

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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Ю.Л.Александров
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

380301 – «Экономика» 380301.10.09 «Экономика предприятий
(организаций)»

код – наименование направления

Оптовый оборот предприятия: анализ и экономическое обоснование резервов
роста
тема

Научный руководитель _____ доцент, канд. экон. наук. И.В. Петрученя
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ М.П. Скворцова-Иконникова
подпись, дата инициалы, фамилия

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Теоретические и методические аспекты анализа и планирования оптового оборота	7
1.1 Оптовый оборот: сущность, виды, классификация и значение	7
1.2 Сравнительная характеристика методик анализа оптового оборота предприятия в современных условиях	12
1.3 Методика и сравнительная характеристика методов планирования оптового оборота	17
2 Анализ оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»	33
2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика деятельности ЗАО «Региональная лесная компания»	33
2.2 Анализ оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»	42
2.3 Факторный анализ оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»	49
2.4 Анализ товарных ресурсов ЗАО «Региональная лесная компания»	55
3 Экономическое обоснование резервов роста оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»	60
3.1 Планирование оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания» по общему объему, составу, структуре	60
3.2 Нормирование товарных запасов и расчет товарного обеспечения оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания» на будущий год	70
3.3 Разработка рекомендаций, направленных на увеличение оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»	73
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
Список использованных источников	84
ПРИЛОЖЕНИЯ	87

ВВЕДЕНИЕ

Оптовый оборот представляет собой один из основных экономических показателей деятельности предприятий оптовой торговли, величина и структура которого определяет, с одной стороны, размер всех видов ресурсов предприятия (трудовых, материальных, финансовых), а с другой – оказывает прямое или косвенное влияние на основные конечные результаты деятельности предприятия (доходы, расходы, прибыль, рентабельность и др.) [21]. Необходимость изучения оптового оборота проявляется в том, что обладая полной, всесторонней информацией о направлениях, тенденциях и состоянии развития данного показателя, предприятие может принимать экономически обоснованные и эффективные решения на современном рынке.

Актуальность данной темы заключается в том, что анализ и планирование оптового оборота занимает первостепенное значение в системе планов деятельности оптового предприятия.

Объектом исследования является ЗАО «Региональная компания»
Предметом исследования является оптовый оборот ЗАО «Региональная лесная компания» в современных условиях.

Целью работы является анализ и экономическое обоснование резервов роста оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания».

К задачам можно отнести следующие направления:

- изучение сущности и значения оптового оборота, а также его видов и классификации;
- сравнение методик анализа оптового оборота;
- изучение методики планирования оптового оборота предприятия в современных условиях и проведение сравнительного анализа методов планирования оптового оборота;
- анализ краткой организационно-экономической характеристики ЗАО «Региональная лесная компания»;

- анализ оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»;
- проведение факторного анализа оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания»
- изучение товарных ресурсов ЗАО «Региональная лесная компания»;
- планирование оборота оптовой торговли ЗАО «Региональная лесная компания» по общему объему, составу, структуре;
- нормирование товарных запасов и расчет товарного обеспечения оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания» на будущий год;
- разработка рекомендаций, направленных на рост оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания».

Теоретической основой исследования послужили работы законодательства Российской Федерации, данные Госкомстата Российской Федерации, а также учебные и методические пособия, касающиеся данной темы. Вопросы анализа и планирования оптового оборота получили разностороннее освещение в трудах Александрова Ю.Л, Батраевой Э.А., Петрученя И.В., Смирновой А.М., Терещенко Н.Н., Емельяновой О.Н., Берг Т.И.

В работе используется методическая основа, представленная такими методами, как методы цепных подстановок, абсолютных разниц, сравнения, экономико-статистические методы, а именно метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней, метод средних удельных весов, расчет оборота оптовой торговли по среднегодовым темпам роста, метод экспертных оценок, экономико-математический метод, балансовый метод и т.д.

Выпускная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 92 стр. Бакалаврская работа иллюстрирована 9 рисунками; 49 таблицами, 4 приложениями. В работе использовано 30 формул. Список использованных источников включает в себя 27 источников.

1 Теоретические и методические аспекты анализа и планирования оптового оборота

1.1 Оптовый оборот: сущность, виды, классификация и значение

Важная роль в развитии сферы обращения товаров народного потребления принадлежит оптовой торговле. Преобразуя производственный ассортимент в торговый, определяя структуру и направление товарных потоков, выступая на рынке в качестве посредника между промышленностью и розничным торговым звеном, оптовые предприятия способствуют гармонизации единого потребительского рынка страны [19].

Кроме этого, оптовая торговля выполняет ряд следующих функций:

- преодоление пространственного разрыва между производителями и потребителями;
- преобразование производственного ассортимента в торговый;
- формирование товарных запасов;
- хранение, доработка, подсортировка товаров;
- фасовка и упаковка;
- организация рекламных кампаний и маркетинговых исследований рынка и т.д. [23].

Существует два типа оптовых предприятий:

1. Оптовые предприятия первого уровня – крупные оптовые структуры общенационального (федерального) масштаба;
2. Оптовые предприятия второго уровня – предприятия регионального масштаба.

Основным показателем, характеризующим деятельность оптовой организации, является оптовый оборот, в свою очередь торговая деятельность оптовых предприятий характеризуется объемом, составом, ассортиментом и структурой оборота.

По своей сущности оптовая торговля представляет собой реализацию потребительских товаров, как правило, крупными партиями, для

последующей их перепродажи, для дальнейшей переработки и т.д. В результате оптового оборота товары перемещаются в системе товарного обращения, но в конечное потребление не поступают [25].

Оптовый оборот представляет собой оборот, образующийся в процессе оптовой реализации товаров, и характеризующий движение товаров из сферы производства в сферу обращения и внутри ее в целях дальнейшей перепродажи [21].

Существуют также и другие термины, дающие определение понятия оптовый оборот. Ниже представлены некоторые из них.

Оптовый товарооборот – это продажа торговыми предприятиями другим предприятиям, использующим эти товары для последующей продажи, производственного потребления или для материального обеспечения хозяйственных нужд [13].

Оборот оптовой торговли – объем продажи товаров производителями и/или торговыми посредниками покупателям для дальнейшего использования в коммерческом обороте [6].

Оптовым товарооборотом является продажа товаров одной организацией другой организации для последующей перепродажи или потребления[5].

Существует ряд классификационных признаков, позволяющих выделить различные виды оптового оборота. Классификация оборота оптовой торговли представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Виды оптового оборота и их классификация

Классификационный признак	Вид оптового оборота
1. По формам собственности	1.1 Оптовый оборот государственных (муниципальных) предприятий 1.2 Оптовый оборот частных предприятий 1.3 Оптовый оборот предприятий, организаций смешанной формы собственности
2. По масштабу	2.1 Национальный оптовый оборот 2.2 Оптовый оборот регионов, субъектов РФ 2.3 Оптовый оборот городов, района 2.4 Оптовый оборот отдельных предприятий, организаций

Классификационный признак	Вид оптового оборота
3. По сопоставимости	3.1 Оптовый оборот в действующих ценах 3.2 Оптовый оборот в сопоставимых ценах
4. По формам	4.1 Складской оборот 4.2 Транзитный оборот
5. По видам (по направлениям продаж)	5.1 Оптовый оборот по реализации 5.2 Межрегиональный оптовый оборот 5.3 Межгосударственный оптовый оборот 5.4 Внутрисистемный оборот 5.5 Валовой оборот
6. По товарной структуре	6.1 Оптовый оборот по реализации продовольственных товаров 6.2 Оптовый оборот по реализации непродовольственных товаров
7. По измерителям	7.1 Оптовый оборот в натуральных показателях 7.2 Оптовый оборот у условных показателях 7.3 Оптовый оборот в стоимостных показателях
8. По клиентуре	8.1 Оптовая продажа товаров предприятиям розничной торговли 8.2 Оптовый оборот по реализации потребительских товаров предприятия общественного питания 8.3 Оптовая продажа потребительских товаров промышленным предприятиям 8.4 Оптовый оборот по реализации потребительских товаров вне рыночным предприятиям 8.5 Оптовая продажа товаров другим предприятиям оптовой торговли 8.6 Оптовый оборот по реализации потребительских товаров зарубежным клиентам
9. По периоду составления отчетности	9.1 Фактический оборот 9.2 Плановый оборот 9.3 Ожидаемый 9.4 Планируемый оборот
10. По отношению к ценовому фактору	10.1 Оборот в действующих ценах 10.2 Оборот в сопоставимых ценах

Хотелось бы более подробно рассмотреть оборот оптовой торговли в зависимости от форм продаж, включающий транзитный и складской 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.

Транзитный 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 [21].

Соотношение размера складского и транзитного оборота обусловлено рядом факторов:

- Величина технического оснащения складских площадей (емкостей) оптового предприятия;
- Сложившаяся транспортная инфраструктура района и каналов товародвижения;
- Размещение и специализация клиентов оптового предприятия, и особенно розничной торговли и общественного питания;
- Размер минимальной партии продажи товаров и особенностей их транспортировки;
- Удельный вес в оптовом товарообороте товаров, вовлеченных в оборот из местного производства и завозимых из других регионов;
- Сезонность производства, поступления и реализации товаров [21].

Также, важно обратить внимание на такой классификационный признак оптового оборота как виды продаж, который включает в себя

обороты по реализации, межрегиональный, межгосударственный и внутрисистемный:

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

2. 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.

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

4. Внутрисистемный оптовый оборот представляет собой продажу потребительских товаров между самими предприятиями оптовой торговли и возникает в случае территориального размещения предприятий оптовой торговли по стране или в результате ошибок в проведении закупок оптового предприятия и необходимости пополнения товарных запасов для удовлетворения потребностей своих клиентов [12].

Значение оптового оборота для деятельности предприятия велико. Оптовый оборот – это важнейший показатель деятельности оптового предприятия. Оптовый оборот может быть применен для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия (трудовых, материальных, финансовых) и общей суммы затрат на реализацию товаров. Оптовый оборот также используется для расчета таких показателей как трудоемкость, фондоемкость, затратноемкость, капиталоемкость ресурсов.

Благодаря этим показателям можно определить потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста оборота.

О значимости предприятия на рынке потребительских товаров можно судить по объему оборота, который выражается размером денежной выручки за проданные товары. При этом анализ оптового оборота способствует определению эффективности деятельности предприятия, выявлению недостатков и определению возможных путей дальнейшего развития предприятия.

1.2 Сравнительная характеристика методик анализа оптового оборота предприятия в современных условиях

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.) [21].

Анализ оптового оборота осуществляется в три этапа: подготовительный, основной, заключительный.

Первым этапом анализа является подготовительный, заключающийся в определении цели, экономических предпосылок, задач анализа, в выборе объекта, предмета, методов исследования, а также подборе информационной базы.

Основной целью проведения анализа оптового оборота является выявление резервов его роста на основе комплексного исследования оборота [21].

Основными задачами являются:

- изучение товарооборота в целом, по формам торговли, ассортименту и т.д.;

- изучение ритмичности, равномерности товарооборота и его динамики;
- определение тенденций изменения объемов продаж по составу, по подразделениям, видам и формам;
- выявление и измерение факторов, влияющих на изменение объемов реализации, неиспользованных резервов для расширения торговли и увеличения товарооборота [24].

Не менее важным является определение и изучение экономических предпосылок, основными из которых являются:

- политика государства и региональных органов власти в области развития оптовой торговли;
- изменения в действующем законодательстве по вопросам учета, анализа, налогообложения оптового оборота;
- анализ условий деятельности оптового предприятия и основных СТЭП-факторов, определяющих развитие его оптового оборота;
- результаты проведенных исследований поставщиков, покупателей потребительских товаров и оценка эффективности работы с ними;
- анализ основных результатов финансово-хозяйственной деятельности оптового предприятия за ряд лет в динамике;
- оценка эффективности применяемой оптовым предприятием стратегии и тактики на потребительском рынке [21].

Информационной базой анализа оптового товарооборота являются показатели бухгалтерской финансовой и статистической отчетности; данные текущего бухгалтерского учета, материалы выборочных исследований и др. [26].

Методы, используемые при анализе оптового оборота, могут быть разнообразными, такие как использование абсолютных, относительных величин, индексный метод, метод цепных подстановок, метод сравнения, метод группировки, математические методы.

Далее следует основной этап анализа. Рассмотрим и сравним последовательность и составные элементы данного этапа разных авторов. Сравнительная характеристика основного этапа анализа оптового оборота представлена в ниже приведенной таблице

Таблица 2 – Сравнительная характеристика основного этапа методик анализа оптового оборота различных авторов

Кравченко Л.И.	Чернов В.А.	Терещенко Н.Н.
<p>2.1 Анализ выполнения плана и динамики оптового товарооборота: - анализ выполнения плана по валовому общему товарообороту; - анализ выполнения плана оптового товарооборота по составу: *складской; *транзитный. - анализ динамики состава оптового товарооборота; - анализ и оценка ассортимента и структуры; - анализ выполнения плана оптового товарооборота по направлениям реализации; - оценка ритмичности развития оптового товарооборота. 2.2 анализ рациональности товародвижения; 2.3 Факторный анализ: -обеспеченность и использование товарных ресурсов; -обеспеченность трудовыми ресурсами, режима и эффективности труда; -состояние, развитие и использование материально-технической базы оптовой торговли. 2.4 Оперативный анализ поставки товаров и оптового товарооборота.</p>	<p>2.1 Анализ динамики общего объема товарооборота; 2.2 Анализ товарооборота по составу, видам, формам оборота: -динамика продаж по условиям оплаты (предварительная оплата, оплата по факту, получение на реализацию, получение на консигнацию); -анализ товарооборота по формам (складской, транзитный); -анализ товарооборота по составу и структуре. 2.3 Анализ ритмичности продаж; 2.4 Факторный анализ товарооборота: - факторы, связанные с товарными ресурсами; -факторы, связанные с трудовыми ресурсами; -факторы, выражающие количество и эффективность использования основных средств; 2.5 Анализ товарно-сырьевых поставок; 2.6 Сравнительный анализ товарооборота.</p>	<p>2.1 Анализ динамики общего объема оптового оборота; 2.2 Оценка состава и структуры оптового оборота по видам и формам продаж: - по видам продаж (оборот по реализации, межрегиональный, межгосударственный, внутрисистемный оборот); -по формам продаж (складской, транзитный: с участием в расчетах, без участия в расчетах); 2.3 Анализ динамики оптового оборота во временном аспекте; 2.4 Анализ динамики оптового оборота в ассортиментном разрезе; 2.5 Выявление и оценка влияния различных факторов на изменение оптового оборота: - ценовые; -неценовые: * факторы, связанные с трудовыми ресурсами; * факторы, связанные с товарными ресурсами; * факторы, связанные с состоянием и эффективностью использования материально-технической базы; 2.6 Оценка выполнения договоров поставки и продажи отдельными поставщиками и покупателями.</p>

Итак, каждый из рассмотренных вариантов проведения основного этапа анализа оптового оборота, безусловно, является качественным, однако методика анализа, представленная Терещенко Н.Н. является более подробной, детальной, в ней рассмотрены все важные элементы оптового оборота, поэтому в работе будем использовать методику Терещенко Н.Н., так как по нашему мнению она является наиболее оптимальной.

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 [21].

Наглядно методика анализа оптового оборота проиллюстрирована на рисунке 1.



Рисунок 1 – Методика анализа оптового оборота предприятия

На основном этапе анализа оптового оборота целесообразно рассчитать показатели, приведенные ниже.

1. Коэффициент равномерности (K_p).

$$K_{\text{равн.}} = 100 - V, \quad (1)$$

где V – коэффициент вариации, %;

$$V = \frac{\sigma * 100}{\bar{X}}, \quad (2)$$

где σ – среднее квадратическое отклонение, \bar{X} – темп изменения оборота в целом за исследуемый период.

$$\sigma = \sqrt{\sum (X_i - \bar{X})^2 / n}, \quad (3)$$

где X_i – темп изменения оборота за i -ый квартал, n – количество периодов.

2. Индекс сезонности. Для оценки распределения оборота по отдельным периодам (месяцам, кварталам) осуществляется расчет данного показателя.

$$I_s = \frac{\bar{P}_i}{\bar{P}}, \quad (4)$$

где \bar{P}_i – средний оптовый оборот за отдельный период времени; \bar{P} – среднемесячный (среднеквартальный) объем оборота.

$$\bar{P} = \frac{\sum \bar{P}_i}{4 \text{ или } 12} \quad (5)$$

3. Коэффициент структурных сдвигов.

$$K_{\text{стр.сдв.}} = \sqrt{\frac{\sum (F_{1i} - F_{0i})^2}{n}}, \quad (6)$$

Где F_{1i} , F_{0i} – удельный вес i -ой товарной группы в общем объеме оптового оборота отчетного и предшествующего года, %, n – количество товарных групп.

Анализ структурных сдвигов позволяет определить изменения в товарной структуре оборота и проанализировать влияние этих изменений на общий размер оборота.

Итак, мы выяснили, что оборот оптовой торговля является основным показателем, характеризующим деятельность предприятия, поэтому после его анализа целесообразно провести планирование оптового оборота, которое является одним из основных этапов в системе планов оптового предприятия, так как от его плановой величины зависят все основные показатели деятельности предприятия. Основой планирования оптового оборота является всесторонний экономический анализ предыдущей деятельности. Результаты анализа, обнаруженные тенденции и выводы служат основой составления прогнозов. Рассмотрим методику планирования оборота оптовой торговли предприятия в следующем параграфе.

1.3 Методика и сравнительная характеристика методов 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. Соответственно, предметом планирования является оптовый оборот, а объектом – какое-либо конкретное предприятие торговли.

Планирование оборота оптовой торговли состоит из трех этапов: подготовительный, основной и заключительный.

1.)Подготовительный этап.

На данном этапе подразумевается выполнение следующих направлений планирования: постановка целей, задач планирования, определение объекта и предмета планирования, сбор и анализ необходимой информационной базы, выбор методов планирования, изучение и оценка экономических предпосылок планирования.

1.1Определение цели и задач планирования [20].

Основной целью планирования оптового оборота предприятия является обоснование объема, состава и структуры объема оптового оборота на планируемый период с целью его оптимизации.

К основным задачам относится следующее:

- изучение экономических предпосылок планирования;
- расчет общего планового объема оптового оборота;
- планирование оборот по формам и видам продаж;
- планирование товарных запасов и товарного обеспечения;
- разработка рекомендаций по росту оптового оборота и оптимизации его состава и структуры.

1.2 Определение объекта и предмета планирования

1.3 Сбор и анализ необходимой информации. Включает в себя сбор и анализ первичной и вторичной информации.

1.4 Выбор методов планирования.

Предполагает выбор и возможность использования количественных и качественных методов планирования.

1.5 Изучение и оценка экономических предпосылок планирования.

- 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 покупательской способности);
- анализ экономических показателей деятельности оптового предприятия за ряд предшествующих лет;
- анализ оптового оборота предприятия за ряд предшествующих лет и выявление тенденций его развития.
- оценка перспектив деятельности предприятия на будущий год [20];

- анализ уровня инфляции в районе деятельности оптового предприятия и уровня средних цен в опте.

2.) Основной этап

2.1 Планирование общего объема оптового оборота:

- расчет оптового оборота по видам продаж на планируемый период;
- планирование оборота по формам продаж;
- расчет планового валового оптового оборота.

2.2 Расчет оптового оборота во временном и ассортиментном аспектах:

- планирование оптового оборота по месяцам и кварталам будущего года;
- расчет плановой ассортиментной структуры оптового оборота.

2.3 Планирование и нормирование товарных запасов оптового предприятия:

- расчет плановой нормы и норматива товарных запасов по отдельным товарным группам;
- расчет планового норматива товарных запасов в целом по предприятию;
- планирование товарных запасов оптового предприятия с целью их оптимизации.

2.4 Расчет товарного обеспечения оптового оборота:

- планирование объема поступления товаров на оптовое предприятие;
- расчет планового объема закупки товаров;
- планирование источников поступления товаров на оптовое предприятие с обоснованием выбора поставщиков и определение объемов поставок в оптовое предприятие.

3.) Заключительный этап

3.1 Проведение SWOT-анализа (выявление и оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей)

3.2 Выявление резервов роста оптового оборота и совершенствование его состава и структуры:

- определение и обоснование резервов увеличения общего объема оптового оборота[20];

-обоснование размера оптового оборота по видам и формам продажи с целью их совершенствования;

- обоснование резервов роста оптового оборота в разрезе отдельных ассортиментных групп;

3.3 Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оптового оборота [20].

Таким образом, этапы планирования можно представить следующим образом (см. на рисунок 2).



Рисунок 2 – Этапы планирования оборота оптовой торговли предприятия

Для выполнения второго основного этапа планирования оптового оборота, необходимо определить подходящие методы планирования, характеристика которых представлена далее.

Методы планирования – совокупность приемов и способов мышления, позволяющих вывести суждения, определенной достоверности относительно будущего развития процесса на основе ретроспективных данных, существующих или предполагаемых связей [18].

При планировании оборота могут применяться различные методы, как количественные, так и качественные методы планирования.

Таблица 3 - Виды методов планирования оптового оборота по сущности

Количественные методы	Качественные методы
1.Балансовый	1.Нормативный
2.Экономико – математические: -корреляционно-регрессионный анализ; -экономико-математическое моделирование;	2.Функционально-логическое планирование: - прогнозный сценарий; -морфологический анализ: -функционально-логическое прогнозирование
3.Планирование на основании расчета коэффициента участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота	3.Планирование по аналогии
4.Планирование на основе потребительских товаров	4.Методы экспертных оценок, в т.ч.:
5.Экономико - статистические: -расчет на основе коэффициента эластичности; -расчет на основе средних удельных весов товарных групп в общем объеме оборота; - расчет путем выравнивания динамического ряда по скользящей средней. -расчет по среднегодовым темпам роста; -индексный метод	4.1 Индивидуальные -Интервью -Анкетирование -Написание сценариев -Аналитические записки -Эвристическое прогнозирование

Количественные методы	Качественные методы
6. Расчетно-аналитический	4.2 Коллективные: -Фокус группы -Мозговой штурм <ul style="list-style-type: none"> • Метод «635» • Метод «Демон» -Метод Дельфи

Выбор методов планирования зависит от ряда факторов:

- Направление и задачи планирования оборота оптовой торговли;
- Требования к точности плана и степени его достоверности;
- Период упреждения плана;
- Наличие необходимой информации, степени ее достоверности и полноты;
- Наличие квалифицированных специалистов, соответствующей техники и ее программного обеспечения и т.д. [22].

Представим сравнительную характеристику методов планирования в таблице 4.

Таблица 4 – Сравнительная характеристика методов планирования оборота оптовой торговли

Признак сравнения	Количественные	Качественные
Направление планирование	Дают возможность выразить качественные характеристики в количественном выражении	Устанавливают общие закономерности развития прогнозных процессов
Задача	Получение численной оценки	Комплексный опрос экспертов в соответствии со специальными схемами и анализ полученных результатов при помощи научного инструментария, применяемого в экономической статистике.
Достоверность	Точные, статистически надежные численные данные	Ограниченная объективность и надежность, субъективность мнения экспертов

Признак сравнения	Количественные	Качественные
Преимущества	Снижают риск принятия неправильных решений и выбора неточных параметров планирования.	Относительная простота и применимость в прогнозировании практически любых ситуаций, в том числе в условиях неполной информации.
Диапазон применения	Краткосрочные, среднесрочные	От среднесрочных до долгосрочных
Средства планирования	Наличие ЭВМ, программного обеспечения	Наличие высококвалифицированных специалистов

На рисунке 3 представлены различные методы по основным направлениям.



Рисунок 3 – Методы планирования оборота оптовой торговли по основным направлениям планирования

Рассмотрим подробнее основные методы планирования валового оптового оборота предприятия.

Первоначально приведем специфические методы планирования оптового оборота.

1. Планирование на основе расчета коэффициента участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота.

Первой ступенью является расчет коэффициента участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота ($K_{\text{уч.}}$) за ряд предшествующих лет по формуле:

$$K_{\text{уч.}} = \frac{O_{\text{pp}}}{P}, \quad (7)$$

где, O_{pp} – объем оптового оборота по реализации товаров предприятиям розничной торговли, тыс.руб., P – объем розничного товарооборота в районе действия оптового предприятия, тыс.руб.

Для определения планового размера коэффициента участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота целесообразно использование экономико-статистических методов, в частности, расчет путем выравнивания динамического ряда коэффициентов участия по скользящей средней или расчет по формуле среднеарифметической, если не наблюдается значительных колебаний показателей внутри динамического ряда.

Далее определяется сумма планового объема оптового оборота по реализации ($O_{\text{р пл.}}$) по формуле:

$$O_{\text{р пл.}} = P_{\text{пл.}} * K_{\text{уч. пл.}}, \quad (8)$$

где, $P_{\text{пл}}$ – плановый объем розничного товарооборота в районе действия оптового предприятия, тыс.руб., $K_{\text{уч. пл.}}$ – плановый коэффициент участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота [21].

2. Метод получения целевой прибыли.

В основе данного метода планирования лежит расчет предполагаемой (целевой) прибыли от продаж, которую предприятие торговли будет стремиться достигнуть в будущем периоде.

В соответствии с действующим законодательством прибыль от продаж (Ппр) рассчитывается как разница между суммой валовой прибыли (ВП) и суммой издержек обращения (ИО):

$$П пр = ВП - ИО \quad (9)$$

Или

$$Ппр = \frac{Р * У_{ВП}}{100} - \frac{Р * У_{ИО}}{100} \quad (10)$$

Тогда планируемый оборот можно рассчитать по следующей формуле[20]:

$$Р_{пл.} = \frac{Ппр_{пл.}}{У_{ВП_{пл.}} - У_{ИО_{пл.}}} * 100 \quad (11)$$

Далее рассмотрим традиционные методы планирования.

3. Экономико-статистические методы.

3.1 Метод расчета оборота оптовой торговли по среднегодовым темпам роста. Расчет оборота осуществляется на основе средней геометрической роста:

$$Т = \sqrt[n-1]{\frac{Р1_{с.ц}}{Р0}} * 100, \quad (12)$$

где Т – среднегодовой темп роста розничного товарооборота, %; Р1 - оптовый товарооборот за отчетный период в сопоставимых ценах к базисному периоду, тыс.руб.; Р0 - оптовый товарооборот за базисный период, тыс.руб.; n- число лет в периоде.

Отсюда планируемый объем оптового оборота предприятия рассчитывается по формуле:

$$Р_{пл.} = \frac{Р1_{д.ц} * Т * I_{инф}}{100}, \quad (13)$$

где I_{инф} – индекс инфляции на планируемый период [22].

Данный метод используется, если показатель или его изменение из года в год растет.

3.2 Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней.

Суть данного метода заключается в определении тенденций динамического ряда путем плавного изменения товарооборота во времени.

Каждому показателю динамического ряда темпов прироста оборота последовательно присваивают условное обозначение К и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда. Для обеспечения расчетов составляется таблица 5.

Изменение ΔK равно:

$$\Delta K = \frac{K_n - K_1}{n-1} \quad (14)$$

Далее находят планируемый показатель по следующей формуле:

$$K_{n+1} = K_{n-1} + 2 \Delta K. \quad (15)$$

Таблица 5 – Планирование оборота оптовой торговли путем выравнивания динамического ряда по скользящей средней

Годы	Темпы роста оборота оптовой торговли в сопоставимых ценах, %	Условное обозначение	Выравнивание по скользящей средней
1	Тр1	К1	
2	Тр2	К2	$K1' = \frac{K1+K2+K3}{3}$
3	Тр3	К3	$K2' = \frac{K2+K3+K4}{3}$
4	Тр4	К4	$K3' = \frac{K3+K4+K5}{3}$
5	Тр5	К5	

Тогда планируемый объем оборота предприятия определяется по следующей формуле [20]:

$$P_{пл} = \frac{P_n \text{ д.ц.} * (100 + K_{n+1}) * J_{инф}}{100} \quad (16)$$

Применяется в стабильных условиях хозяйствования.

3.3 Расчет оборота на основе средних удельных весов

В основе метода лежит первоначальный расчет среднего удельного веса показателя за ряд лет на основе средней арифметической:

$$\text{ср.Уд.в Р (1кв.)} = \text{Уд.в (1кв.) 1период} + \text{Уд.в (1кв.) 2период} + \dots + \text{Уд.в (1кв.) n период} / n \quad (17)$$

$$\text{Р пл. (1кв.) б.г} = \text{Р всего б.г} * \text{ср.Уд.в Р (1кв.)} / 100 \quad (18)$$

Используется либо для расчета относительных величин, либо для распределения планируемого показателя во времени.

3.4 Расчет оптового оборота с помощью коэффициента эластичности.

Суть коэффициента эластичности заключается в том, что он показывает, как изменится показатель при изменении влияющего на него фактора на 1%.

$$K_{\text{эл.}} = \frac{\Delta y}{y_0} : \frac{\Delta x}{x_0}, \quad (19)$$

где Δy – это изменение показателя в отчетном году по сравнению с прошлым, Δx – это изменение фактора в отчетном году по сравнению с прошлым.

Планируемый показатель находится по следующей формуле:

$$y_2 = y_1 * \frac{T_{\text{пр}} X * K_{\text{эл.}} + 100}{100} \quad (20)$$

Данный метод можно применять в относительно стабильных условиях хозяйствования при наличии небольшой информационной базы.

4. Балансовый метод.

Объем поступления, включаемый в товарное обеспечение, определяют балансовым методом: к планируемому оптовому складскому товарообороту прибавляют товарные запасы на конец планируемого года и вычитают ожидаемые товарные запасы на начало планируемого года. При расчетах используется балансовая связь между всеми показателями товарооборота.

Расчет осуществляется по формуле балансовой увязки оборота с факторами, влияющего на него:

$$ЗН_{\text{пл.}} + П_{\text{пл.}} = Р_{\text{пл.}} + ЗК_{\text{пл.}} + В_{\text{пл.}}, \quad (21)$$

где $ЗН_{\text{пл.}}$, $ЗК_{\text{пл.}}$ – плановые размеры запасов на начало и конец периода, тыс.руб., $П_{\text{пл.}}$ – плановое поступление товаров, тыс. руб., $Р_{\text{пл.}}$ – плановый оборот, тыс.руб., $В_{\text{пл.}}$ – плановое выбытие товаров (потери), тыс.руб [20].

Исходя из балансовой формулы, можно выразить и рассчитать объем оборота:

$$R_{пл.} = 3Н_{пл.} + П_{пл.} - 3К_{пл.} - В_{пл.} \quad (22)$$

Применяется в условиях нестабильной экономики, при незначительном периоде работы предприятия.

5. Экономико-математические методы.

Заключаются в выявлении математической закономерности развития показателя и построения на этой основе модели развития показателя в будущем. При планировании оборота оптовой торговли могут использоваться как однофакторные модели, так и многофакторные модели [22].

Наиболее простой однородной моделью является трендовая модель развития оборота оптовой торговли:

$$Y = a_0 + bt \quad (23)$$

где y – объем оборота, тыс.руб.; a, b – параметры модели; t – фактор времени.

При планировании оборота оптовой торговли также может быть использована и многофакторная модель типа

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (24)$$

где y – объем оборота, тыс. руб.; $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ – параметры уравнения, $x_0, x_1, x_2, \dots, x_n$ – факторы, оказывающие наибольшее количественное влияние на объем товарооборота (размер складской площади предприятия, индекс оптовых цен, изменение производительности труда, временной фактор, темпы изменения деятельности предприятий, являющихся клиентами оптового предприятия и т.д.)

Используется на предприятиях, имеющих стаж работы пять и более лет.

6. Нормативный метод.

Основан на использовании при разработке плана нормативной базы: установленных, научно обоснованных и принятых предприятием (или

законодательно закрепленных) ограничений по различным показателям и характеристикам его экономической деятельности.

Сущность нормативного метода планирования заключается в том, что на основе заранее установленных норм и технико-экономических нормативов рассчитываются потребности хозяйствующего субъекта в различных ресурсах и в их источниках.

Под нормой понимается максимально допустимая величина абсолютного расхода сырья, материалов, топлива, энергии и т.д. на изготовление единицы продукции (или выполнения объема работы) установленного качества. Норматив – величина относительная, она характеризует степень использования орудий и предметов труда, расходование их на единицу площади, веса, объема и т.д.

Он применяется в совокупности с другими методами или самостоятельно.

7.Метод экспертных оценок.

Основан на субъективном мнении экспертов о тенденциях и перспективах развития оптового оборота на основе заданных ограничений и перспектив предприятия.

Метод экспертных оценок позволяет анализировать сложные процессы, явления или ситуации, которые характеризуются в основном качественными, неформализуемыми признаками (что затрудняет их анализ и оценку). Метод экспертных оценок используется при прогнозировании развития системы в ее взаимосвязи с социальной средой, для определения и ранжирования по заданному критерию наиболее существенных факторов, влияющих на функционирование и развитие системы. Данный метод обеспечивает оценку альтернативных решений и выбор предпочтительных вариантов решения.

При планировании могут использоваться как метод индивидуальных экспертных оценок (анкетирование, интервью, написание сценария и т.д.), так и методы коллективных экспертных оценок (метод Дельфи, мозговой штурм, фокус-группы и т.д.) .

Данный метод используется в случае недостатка информации и невозможности использования других методов расчета по тем или иным причинам[22].

Достоинства, недостатки и область применения данных основных методов планирования оптового оборота сведем в обобщающую таблицу 6.

Таблица 6 - Достоинства, недостатки и область применения основных методов планирования оборота оптовой торговли

Методы планирования	Достоинства	Недостатки	Область применения
1. Экономико-статистические			
1.1 Метод расчета оборота оптовой торговли по среднегодовым темпам роста	Наличие информации, простота расчетов, низкая трудоемкость	Не учитывается внутридинамическое изменение показателя за исследуемый период	Используется, если показатель или его изменение из года в год растет.
1.2 Метод выравнивания динамического ряда по скользящей средней	Простота расчетов, наличие информационной базы, учет внутридинамического изменения показателя	Перенос негативных закономерностей развития показателей на перспективу	Применяется в стабильных условиях хозяйствования.
1.3 Расчет оборота на основе средних удельных весов	Наличие информации, простота расчетов, низкая трудоемкость	Невысокая точность планирования	Используется либо для расчета относительных величин, либо для распределения планируемого показателя во времени.
1.4 Расчет оптового оборота с помощью коэффициента эластичности	Простота расчетов, наличие информационной базы, возможность учета влияния факторов	Возможность учета влияния только одного фактора	Применяется в относительно стабильных условиях хозяйствования при наличии небольшой информационной базы.
2. Балансовый метод	Невысокая трудоемкость, при наличии необходимой информации высокая точность расчета	Отсутствие качественного информационного обеспечения процесса планирования	Применяется в условиях нестабильной экономики, при незначительном периоде работы предприятия.
3. Экономико-математический метод	Возможность учета влияния множества факторов на показатель, высокая точность расчетов	Высокая трудоемкость, наличие ЭВМ, отсутствие сопоставимой информации за ряд лет	Используется на предприятиях, имеющих стаж работы пять и более лет.

Методы планирования	Достоинства	Недостатки	Область применения
4. Нормативный метод	Простота расчетов, при наличии необходимой информации высокая точность расчета	Высокая трудоемкость, отсутствие экономически грамотных разработанных норм и нормативов, приближенных к реальным условиям хозяйствования	Применяется в совокупности с другими методами или самостоятельно, в условиях незначительного периода работы предприятия, при бизнес планировании
5. Метод экспертных оценок	Учет влияния многих факторов посредством учета мнения экспертов, высокая точность расчетов при соответствующей квалификации экспертов	Субъективность экспертов, возможность ошибки планирования при недостаточной квалификации экспертов	Метод используется в случае недостатка информации и невозможности использования других методов расчета по тем или иным причинам
6. Метод получения целевой прибыли	Простота расчетов, низкая трудоемкость	Относительная точность планируемых значений валовой прибыли и издержек обращения	Применяется в относительно стабильных условиях хозяйствования, а также для вновь открываемых предприятий

Для выполнения этапов планирования 2.3 и 2.4, а именно планирование и нормирование товарных запасов, и расчет товарного обеспечения на будущий год, важно отметить последовательность, в которой происходит осуществление данных этапов.

Порядок планирования и нормирования товарных запасов:

- первоначально, рассчитывается плановая норма товарных запасов по отдельным группам товаров;

- далее определяем норматив товарных запасов по товарным позициям, а также совокупный норматив в целом по предприятию;

Для выполнения этих элементов данного этапа используются такие методы как метод технико-экономических расчетов, экономико-статистические методы, расчетные формулы представлены в приложении Г. Также могут применяться экономико-математические метод и метод экспертных оценок.

- Далее определяем прирост товарных запасов текущего хранения будущего года по сравнению с нормативами товарных запасов текущего года;

-Определение норматива товарных запасов по периодам года в соответствии с удельными весами квартального товарооборота в общем объеме.

Расчет товарного обеспечения на будущий год осуществляется следующим образом:

- расчет планового объема поступлений;
- расчет закупок товаров на оптовом предприятии; в будущем периоде.

Расчетные формулы для осуществления планирования объема поступлений и закупок представлены в приложении Г.

Изучив теоретическую и методическую основу анализа и планирования оптового оборота, переходим к практической части данной работы. Анализ оборота оптовой торговли ЗАО «Региональная лесная компания» представлен в главе 2.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основной показатель хозяйственной деятельности предприятий оптовой торговли — оптовый товарооборот, который представляет собой продажу товаров народного потребления для последующей реализации населению, а также поставку для внерыночных потребителей и экспорта. Оптовый товарооборот отражает переход продукции из сферы производства в сферу обращения и их движение внутри сферы обращения. Его объем, структура, виды и формы товародвижения определяют другие важнейшие показатели хозяйственной деятельности.

В бакалаврской работе была изучена теоретическая и методическая основа анализа и планирования оптового оборота, представлена сравнительная характеристика методик анализа оборота и методов планирования данного показателя. В практической части работы была представлена организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия, а также осуществлен анализ и планирование оборота оптовой торговли. Выполненная работа позволяет сделать следующие заключения.

У оптового оборота ЗАО «Региональная лесная компания» в динамике наблюдается рост, за исследуемый период оптовый оборот вырос на 24151 тыс. руб., что в относительном выражении составило 5 %.

Имеющаяся торговая площадь предприятия осталась неизменной, однако нагрузка на 1 кв.м. за анализируемый период увеличился на 53,6 тыс.руб. /м² руб.

Успех работы фирмы напрямую зависит от работников предприятия. Численность за два года осталась неизменной, при этом эффективность работы коллектива, определяемая таким показателем как производительность труда, в динамике возросла на 1050 тыс. руб. /чел.

Использование основных средств на предприятии оказалось неэффективным, так как среднегодовая стоимость основных фондов возросла, а коэффициент эффективности использования основных фондов

снизился, что говорит о нерациональности использовании имеющихся основных фондов.

Следующий показатель, который характеризует деятельность предприятия – это оборотные средства. Среднегодовая стоимость оборотных средств в 2015 г. снизилась по сравнению с предыдущим годом, при этом наблюдается сокращение времени обращения, а также ускорение оборачиваемости. Об эффективности использования оборотных средств свидетельствует рост коэффициента рентабельности.

Эффективность и целесообразность деятельности любого предприятия торговли характеризует такой показатель как валовая прибыль, сумма которой выросла в динамике на 4157 тыс. руб.

Не менее важным показателем, показывающим эффективность торговой деятельности, выступают издержки обращения и предприятие стремится к их сокращению. Сумма издержки обращения ЗАО «Региональная лесная компания» увеличились, вместе с тем возрос и их уровень, что, безусловно, не заслуживает положительной оценки.

Главным показателем, характеризующим конечную деятельность предприятия, является чистая прибыль. Сумма данного показателя имеет положительную динамику в своем развитии: рост чистой прибыли за изучаемый период составил 1902 тыс. руб., при этом наблюдается рост рентабельности конечной деятельности.

В целом, проведя данный анализ, можно сделать вывод об эффективности деятельности ЗАО «Региональная лесная компания» за исследуемый период.

Проанализировав оптовый оборот, можно сделать следующие выводы.

За анализируемый период оборот оптовой торговли в действующих ценах увеличился, однако, по сравнению с предшествующим годом в сопоставимых ценах наблюдается снижение оборота на 28141,09 тыс.руб. Данная ситуация, возможно, связана с тем, что в этот период наблюдается непростая экономическая ситуация в стране, способствующая снижению

спроса.

По формам и видам продаж весь товароборот на 100% является складским и направлен на оборот от реализации.

Рассматривая оборот по кварталам, то менее результативными являются первый и четвертый квартал. Данная обстановка может быть разъяснена тем, что весенне-летний период является наиболее благоприятным для проведения ремонтно-строительных работ.

В разрезе товарных групп товароборот формируется в основном за счет пиломатериалов обрезанных, необрезанных и строительной продукции из дерева.

Также в работе осуществлен факторный анализ оптового оборота, представленный влиянием ценовых факторов, факторов, связанных с использованием трудовых ресурсов, товарных запасов, товарным обеспечением, оборотных средств, основных фондов.

Осуществляя планирование общего объема товарооборота и оптового оборота по периодам и ассортименту, старались придерживаться сложившейся тенденции и учитывать кризисную ситуацию в стране, что может привести к невысокому росту оборота в планируемом периоде.

Также в работе представлены рекомендации по увеличению оптового оборота, такие как расширение ассортимента, ускорение оборачиваемости тех товарных позиций, которые замедляют оптовый оборот, рекламные мероприятия.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что оптовый товароборот является основным торгово-экономическим показателем, и поэтому его анализ и планирование играет важную роль для деятельности предприятия.

Список использованных источников

1. Конституция Российской Федерации. Гос. флаг РФ. Гос. Герб РФ. Гос. Гимн РФ. — Москва.: Эксмо-Пресс, 2016. — 80 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации по состоянию на 01.05.16 г.- Москва.: Эксмо-Пресс, 2016. - 688 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: в 2 ч.: по состоянию на 25.03.2016 г.: - Москва.: Проспект, 2016. – 1040 с.
4. Об утверждении Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения N П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», N П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы», N П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», N П-4 «Сведения о численности и заработной плате работников», N П-5(м) «Основные сведения о деятельности организации [Электронный ресурс]: приказ Федеральной службы гос. статистики от 26 октября 2015 г. N 498 – Режим доступа: <http://www.garant.ru>
5. Методические рекомендации по учету и оформлению операций приема, хранения и отпуска товаров в организациях торговли[электронный ресурс]утв. письмом Роскомторга от 10.07.1996 N 1-794/32-5. – Режим доступа: КонсультантПлюс.
6. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения - Введ. 28.08.13. – Москва.: Росстандарт, 2013. – 36 с.
7. Арзуманова Т.И. Экономика организации: учебник для бакалавров / Т.И. Арзкманова, М.Ш. Мачабели. - Москва.: Дашков и К, 2014. - 240 с.
8. Баканов М.И. Теория экономического анализа: учебник / М.И. Баканов М, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет ; под ред. М.И. Баканова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва.: Финансы и статистика, 2008. – 536 с.

9. Берг Т.И. Планирование основных показателей деятельности предприятия розничной торговли : учеб.пособие / Т.И. Берг ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск. – 2007. – 138 с.

10. Грибов В.Д. Экономика предприятия: учебник. Практикум, перераб. и доп. / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. – 6-е изд., перераб. - Москва. : КУРС: ИНФА-М, 2015. - 448 с.

11. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., перераб. и доп. — Москва.: Дашков и К°, 2015. — 456 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513880>

12. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник / Л.И. Кравченко. – Москва.: Новое издание, 2009. – 544 с.

13. Лещева, М.Г. Особенности анализа в отдельных отраслях [Электронный ресурс] : учебник / М.Г. Лещева, Т.Н. Стеклова; Ставропольский гос. аграрный ун-т. - Ставрополь, 2014. – 176 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514535>

14. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / Э.А. Маркарьян, Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьян. – 2-е изд. перераб. и доп. – Москва.:КНОРУС, 2013. – 536 с.

15. Нечитайло А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / А.И. Нечитайло, И.А. Нечитайло - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 363 с.

16. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия) : учебное пособие / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова ; под ред. И. В. Сергеева. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2011. - 670 с.

17. Соловьева Н.А. Анализ результатов хозяйственно-финансовой деятельности организации и ее финансового состояния : учеб. пособие / Н.А.Соловьева, Н.И. Коркина ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск, 2007. – 110 с.

18. Соломатин А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник для вузов / А.Н. Соломатин. – Санкт-Петербург.: Питер 2010. – 560 с.
19. Оптовая торговля: учебное пособие / Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, С.С. Шипилова. - Москва.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 96 с.
20. Терещенко Н.Н. Анализ и планирование товарооборота и товарных запасов розничного торгового предприятия : учеб. пособие / Н.Н. Терещенко, О.Н. Емельянова ; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Красноярск, 2006. – С. 5-40
21. Терещенко Н.Н. Оптовый оборот : текст лекции / Н.Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2005. – С.5-57
22. Терещенко Н.Н. Планирование на предприятии торговли: учеб. пособие / Н.Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2005 – 296 с.
23. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник / под общ. ред. Л.А. Брагина. - 2-е. изд., перераб. и доп. - Москва.: ИНФРА - М, 2000, С. 53
24. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб.пособие для вузов / В.А. Чернов под ред. проф. М.И.Баканова. – Москва.:ЮНИТА-ДАНА, 2003. – 686 с.
25. Экономика предприятия торговли: учебное пособие. В 2 ч. Ч.1 / Ю.Л. Александров,[и др.]; Краснояр. гос. торг.-экон.ин-т. Красноярск, 2002. – 258 с.
26. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / под. ред. проф. М.И.Баканова. – Москва : Финансы и статистика, 2007. -396 с.
27. Экономический анализ: учеб. пособие / Н.Б. Клишевич, [и др.]. - Москва.: ИФРА-М; Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013. - 192 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Для выполнения основного этапа планирования оптового оборота, а именно осуществления нормирования и планирования товарных запасов могут применяться метод технико-экономических расчетов, метод пропорционального отклонения. Формулы для их применения представлены ниже:

1. Метод технико-экономических расчетов:

$$N_{ТЗ} = N_{ТЗ} * \bar{O}, \quad (Г1)$$

$$N_{ТЗ} = \text{Торг.Зап.} + СЗ + В, \quad (Г2)$$

$$\text{Торг.Зап.} = РЗ + ЗП, \quad (Г3)$$

$$РЗ = \frac{A + Ц}{\bar{O}} + 1, \quad (Г4)$$

$$ЗП = \frac{1}{2} * \frac{Чз}{Кк}, \quad (Г5)$$

$$Кк = \frac{a}{A}, \quad (Г6)$$

где $N_{ТЗ}$ – норматив запасов текущего хранения, $N_{ТЗ}$ – норма товарных запасов, \bar{O} – среднедневной оборот, Торг.Зап. – торговый запас, СЗ – страховой запас, В – время на приемку, подготовку, РЗ – рабочий запас, ЗП – запас пополнения, Ц – цена товара, А – общее количество ассортиментных разновидностей, а – количество ассортиментных разновидностей поступающих в одной партии, Чз – частота завоза, Кк – коэффициент комплектности.

2. Метод пропорционального отклонения:

$$ТЗ_{н.б.г.} = \bar{ТЗ} * 0,5 * \left(1 + \frac{O_{мес.}}{\bar{O}_{мес.}}\right), \quad (Г7)$$

где $ТЗ_{н.б.г.}$ – норматив товарных запасов, $\bar{ТЗ}$ – среднегодовые товарные запасы, $O_{мес.}$ – оборот за конкретный месяц, $\bar{O}_{мес.}$ – среднемесячный оборот по предприятию за год.

Для расчета товарного обеспечения в оптовой торговле расчетные формулы отличаются от розничной. Объем поступлений определяем следующим образом:

$$\Pi = P_{\text{склад.}} + Z_{\text{к.г.}} + P_{\text{в.}} - Z_{\text{н.г.}}, \quad (\Gamma 8)$$

Где Π – объем поступлений, $P_{\text{склад.}}$ – складская реализация, $Z_{\text{к.г.}}$ – запасы на конец года, $P_{\text{в.}}$ – прочие выбытия, $Z_{\text{н.г.}}$ – запасы на начало года.

Для определения общего объема закупок существует два варианта расчета:

$$V_{\text{зак.}} = \text{ВОО} + Z_{\text{к.г.}} + P_{\text{в.}} - Z_{\text{н.г.}}, \quad (\Gamma 9)$$

или

$$V_{\text{зак.}} = \Pi + \text{ОО}_{\text{тр.}}, \quad (\Gamma 10)$$

где $V_{\text{зак.}}$ – объем закупок, ВОО – валовой оптовый оборот, $\text{ОО}_{\text{тр.}}$ – транзитный оптовый оборот.