа оптового оборота в разрезе ассортиментной структуры целесообразно рассчитать коэффициент абсолютных структурных сдвигов в обороте (Кстр.сдв.), определяемый по следующей формуле

$$\text{Кстр.сдв.} = \sqrt{\frac{\sum (F_i^1 - F_i^0)^2}{n}}, \quad (11)$$

где F_i^0 – удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оптового оборота предшествующего года, %; F_i^1 – удельный вес i -й товарной группы в общем объеме оптового оборота отчетного года, %; n – количество товарных групп.

Анализ структурных сдвигов в общем объеме оптового оборота позволяет выявить основные изменения в товарной структуре оборота и оценить влияния этих изменений на общий размер оборота.

Важным направлением основного этапа анализа оптового оборота является проведение факторного анализа, т. е. выявление и оценка влияния различных факторов на изменение оптового оборота.

Методику расчета влияния различных факторов на изменение оптового оборота приведем в приложении 6.

Завершающим направлением основного этапа анализа оптового оборота является анализ источников закупки товаров и оценки выполнения договоров поставки и продажи товаров отдельными поставщиками и покупателями.

На данном этапе анализа осуществляется оценка структуры источников закупки и поступления товаров в оптовое предприятие; дается характеристика основных поставщиков товаров и их удельный вес в общем объеме поставок товаров, оцениваются условия и порядок транспортировки и расчетов за поставляемые товары, анализируется выполнение договоров

поставки и продажи товаров отдельными поставщиками и покупателями.

При этом целесообразно осуществить расчет и анализ ряда показателей:

– коэффициента равномерности поставок (K_p), рассчитываемого по формуле (7), (8), (9):

– коэффициент ритмичности поставки товаров ($K_{\text{ритм}}$), определяемый по следующей формуле:

$$K_{\text{ритм}} = \sum \left(1 - \frac{\Pi_{\phi}^i}{\Pi_k^i}\right), \quad (12)$$

где $K_{\text{ритм}}$ – коэффициент ритмичности поставок товаров; Π_{ϕ}^i – фактическая поставка товаров за i -й период времени, тыс. руб.; Π_k^i – поставка товаров по контракту за аналогичный период времени, тыс. руб.

На заключительном этапе анализа оптового оборота осуществляется SWOT-анализ, в ходе которого определяются сильные и слабые стороны деятельности предприятия, угрозы и возможности в его работе, и на основе проведенного анализа выявляются и обосновываются резервы роста и объема оптового оборота, оптимизации его структуры и состава. Для достижения выявленных резервов увеличения объема оптового оборота разрабатывается план мероприятий, содержащий конкретные рекомендации по росту оборота и рационализации его состава и структуры.

В следующем пункте бакалаврской работы рассмотрим методику и методы планирования оптового оборота.

1.3. Методика и методы планирования оптового оборота

Планирование – это процесс разработки и установление предприятием системы количественных и качественных показателей его развития, которые определяет темпы, пропорции, тенденции развития данного предприятия, как в текущем периоде, так и на перспективу. Выбор объекта и предмета планирования зависит от поставленной цели. Основной целью планирования оптового оборота торгового предприятия является определение возможного его объема при определённых прогнозных ограничениях и в соответствии с

выбранной стратегией деятельности предприятия на рынке сбыта. Следовательно, предметом планирования является оптовый оборот, а объектом – какое-либо конкретное предприятие торговли. Планирование оборота оптовой торговли состоит из трех этапов: подготовительный, основной и заключительный. Данные этапы структурированы и представлены в приложении 7.

Для выполнения основного этапа планирования оптового оборота, необходимо определить подходящие методы планирования, которые отображены на рисунке 1. Их Характеристика представлена далее.



Рисунок 1.1 –Методы планирования оптового оборота [17]

Для планирования оптового оборота по реализации возможно использование экономико-статистических методов планирования, в частности расчет на основе среднегодовых темпов роста и на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

При использовании метода планирования на основе среднегодовых темпов роста первоначально определяется среднегодовой темп роста оптового оборота по реализации за ряд лет по формуле

$$\overline{T_p} = \sqrt[n-1]{\frac{Op_n}{Op_0}}, \quad (13)$$

где $\overline{T_p}$ – среднегодовой темп роста оптового оборота по реализации;
 Op_n – объем оптового оборота по реализации за отчетный период, тыс. руб.;
 Op_0 – объем оптового оборота по реализации за базисный период, тыс. руб.; n – количество временных периодов в динамическом ряде.

Затем рассчитывается плановый объем оптового оборота по реализации по формуле

$$Op_{пл} = \frac{Op_r \cdot \overline{T_p} \cdot I_{ц}}{100}, \quad (14)$$

где $Op_{пл}$ – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.;
 $I_{ц}$ – индекс оптовых цен в планируемом периоде.

При использовании метода планирования объема оптового оборота на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней осуществляется построение динамического ряда оптового оборота (как правило, темпов роста или темпов прироста) и последовательное выравнивание показателей ряда по скользящей средней. При этом каждому показателю динамического ряда оптового оборота последовательно присваивают условное обозначение K и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда.

Затем определяется прирост рассчитанных выровненных показателей

$$(\Delta \bar{K}): \Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1} = \frac{\bar{K}_3 - \bar{K}_1}{3-1}, \quad (16)$$

где n – количество средних значений в динамическом ряде.

Далее находят планируемый показатель K_6 :

$$K_6 = K_4 + 2\Delta \bar{K}. \quad (17)$$

Планируемый объем оптового оборота предприятия торговли определяется по следующей формуле [12]

$$O_{\text{пл}} = \frac{O_1 \cdot \text{Тр}_{\text{пл}} \cdot J_{\text{ц}}}{100}, \quad (18)$$

где O_1 – оптовый оборот отчетного периода, тыс.руб.; $\text{Тр}_{\text{пл}}$ – планируемый темп роста оптового оборота, тыс. руб., рассчитанный по скользящей средней, %; $J_{\text{ц}}$ – индекс цен.

Для планирования оптового оборота по реализации возможно также использование экономико-математического моделирования, заключающегося в выявлении математической зависимости развития оптового оборота в динамике от основных факторов, его определяющих, и построение на этой основе модели, например, многофакторной модели линейного вида [13]:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (19)$$

где y – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.; $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ – параметры уравнения; $x_0, x_1, x_2, \dots, x_n$ – факторы, оказывающие основное влияние на объем оптового оборота, тыс. руб.

В качестве основных факторов, определяющих величину и развитие оптового оборота по реализации, могут выступать темпы изменения объема розничного товарооборота, темпы изменения деятельности предприятий, являющихся клиентами оптового предприятия (производственного предприятия, государственного учреждения и т. п.), индекс цен, временной фактор и др.

Следующим направлением планирования общего объема оптового оборота является расчет планового оборота по формам продажи, т. е.

складского и транзитного оборотов. При планировании оптового оборота по формам продажи используются следующие методы:

1) экономико-статистические методы, в частности расчет по среднегодовым темпам роста и путем выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

При использовании метода планирования на основе расчета среднегодовых темпов роста первоначально определяется среднегодовой темп роста различных форм оптового оборота:

$$\begin{aligned}\overline{\text{Тр}}_{\text{скл}} &= \sqrt[n-1]{\frac{\text{Оскл}_n}{\text{Оскл}_0}} \cdot 100, \\ \overline{\text{Тр}}_{\text{тр}} &= \sqrt[n-1]{\frac{\text{Отр}_n}{\text{Отр}_0}} \cdot 100,\end{aligned}\tag{20}$$

где $\overline{\text{Тр}}_{\text{скл}}$ – среднегодовой темп роста складского оборота, %; $\overline{\text{Тр}}_{\text{тр}}$ – среднегодовой темп роста транзитного оборота, %; Оскл_n , Оскл_0 – объем складского оборота за отчетный и базисный периоды, тыс. руб.; Отр_n , Отр_0 – объем транзитного оборота за отчетный и базисный периоды, тыс. руб.

Далее определяется плановый объем складского и транзитного оборотов по следующим формулам:

$$\begin{aligned}\text{Оскл}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Оскл}_n \cdot \overline{\text{Тр}} \cdot \text{Иц}}{100} \\ \text{Отр}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Отр}_n \cdot \overline{\text{Тр}} \cdot \text{Иц}}{100}\end{aligned}\tag{21}$$

где Иц – плановый индекс оптовых цен.

При использовании метода планирования на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней осуществляется построение динамического ряда доли складского (или транзитного) оборота в общем объеме оптового оборота и проводится выравнивание показателей динамического ряда по скользящей средней с целью определения планового удельного веса конкретной формы оптового оборота

Далее рассчитывается плановая доля складского оборота в будущем периоде ($Д_{скл_{пл}}$) по формуле $К_{пл} = K_{n-1} + 2\Delta\bar{K} : Д_{скл_{пл}} = K_4 + 2\Delta\bar{K}$ и определяется плановый объем складского оборота по формуле

$$О_{скл_{пл}} = \frac{О_{вал_{пл}} \cdot Д_{скл_{пл}}}{100}; \quad (22)$$

2) экономико-математический метод, в частности экстраполяции оборота по каждой форме продажи, позволяющей определить тенденции их развития и установить интенсивность составных частей оптового оборота по формам продажи [7]

$$y_t = f(x_1; x_2 \dots x_n). \quad (23)$$

Расчет на основе экстраполяции теоретической тенденции осуществляется следующим образом:

– определение теоретических тенденций, наиболее точно описывающих фактическое развитие каждой формы продажи. Например: складской оборот $y = a + vt + ct^2$, транзитный $y = a + bt$;

3) метод экспертных оценок, основанный на мнении экспертов о возможном соотношении складского и транзитных оборотов в будущем периоде с учетом следующих факторов [13]:

- величина складской площади оптового предприятия и эффективность их использования;
- развитие прогрессивных форм и методов продажи товаров;
- география основных поставщиков потребительских товаров;
- каналы товародвижения потребительских товаров;
- сезонность производства, реализации и потребления товаров;
- вид реализуемых товаров, сложность их ассортимента и необходимости преобразования производственного ассортимента в торговый;
- необходимость увеличения доли складского оборота для улучшения качества торгового обслуживания;
- рациональное распределение товарных запасов между оптовым и розничным звеном;

– создание благоприятных условий для маневрирования товарными ресурсами.

Вторым направлением основного этапа планирования оптового оборота является расчет оптового оборота во временном и ассортиментном аспектах.

Планирование оптового оборота на будущий год по периодам года может осуществляться такими методами, как расчет на основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме оптового оборота и расчет с помощью индексов сезонности.

При планировании оптового оборота по периодам года на основе средних удельных весов квартальных оборотов в годовом объеме оптового оборота первоначально рассчитывают средние удельные веса квартальных оборотов за последние два-три года работы предприятия по средней арифметической:

$$\bar{Уд.в}_{1кв} = \frac{Уд.в_{1года\ 1кв} + Уд.в_{2года\ 1кв} + Уд.в_{3года\ 1кв}}{3}; \quad (24)$$

$$\bar{Уд.в}_{2кв} = \frac{Уд.в_{1года\ 2кв} + Уд.в_{2года\ 2кв} + Уд.в_{3года\ 2кв}}{3} \text{ и т. д.}$$

Тогда квартальные оптовые обороты в будущем году будут равны:

$$O_{пл.}^{1кв} = \frac{O_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в}_{1кв}}{100}, \quad O_{пл.}^{2кв} = \frac{O_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.в}_{2кв}}{100} \text{ и т. д.} \quad (25)$$

При планировании квартальных оборотов оптовой торговли *с помощью индексов сезонности* расчеты осуществляются умножением среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности соответствующего квартала (уточненные):

$$\bar{O}_{кв.пл.} = \frac{O_{пл.}^{год}}{4}, \quad (26)$$

где $\bar{O}_{кв.пл.}$ – среднеквартальный оптовый оборот предприятия планируемого года, тыс. руб.; $O_{пл.}^{год}$ – оптовый оборот планируемого года, тыс. руб.; 4 – количество кварталов в году.

$$\bar{O}_c^{1кв} = O_{кв.пл.} \cdot J_c^{1кв}, \quad (27)$$

где $J_c^{1кв}$ – индекс сезонности первого квартала.

Индексы сезонности рассчитывают как отклонение фактического уровня соответствующего месяца к уровню, рассчитанному по методу скользящей средней или по уравнению тренда.

При планировании структуры оптового оборота на практике могут использоваться следующие методы: метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней и расчет на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оптового оборота.

Расчеты структуры оборота оптовой торговли предполагают определение оборота либо по отдельным товарам и товарным группам, либо по продовольственным и непродовольственным товарам. Метод выравнивания по скользящей средней рассмотрен при планировании общего объема оборота оптовой торговли.

При использовании метода расчета на основе средних удельных весов оборотов товарных групп в годовом объеме оборота сначала рассчитывают средние удельные веса оборотов конкретных товарных групп за последние два-три года работы предприятия по формуле средней арифметической:

$$\bar{Уд.В.}_{тов.гр} = \frac{Уд.В._{1года, i-й\ тов.гр.} + Уд.В._{2года, i-й\ тов.гр.} + Уд.В._{3года, i-й\ тов.гр.}}{3} \text{ и т. д.}$$

Тогда оборот розничной торговли i -й товарной группы в будущем году будет равен [7]

$$O_{пл.}^{1тов.гр} = \frac{O_{пл.}^{год} \cdot \bar{Уд.В.}_{тов.гр.}}{100} \text{ и т. д.} \quad (28)$$

Изучение оптового оборота как основного показателя деятельности торгового предприятия позволит провести анализ оптового оборота ООО «ЦИЛ» во второй главе бакалаврской работы.

Заключение

В выпускной квалификационной работе были выполнены следующие задачи:

- изучены понятия, формы и направления продаж оптового оборота;
- рассмотрена методика анализа и планирования оптового оборота;
- охарактеризованы методы планирования оптового оборота;
- дана организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия ООО «ЦИЛ»;
- произведён анализ динамики и структуры оптового оборота торгового предприятия;
- оценено влияние факторов на оптовый оборот предприятия;
- проанализировано товарное обеспечение оптового оборота;
- проведено планирование оптового оборота по общему объёму и распределение его по формам и направлениям продаж;
- проведено планирование оптового оборота по периодам года и ассортименту;
- разработаны рекомендации, направленные на увеличение оптового оборота торгового предприятия ООО «ЦИЛ».

На основании проведённого анализа и планирования можно сделать следующие выводы:

К положительным моментам можно отнести:

1. Увеличение оптового оборота, как в действующих, так и в сопоставимых ценах (на 10,56% и 6,02% по сравнению с прошлым годом соответственно), в том числе на 1 кв.м. складской площади.
2. В динамике за 5 лет происходило равномерное увеличение оптового оборота по годам в действующих ценах, что в

абсолютном выражении составляет 61 864 тыс. руб., а в относительном прирост составил 80,85%.

3. В отчётном году оптовый оборот увеличился не только в стоимостном выражении, но и в физическом, причем за счет роста физического объема оборота был достигнут наибольший прирост объема продаж, который составил 7509,8 тыс. руб.
4. Увеличение товарных запасов на начало и поступления товаров в отчётном периоде способствовало росту оптового оборота на 4861 и 4951 тыс. руб. соответственно.
5. Позитивное влияние на оптовый оборот по себестоимости также оказало уменьшение товарных запасов на конец, благодаря чему было высвобождено из товарных запасов 5907,71 тыс. руб.

К негативным моментам деятельности предприятия ООО «ЦИЛ» можно отнести следующие факторы:

1. По сравнению с прошлым годом чистая прибыль уменьшилась на 4565 тыс. руб., а рентабельность конечной деятельности на 2,7%. Это свидетельствует о падении эффективности работы торгового предприятия. Данная тенденция относится к ряду негативных.
2. Увеличение фонда заработной платы при снижении производительности труда одного работника.
3. Проводя анализ оптового оборота предприятия по формам продаж, пришли к выводу, что наибольший удельный вес приходится на складской оборот – 100%, как в прошлом, так и в отчётном году. Это означает, что товары поступают к клиентам через различные промежуточные звенья (склады предприятия), что отрицательно сказывается на деятельности предприятия.

В бакалаврской работе используем следующие методы планирования: экономико-статистические, а именно на основе среднегодовых темпов роста

и выравнивание динамического ряда по скользящей средней, экономико-математический и метод экспертных оценок.

Обоснование планируемого значения оптового оборота методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней является минимальным, методом экспертных оценок спланирован небольшой объём, экономико-статистический метод содержит погрешность 2 %, следовательно, оптимальным является значение планируемого объёма оптового оборота, а именно 158788 тыс. руб., полученное среднестатистическим методом, а именно по среднегодовым темпам роста. Так как в основе этого метода лежит изучение динамики исследуемого показателя в ретроспективном периоде и экстраполяция существующих тенденций на будущее.

По результатам планирования оптового оборота на следующий год, можно сказать, что наибольший объём продаж придется на 2 квартал - 54119,94 тыс.руб., наименьший на 1 квартал - 30190,79 тыс.руб. Результат спланирован на основе индекса сезонности, так как при планировании закупок непродовольственных товаров необходимо учитывать сезонность.

Оптовый оборот в разрезе товарных групп был спланирован двумя методами. За основу принимаются данные, спланированные методом выравнивания динамического ряда удельных весов, так как в данном случае будут наиболее точно учтены колебания оборота.

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре оптового оборота ООО «ЦИЛ» в 2019 году займёт товарная группа «Системы автоматизации» – 26,4% или 41920,03 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «Электрощитовая продукция» – 3,5% или 5557,58 тыс. руб.

Рассматриваемому предприятию оптовой торговли для повышения эффективности деятельности в частности оптового оборота предлагается:

1. Расширение ассортимента электроинструментов за счет введения в линейку новой товарной группы «триммеры» на основании анкетирования клиентов.
2. Расширение клиентской базы путём заключения договора с ООО «ГруппСибХолдин» на 12 млн. руб.

Внедрение предложенных рекомендаций по расширению ассортимента и расширению клиентской базы приведёт к увеличению оптового оборота на 38 999 млн. руб.

Подводя итог, следует отметить, что полученные результаты анализа и планирования торгово-хозяйственной деятельности предприятия заслуживают положительной оценки, так как произойдёт увеличение оптового оборота и ряда других основных экономических показателей. Таким образом, деятельность ООО «ЦИЛ» следует признать экономически эффективной.

Классификация оптового оборота

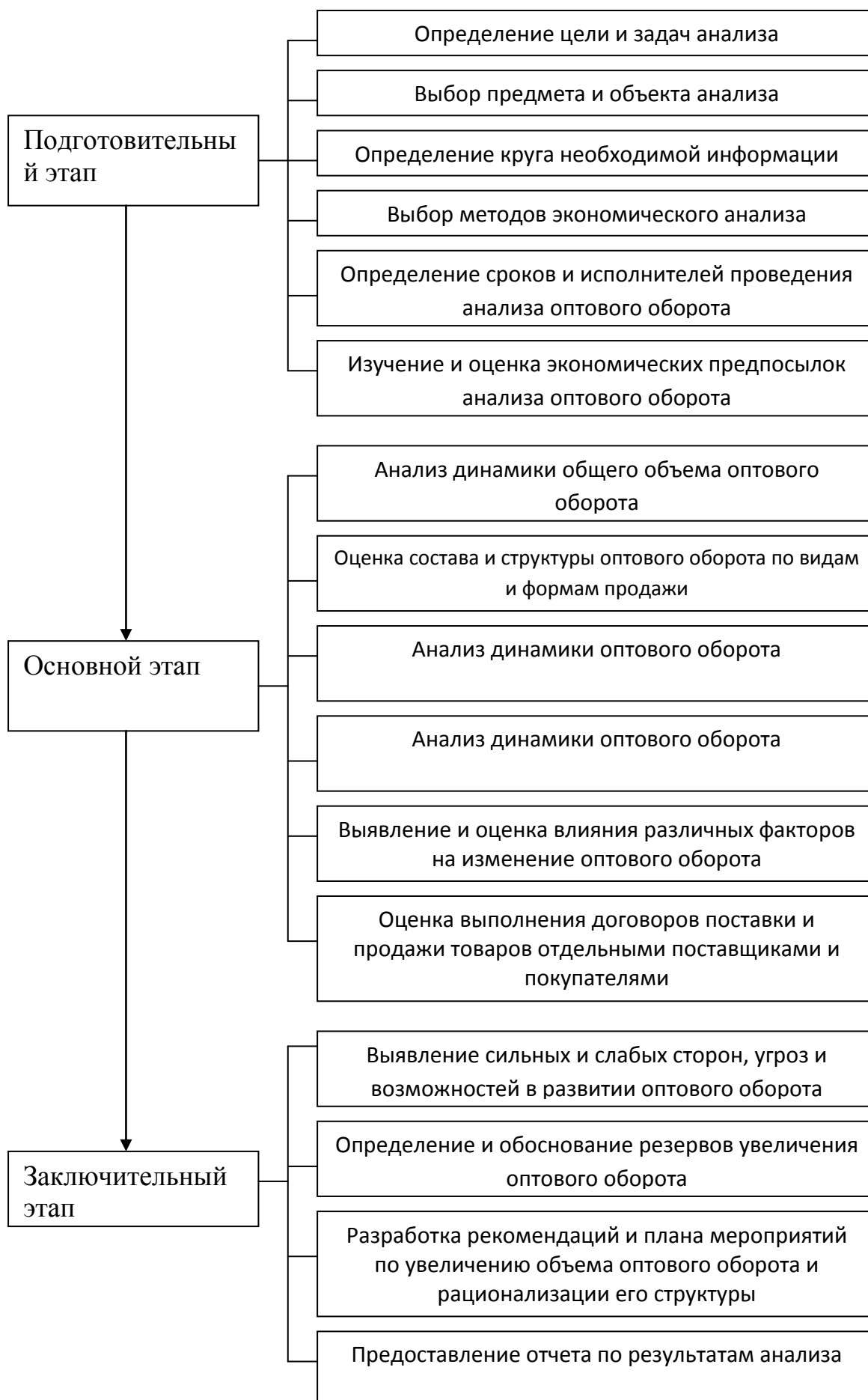
Таблица 1.1 – Виды оптового оборота и их классификация [13]

Признаки классификации	Виды оптового оборота
По видам	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовый оборот по реализации - Межрегиональный оптовый оборот - Межгосударственный оптовый оборот - Внутрисистемный оптовый оборот
По формам продажи	<ul style="list-style-type: none"> - Складской оборот - Транзитный оборот
По клиентуре	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовая продажа товаров предприятиям розничной торговли - Оптовый оборот по реализации потребительских товаров предприятиям общественного питания - Оптовая продажа потребительских товаров промышленным предприятиям - Оптовый оборот по реализации потребительских товаров вне рыночным предприятиям - Оптовая продажа товаров другим предприятиям оптовой торговли - Оптовый оборот по реализации потребительских товаров зарубежным клиентам
По формам собственности	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовый оборот государственных (муниципальных) предприятий - Оптовый оборот частных предприятий - Оптовый оборот предприятий, организаций смешанной формы собственности
По товарной структуре	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовый оборот по реализации продовольственных товаров - Оптовый оборот по реализации непродовольственных товаров - Смешанный оптовый оборот
По сопоставимости	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовый оборот в действующих ценах - Оптовый оборот в сопоставимых ценах
По измерителям	<ul style="list-style-type: none"> - Оптовый оборот в натуральных показателях - Оптовый оборот в условных показателях - Оптовый оборот в стоимостных показателях

Основные факторы, оказывающие влияния на формирование соотношения складского и транзитного оптового оборота.

- 1) величины и технической оснащённости складских площадей (ёмкостей) оптового предприятия;
- 2) сложившейся транспортной инфраструктуры района и каналов товародвижения;
- 3) удельного веса в оптовом товарообороте товаров, вовлеченных в оборот из местного производства и завозимых из других регионов;
- 4) сезонности производства, поступления и реализации товаров;
- 5) вида товаров, сложности их ассортимента и необходимости предварительной подсортировки, подработки и комплектации в соответствии с требованиями покупателей;
- 6) размещения и специализации клиентов оптового предприятия и особенно розничной торговли и общественного питания;
- 7) размера минимальной партии продажи товаров и особенностей их транспортировки.

Этапы анализа оптового оборота

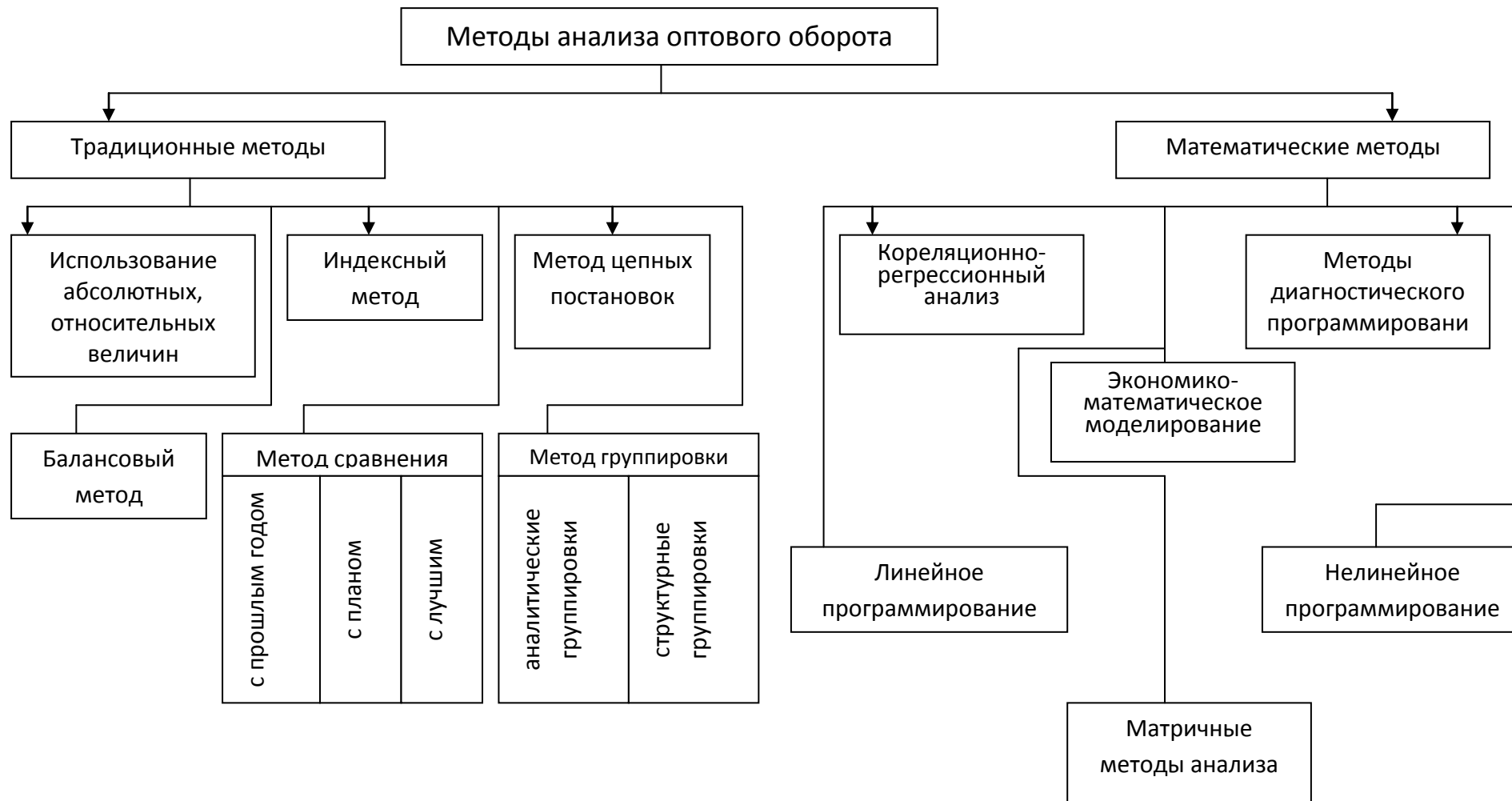


Экономические предпосылки анализа оптового оборота:

- 1) политика государства и региональных органов власти в области развития оптовой торговли (наличие Концепции развития оптовой торговли; системы государственной поддержки предпринимательства в оптовой торговле; степень государственного регулирования деятельности предприятия оптовой торговли, в т. ч. ценовое, налоговое, кредитное, правовое и т. п.);
- 2) изменения в действующем законодательстве по вопросам учета, анализа, налогообложения оптового оборота;
- 3) анализ условий деятельности оптового предприятия и основных СТЭП-факторов, определяющих развитие его оптового оборота:
- 4) количество предприятий розничной торговли и общественного питания в районе деятельности оптового предприятия и основные показатели их работы (товарооборот, прибыль и т. д.);
- 5) объем розничного товарооборота в районе деятельности оптового предприятия в целом и в разрезе ассортимента;
- 6) уровень развития в регионе производства потребительских товаров, являющихся предметом деятельности оптового предприятия;
- 7) структура ввоза и вывоза потребительских товаров в регионе;
- 8) привлекательность отдельных товарных рынков, наличие административных и экономических ограничений на деятельность на данных рынках;
- 9) уровень инфляции и покупательной способности в регионе;
- 10) тенденции развития конъюнктуры конкретных товарных рынков и регионального рынка потребительских товаров в целом;

- 11) результаты проведенных исследований поставщиков, покупателей потребительских товаров и оценка эффективности работы с ними;
- 12) анализ основных результатов финансово-хозяйственной деятельности оптового предприятия за ряд лет в динамике (материально-техническая база, объем оборотных средств и размер основных фондов, их структура, состояние и эффективность использования кадров предприятия, эффективность использования материальных ресурсов предприятия, размер и структура расходов оптового предприятия, величина прибыли и рентабельности и т. п.);
- 13) оценка эффективности применяемой оптовым предприятием стратегии и тактики на потребительском рынке.

Методы экономического анализа оптового оборота



Факторный анализ оптового оборота предприятия торговли

Фактор	Методика расчета
1 влияние изменения цен и физического объема оборота	
- изменение оптового оборота за счет физического оборота	$\Delta O_{(\Delta H)} = O_{1д.ц} - O_{1с.ц}$
- изменение оптового оборота за счет изменения цен	$\Delta O_{(\Delta Oф)} = O_{1с.ц} - O_{0д.ц}$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = O_{1дц} - O_{0дц}$
2. влияние изменения трудовых ресурсов	
- за счет изменения численности	$\Delta O_{(\Delta ч)} = \Delta ч \cdot ПТ_0 = (ч_1 - ч_0) \cdot ПТ_0$
- за счет изменения производительности труда	$\Delta O_{(\Delta ПТ)} = ч_1 \cdot \Delta ПТ = ч_1 \cdot (ПТ_1 -$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O_{(\Delta ч)} + \Delta O_{(\Delta ПТ)} = \Delta O$
3. влияние товарного обеспечения	
- изменение оптового оборота за счет изменения запасов товаров на начало периода	$O_0 = ЗН_0 + П_0 - В_0 - ЗК_0;$ $O^I = ЗН_1 + П_0 - В_0 - ЗК_0;$ $O^{II} = ЗН_1 + П_1 - В_0 - ЗК_0;$
- изменение оптового оборота за счет поступления товаров	$O^{III} = ЗН_1 + П_1 - В_1 - ЗК_0;$ $O_1 = ЗН_1 + П_1 - В_1 - ЗК_1.$
- изменение оптового оборота за счет изменения выбытия	$\Delta O(\Delta ЗН) = O^I - O_0;$
- изменение оптового оборота за счет изменения запасов товаров на конец года	$\Delta O(\Delta П) = O^{II} - O_0;$ $\Delta O(\Delta В) = O^{III} - O^{II};$ $\Delta O(\Delta ЗК) = O_1 - O^{III}.$
4. влияние факторов, связанных с использованием основных фондов	
- за счет изменения среднегодовой стоимости основных фондов	$\Delta O(\Delta Oф) = \Delta Oф \times \Phi_0$
- за счет изменения фондоотдачи	$\Delta O(\Delta ф) = \Delta ф \times Oф_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = \Delta O(\Delta Oф) + \Delta O(\Delta ф)$
5. влияние факторов, связанных с использованием оборотных средств	
- за счет изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta O(\Delta Oс) = \Delta Oс \times Oс_0$
- за счет изменения скорости обращения	$\Delta O(\Delta Oс) = \Delta Oс \times Oс_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = \Delta O(\Delta Oс) + \Delta O(\Delta Oс)$
6. влияние факторов, связанных с использованием товарных запасов	
- за счет изменения средней стоимости товарных запасов	$\Delta O(\Delta ТЗ) = \Delta ТЗ \times Oс_0$
- за счет изменения скорости обращения товарных запасов	$\Delta O(\Delta Oс) = \Delta Oс \times ТЗ_1$

Фактор	Методика расчета
7. влияние факторов, связанных с использованием складской площади	
- за счет изменения складской площади	$\Delta O(\Delta S) = \Delta S \times P_{s0}$
- за счет изменения оптового оборота на 1 кв.м.	$\Delta O(\Delta Os) = \Delta Os \times S_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta P = \Delta O(\Delta S) + \Delta O(\Delta Os)$

Этапы планирования оптового оборота [20].

Название этапа	Содержание этапа	Направления планирования
I. Подготовительный этап	1.1. Определение цели и задач планирования	<p>Основной целью является обоснование объема, состава и структуры объема оптового оборота на планируемый период с целью его оптимизации.</p> <p>Основными задачами планирования оптового оборота являются следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение экономических предпосылок планирования; – расчет общего планового объема оптового оборота; – планирование оборота по формам и видам продаж; – разработка рекомендаций по росту оптового оборота и оптимизации его состава и структуры
	1.2. Определение предмета и объекта планирования	Объектом планирования является конкретное предприятие оптовой торговли, а предметом – оптовый оборот
	1.3. Сбор и анализ необходимой информации	<ul style="list-style-type: none"> – сбор и анализ первичной информации; – сбор и анализ вторичной информации
	1.4. Выбор методов планирования	<ul style="list-style-type: none"> – выбор и возможность использования количественных методов планирования – выбор и возможность использования качественных методов планирования
	1.5. Изучение и оценка экономических предпосылок планирования	<ul style="list-style-type: none"> – политика государства в области развития оптовой торговли (приватизация оптовых предприятий, наличие концепции развития оптовой торговли); – изучение экономических показателей региона деятельности оптового предприятия: количество предприятий розничной торговли и общественного питания; численность внерыночных потребителей; структура и объем ввоза и вывоза потребительских товаров; численность населения и уровень его покупательной способности); – анализ экономических показателей деятельности оптового предприятия и оптового

		оборота за ряд предшествующих лет;
II. Основной этап	2.1. Планирование общего объема оптового оборота	<ul style="list-style-type: none"> – расчет оптового оборота по видам продаж на планируемый период; – планирование оборота по формам продажи;
	2.2. Расчет оптового оборота во временном и ассортиментном аспектах	<ul style="list-style-type: none"> – планирование оптового оборота по месяцам и кварталам будущего года; – расчет плановой ассортиментной структуры оптового оборота
III. Заключительный этап	3.1. Выявление резервов роста оптового оборота и оптимизации его структуры и состава	<ul style="list-style-type: none"> – определение и обоснование резервов увеличения общего объема оптового оборота; – обоснование размера оптового оборота по видам и формам продажи с целью их оптимизации; – обоснование резервов роста оптового оборота в разрезе отдельных ассортиментных групп
	3.2. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оптового оборота	<ul style="list-style-type: none"> – разработка мероприятий и контроль за их выполнением

АНКЕТА

Уважаемый респондент!

Мы проводим исследование, целью которого является расширение ассортимента путём введения новой товарной группы. Просим Вас ответить на вопросы данной анкеты.

Заранее благодарим Вас за помощь!

1. Какой товар | продукцию Вы бы хотели приобрести на предприятии, не представленный в ассортименте? (Укажите наименование)

2. Какое количество товара, которое Вы указали в 1 вопросе, Вы готовы приобрести? Укажите количество (штук; ед.) _____
3. Вы являетесь представителем *оптовой* / *розничной* компании? (нужное подчеркнуть)
4. Как часто Вы будете приобретать указанный товар (нужное подчеркнуть):
А) один раз в месяц Б) один раз в полгода,
В) один раз в год Г) единовременная покупка.

Ассортимент продукции предприятия-поставщика ООО «Селенга»

Наименование продукции	Цена за шт, руб.
Бензотриммер GREENFIELD GF 430 F	4 990,00
Бензотриммер GREENFIELD GF 520 F	6 590,00
Бензотриммер MAXCUT MC 133	6 450,00
Бензотриммер MAXCUT MC 143	6 690,00
Бензотриммер Oleo-Mac SPARTA 25S DISK	11 990,00
БензотриммерPatriot PT 2540	7 670,00
БензотриммерPatriot PT 3045	7 990,00
БензотриммерPatriot PT 3055	8 290,00
БензотриммерPatriot PT 3055 Imperial	8 290,00
БензотриммерPatriot PT 3155 T	13 460,00
БензотриммерPatriot PT 415	10 690,00
БензотриммерPatriot PT 4555ES	8 880,00
БензотриммерPatriot PT 535	7 990,00
БензотриммерPatriot PT 545	8 190,00
БензотриммерPatriot PT 555	8 490,00
БензотриммерPatriot T 535 Pro	10 960,00
БензотриммерStihl FS130	24 490,00
БензотриммерStihl FS38, AutoCut C 5-2	11 290,00
БензотриммерStihl FS55, "GSB 230-2" + головка AutoCat 25-2 4140	15 990,00
БензотриммерStihl FS70 C-E	24 990,00
Бензотриммер ИНТЕРСКОЛ КБ-25/33	8 960,00
Кусторез аккумуляторный B&D GSL300	3 290,00
Кусторез бензиновый Stihl FS 450	45 990,00
Электротриммер B&D GL250	2 280,00

Таблица 3.1. - Результаты проведения пробного мероприятия по реализации товарной группы «Триммеры»

Наименование продукции	Количество проданных единиц товара за 30 дней, шт.	Уд.вес, %
Бензотриммер GREENFIELD GF 430 F	3	6,98
Бензотриммер GREENFIELD GF 520 F	2	4,65
Бензотриммер MAXCUT MC 133	1	2,33
Бензотриммер MAXCUT MC 143	1	2,33
Бензотриммер Oleo-Mac SPARTA 25S DISK	2	4,65
БензотриммерPatriot PT 2540	1	2,33
БензотриммерPatriot PT 3045	1	2,33
БензотриммерPatriot PT 3055	1	2,33
БензотриммерPatriot PT 3055 Imperial	2	4,65
БензотриммерPatriot PT 3155 T	3	6,98
БензотриммерPatriot PT 415	3	6,98
БензотриммерPatriot PT 4555ES	1	2,33
БензотриммерPatriot PT 535	2	4,65
БензотриммерPatriot PT 545	2	4,65
БензотриммерPatriot PT 555	2	4,65
БензотриммерPatriot T 535 Pro	2	4,65
БензотриммерStihl FS130	1	2,33
БензотриммерStihl FS38, AutoCut C 5-2	1	2,33
БензотриммерStihl FS55, "GSB 230-2" + головка AutoCat 25-2 4140-201-0313	1	2,33
БензотриммерStihl FS70 C-E	1	2,33
Бензотриммер ИНТЕРСКОЛ КБ-25/33	3	6,98

Кусторез аккумуляторный B&D GSL300	3	6,98
Кусторез бензиновый Stihl FS 450	2	4,65
Электротриммер B&D GL250	2	4,65
ИТОГО	43	100,00

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Торгово-экономический институт
Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

/ Заведующий кафедрой


подпись

И.И. Подачина
инициалы, фамилия

« 01 » 07 20 19 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»

код и наименование направления

Оптовый оборот: анализ и обоснование резервов роста

тема

Руководитель


подпись, дата

доцент
должность

К-тэкон. наук
ученая степень

Л.И. Подачина
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

№451508357
номер зачетной книжки

ЭУ15-01Б-ЭП
номер группы

А.А. Радионова
инициалы, фамилия

Красноярск 2019