

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

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Ю.Л. Александров

(подпись) (инициалы, фамилия)

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций»

код, направление и профиль подготовки

Оптовый оборот предприятия :анализ и обоснование резервов роста

тема

Научный руководитель _____ доцент, канд. экон. наук Т. И. Берг

подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

должность, ученая степень

инициалы, фамилия

Выпускник

ЭП-12-1з Д.И.Кайгородов

подпись, дата

группа

инициалы, фамилия

Красноярск 2017

ВВЕДЕНИЕ

Основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей, население получает через торговлю.

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.

Целью данной работы является экономическое обоснование резервов роста оптового оборота на основе его анализа.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие, сущность, состав и классификацию оптового оборота;

- изучить методику анализа оптового оборота в современных условиях;
- раскрыть методику планирования оптового оборота;
- дать краткую организационно-экономическую характеристику ООО «Здоровые напитки»;
- проанализировать динамику, состав, структуру оптового оборота ООО «Здоровые напитки»;
- провести анализ товарного обеспечения оптового оборота;
- оценить влияние факторов на изменение оптового оборота;
- осуществить планирование оптового оборота в целом, по периодам года и группам;
- разработать пути повышения оптового оборота.

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: Г.Г. Иванова, А.Н. Соломатина, С.А. Хныкина и др.; 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 анализа: анализа и синтеза, группировки и сравнения и других, входящих в экономико-статистические методы, а также метода экспертной оценки и методов планирования: метода на основе среднегодовых темпов роста и метода выравнивания динамического ряда по скользящей средней, входящих в экономико-статистические методы, экономико-математического метода; метода получения целевой прибыли, а также методы экспертной оценки. Применение каждого из данных методов определяется характером решаемых в процессе исследования задач.

Предметом исследования в выпускной квалификационной работе явились оптовый оборот. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли - ООО «Здоровые напитки».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 68 стр. Выпускная квалификационная работа иллюстрирована 4 рисунками; 27 таблицами; 4 приложениями. Список использованных источников включает в себя 24 источника.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ОБОРОТА

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

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 внеоборотного 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 классифицируется по ряду признаков (табл. 1.1) [13]

Таблица 1.1 – Виды оптового оборота и их классификация

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

Продолжение таблицы 1.1

Признаки классификации	Виды оптового оборота
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 внерыночным 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

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 внутримышленного потребления;
- государственным учреждениям и организациям.

Таким образом, оборот по реализации может быть рассчитан по формуле

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

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. [11]

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. [11]

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 следующих факторов:

- 1) величины и технической оснащенности складских площадей (емкостей) 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.

Для каждого конкретного оптового предприятия значимость этих факторов при обосновании объема оптового оборота по формам продаж раз-

лична, что обусловлено конкретными условиями деятельности как самого предприятия, так и его клиентов.

В следующем пункте выпускной квалификационной работы охарактеризуем методику анализа оптового оборота

1.2 Методика анализа оптового оборота торгового предприятия

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 осуществить, на наш взгляд, по трем основным этапам: подготовительному, основному и заключительному, содержание которых представлено на рисунке 1.1



Рисунок 1.1 - Характеристика этапов анализа оптового оборота предприятия [7]

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.

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 решается 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 (Приложение А).

Важным завершающим направлением подготовительного анализа оптового оборота предприятия является изучение и оценка экономических предпосылок, основными из которых являются:

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:

– количество предприятий розничной торговли и общественного питания в районе деятельности оптового предприятия и основные показатели их работы (товарооборот, прибыль и т. д.);

– объем розничного товарооборота в районе деятельности оптового предприятия в целом и в разрезе ассортимента;

– наличие в регионе системы внерыночных потребителей и объем финансирования их деятельности;

– уровень развития в регионе производства потребительских товаров, являющихся предметом деятельности оптового предприятия;

– структура ввоза и вывоза потребительских товаров в регионе;

– привлекательность отдельных товарных рынков, наличие административных и экономических ограничений на деятельность на данных рынках;

– уровень инфляции и покупательной способности в регионе;

– тенденции развития конъюнктуры конкретных товарных рынков и регионального рынка потребительских товаров в целом;

– характеристика производственных предприятий, являющихся покупателями товаров у данного оптового предприятия (стратегия и объемы их деятельности, размер прибыли и направления использования и т. п.);

4) результаты проведенных исследований поставщиков, покупателей потребительских товаров и оценка эффективности работы с ними;

5) 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.);

б) оценка эффективности применяемой оптовым предприятием стратегии и тактики на потребительском рынке.

После окончания подготовительного этапа исследователи приступают к выполнению основного этапа анализа оптового оборота, осуществляющегося 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 (/ц):

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

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

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

где Тр – темп роста, %; О1 – объем оборота текущего (отчетного) периода, тыс. руб.; О0 – объем оптового оборота базисного периода, тыс. руб.;

$$Т_{пр} = Тр - 100, \quad (5)$$

где Тпр – темп прироста оптового оборота, %.

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

$$\overline{Oд} = \sqrt[n-1]{\frac{\prod^n}{O_0}} * 100, \quad (6)$$

где n – количество периодов; On – 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 (температура) оборота по общему объему, %;

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

где n – число составляющих (месяцев, кварталов); x – процент (температура) 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 (темпер изменение) 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

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

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.

Таблица 1.2 - Факторный анализ оптового оборота предприятия торговли

Фактор	Методика расчета
1. влияние изменения цен и физического объема оборота	
- изменение оборота за счет физического оборота	$\Delta O(\Phi O) = O_{1\text{ф}} - O_{0\text{ф}}$
-изменение оптового оборота за счет изменения цен	$\Delta O(Jц) = O_{1\text{дц}} - O_{0\text{дц}}$
-изменение оптового оборота всего	$\Delta O = O_{1\text{дц}} - O_{0\text{дц}}$
2. влияние изменения трудовых ресурсов	

Продолжение таблицы 1.2

Фактор	Методика расчета
-за счет изменения численности	$\Delta O(\Delta Ч) = (Ч_1 - Ч_0) \times ПТ_0$
-за счет изменения производительности труда	$\Delta O(\Delta ПТ) = (ПТ_1 - ПТ_0) \times Ч_1$
-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	$Oскл_0 = Зн_0 + П_0 - B_0 - 3κ_0;$ $Oскл' = Зн_1 + П_0 - B_0 - 3κ_0;$ $Oскл'' = Зн_1 + П_1 - B_0 - 3κ_0;$ $Oскл''' = Зн_1 + П_1 - B_1 - 3κ_0;$ $Oскл_1 = Зн_1 + П_1 - B_1 - 3κ_1.$
- изменение оптового оборота за счет поступления товаров	$\Delta Oскл(\Delta Зн) = Oскл' - Oскл_0;$
- изменение оптового оборота розничной торговли за счет изменения выбытия	$\Delta Oскл(\Delta П) = Oскл'' - Oскл_0;$
- изменение оптового оборота за счет изменения запасов товаров на конец года	$\Delta Oскл(\Delta B) = Oскл''' - Oскл'';$
4. влияние факторов, связанных с использованием основных фондов	
- за счет изменения среднегодовой стоимости основных фондов	$\Delta O(\Delta ОФ) = \Delta ОФ \times \Phi_0$
- за счет изменения фондоотдачи	$\Delta O(\Delta \Phi) = \Delta \Phi \times ОФ_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = \Delta O(\Delta ОФ) + \Delta O(\Delta \Phi)$

5. влияние факторов, связанных с использованием оборотных средств	
- за счет изменения средней стоимости оборотных средств	$\Delta O(\Delta OC) = \Delta OC \times OC_0$
- за счет изменения скорости обращения	$\Delta O(\Delta Oc) = \Delta Oc \times OC_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = \Delta O(\Delta OC) + \Delta O(\Delta Oc)$
6. влияние факторов, связанных с использованием товарных запасов	
- за счет изменения средней стоимости товарных запасов	$\Delta O(\Delta TZ) = \Delta TZ \times OC_0$
- за счет изменения скорости обращения товарных запасов	$\Delta O(\Delta Oc) = \Delta Oc \times TZ_1$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O = \Delta O(\Delta TZ) + \Delta O(\Delta Oc)$
7. влияние факторов, связанных с использованием торговой площади	
- за счет изменения складской площади	$\Delta Os_{скл}(\Delta S_{скл}) = \Delta S_{скл} \times OS_0$
- за счет изменения оптового оборота на 1 кв.м.	$\Delta Os_{скл}(\Delta Os) = \Delta Os \times S_{1скл}$
- изменение оптового оборота всего	$\Delta O_{скл} = \Delta O(\Delta S_{скл}) + \Delta O(\Delta Os)$

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 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 выпускной квалификационной работы охарактеризуем методику планирования оптового оборота

1.3 Методика планирования оптового оборота

В системе планов оптового предприятия план оптового оборота занимает центральное место, так как от его плановой величины зависят все основные показатели деятельности оптового предприятия (издержки обращения; товарные запасы, оборотные фонды, доходы и прибыль предприятия и т. п.)

Планирование оптового оборота осуществляется в несколько этапов, содержание которых представлено в Приложении Б

Планирование общего объема оптового оборота осуществляется в разрезе отдельных его видов и форм продаж. При этом расчет плановой суммы оптового оборота проводится в II этапа:

I этап – планирование оптового оборота по отдельным видам продаж;

При планировании оптового оборота по видам продаж используются методы, представленные на рисунке 1.2

Основным видом оптового оборота является *оборот по реализации*, при планировании которого используются следующие методы расчета: балансовый, экономико-статистический, экономико-математический, планирование на основе расчета коэффициента участия оптового звена в обеспечении оптового оборота, планирование на основе функции потребления товаров.



Рисунок 1.2- Методы планирования оптового оборота по видам продаж [13]

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 (6)

Затем рассчитывается плановый объем оптового оборота по реализации по формуле

$$O_{pl} = \frac{O_p \cdot \bar{T}_p \cdot I_c}{100},$$

(12)

где O_{pl} – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.; I_c – 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 (

$$\Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1} = \frac{\bar{K}_3 - \bar{K}_1}{3-1}, \quad (13)$$

где n – количество средних значений в динамическом ряде.

Далее находят планируемый показатель K_6 :

$$K_6 = K_4 + 2\Delta \bar{K}. \quad (14)$$

Планируемый объем оптового оборота предприятия торговли определяется по следующей формуле

$$O_{пл} = \frac{O_1 \cdot Тр_{пл} \cdot Jц}{100}, \quad (15)$$

где O_1 – оптовый оборот отчетного периода, тыс.руб.; $Тр_{пл}$ – планируемый темп роста оптового оборота, тыс. руб., рассчитанный по скользящей средней, %; $Jц$ – индекс цен.

В нашем случае данная формула будет выглядеть следующим

$$\text{образом: } O_{пл} = \frac{O_1 \cdot K_6 \cdot Jц}{100}. \quad (16)$$

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.

Прочие виды оптового оборота (межрегиональный межгосударственный, внутрисистемный) планируются с использованием следующих методов:

- метод прямого счета, основанный на расчете планового объема оптового оборота на основе заключенных договоров поставки товаров, а также на основе государственных программ и заказов путем суммирования отраженных в них объемов оборотов;
- метод экспертных оценок (в основном коллективных экспертных оценок), основанный на плановом расчете объема и структуры отдельных видов оптового оборота на основе субъективных суждений

высококвалифицированных специалистов, занятых вопросами оптовых поставок и продаж товаров.

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.

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

$$\begin{aligned} \text{Оскл}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Оскл}_n \cdot \overline{T_p} \cdot I_{\text{ц}}}{100} \\ \text{Отр}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Отр}_n \cdot \overline{T_p} \cdot I_{\text{ц}}}{100} \end{aligned} \quad (17)$$

где $I_{\text{ц}}$ – 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 ($\Delta \text{скл}_{\text{пл}}$) по формуле $K_{\text{пл}} = K_{n-1} + 2\bar{K}$: $\Delta \text{скл}_{\text{пл}} = K_4 + 2\bar{K}$ и определяется плановый объем складского оборота по формуле

$$\text{Оскл}_{\text{пл}} = \frac{\text{Овал}_{\text{пл}} \cdot \Delta \text{скл}_{\text{пл}}}{100}; \quad (18)$$

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

$$y_t = f(x_1; x_2 \dots x_n). \quad (19)$$

Расчет на основе экстраполяции теоретической тенденции осуществляется следующим образом:

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

– экстраполяция теоретических управлений. Подставляя вместо t соответствующий порядковый номер года, для которого определяется размер оборота, производится расчет этого показателя: $Y_n = a + bt_n$.

При составлении планов необходимо предусмотреть следующее: увеличение доли складского оборота, чтобы повысить удельный вес товарных запасов в оптовой торговле; рациональнее распределить их между оптовыми и розничными предприятиями; создать благоприятные условия для маневрирования товарными ресурсами; обеспечить постоянное наличие на складах оптовых предприятий товаров в количестве и ассортименте, достаточном для своевременной подсортировки и снабжения розничной торговой сети.

Для сопоставления экономичности различных форм товародвижения сравнивают текущие расходы по транспортировке и хранению для различных групп товаров при их завозе на склады оптовых предприятий в розничную торговлю. Выбирают тот вариант, при котором совокупные затраты по доведению товаров до покупателей минимальны;

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

- 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.

Заключительным направлением планирования общего объема оптового оборота является расчет планового валового оборота, осуществляемый по следующим формулам:

$$Овал_{пл} = Ор_{пл} + Омр_{пл} + Омг_{пл} + Овс_{пл}, \quad (20)$$

где $Oвал_{пл}$ – плановый объем общего (валового) оптового оборота, тыс. руб.; $Op_{пл}$ – плановый объем оборота по реализации, тыс. руб.; $Omр_{пл}$ – плановый размер межрегионального оптового оборота, тыс. руб.; $Omг_{пл}$ – плановый объем межгосударственного оптового оборота, тыс. руб.; $Oвс_{пл}$ – плановый размер внутрисистемного оптового оборота, тыс. руб.;

$$Oвал_{пл} = Oскл_{пл} + Отр_{пл}, \quad (21)$$

где $Oвал_{пл}$ – плановый объем общего (валового) оптового оборота, тыс. руб.; $Oскл_{пл}$ – плановый объем складского оборота, тыс. руб.; $Отр_{пл}$ – плановый объем транзитного оборота, тыс. руб.

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 [13].

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.

Тогда квартальные оптовые обороты в будущем году будут равны:

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

При планировании квартальных оборотов оптовой торговли *с помощью индексов сезонности* расчеты осуществляются умножением среднеквартального оборота будущего года на индекс сезонности

соответствующего квартала (уточненные):

$$\bar{O}_{\text{кв.пл.}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год}}}{4}, \quad (22)$$

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

$$\bar{O}_{\text{с.}} = O_{\text{кв.пл.}} \cdot J_{\text{с.}}^{1\text{кв}}, \quad (23)$$

где $J_{\text{с.}}^{1\text{кв}}$ – 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.

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

$$O_{\text{пл.}}^{\text{тov.гр.}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год.}} \cdot Y_{\text{Д.В.тov.гр.}}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (24)$$

II этап – расчет общего объема планового оптового оборота путем суммирования запланированных оборотов по отдельным видам отдельных продаж.

На заключительном этапе планирования оптового оборота осуществляется SWOT-анализ деятельности оптового предприятия, выявляются резервы роста оптового оборота и оптимизации его структуры и состава, разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оптового оборота.

Изучение оптового оборота как основного показателя деятельности торгового предприятия позволит провести анализ оптового оборота ООО «Здоровые напитки» во второй главе выпускной квалификационной работы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе были рассмотрены теоретические и методические основы анализа оптового оборота торгового предприятия, и на их основе был проведен анализ и планирование оптового оборота ООО «Здоровые напитки» и экономическое обоснование резервов роста оптового оборота и оценка перспектив его роста.

Анализ основных показателей торгово-хозяйственной деятельности ООО «Здоровые напитки» показал, что в отчетном году работа предприятия была достаточно успешной. Об этом говорит тот факт, что оптовый оборот увеличился на почти на 15,56%, т.е. на 7500 тыс.руб. и стал равен 55700 тыс.руб

Анализ оптового оборота показал, что прирост оптового оборота по сравнению с базисным годом наблюдался в течение всего анализируемого периода. Таким образом, оптовый оборот увеличивался не только в стоимостном выражении, но и в физическом, что оценивается положительно.

Анализируя оптовый оборот предприятия по видам продаж можно сказать, что оптовый оборот предприятия состоит на 100% из оборота по реализации. В обороте по реализации преобладает оптовый оборот розничным предприятиям.

Положительное влияния факторов на изменение объема оптового оборота ООО «Здоровые напитки» оказало:

- увеличение оптового оборота в отчетном периоде было достигнуто преимущественно за счет физического объема оборота, что позитивно характеризует деятельность предприятия

- основное влияние на объем оптового оборота в сопоставимых ценах оказалось увеличение производительности труда как в целом по фирме (размер влияния составил 4746,8 тыс. руб.), так и производительности труда оперативно-складского персонала.

- рост поступления товаров способствовал увеличению оптового оборота на 6112 тыс. руб.

- изменение оптового оборота на 1 кв.м. складской площади увеличило оптовый оборот на 7500 тыс. руб. Это свидетельствует об интенсивном направлении развития предприятия

Отрицательное влияния факторов на изменение объема оптового оборота ООО «Здоровые напитки» оказалось:

- негативное влияние на оптовый оборот по себестоимости оказалось увеличение товарных запасов на конец, благодаря данному фактору было недополучено торговой выручки на сумму 1824 тыс. руб., а также повышение прочего выбытия, благодаря этому фактору было недополучено торговой выручки на сумму 9 тыс. руб.

- изменение средней стоимости оборотных средств привело к росту оптового оборота на 4914,86 тыс. руб, а ускорение обрачиваемости привело к увеличению оптового оборота на 2585,14 тыс. руб. Это свидетельствует о преимущественно экстенсивном направлении развития предприятия

- изменение среднегодовой стоимости основных фондов привело к увеличению оптового оборота на 6880 тыс. руб, а изменение фондоотдачи повысило оптовый оборот на 620 тыс. руб. Это свидетельствует о преимущественно экстенсивном использовании основных фондов

В выпускной квалификационной работе используем следующие методы: экономико-статистические методы планирования, в частности расчет на основе среднегодовых темпов роста и на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней, а также экономико-математический метод и метод получения целевой прибыли

Обоснование планируемого значения оптового оборота экономико-математическим методом является минимальным, методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней – максимальным. Оптимальным является значение планируемого оптового оборота, а именно 59497 тыс. руб., полученное методом среднегодовых темпов роста, так как этот метод учитывает динамику оборота за ряд прошлых лет и предполагаемые изменения в будущем году, а именно рост цен, также это значение является наиболее реальным в плане достижения его значения в будущем периоде.

По результатам планирования оптового оборота на следующий период можно сказать, что наибольший объем продаж придется на 2 квартал – 19871,39 тыс. руб., наименьший на 1 квартал – 11720,32 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре оптового оборота ООО «Здоровые напитки» в планируемом периоде займет товарная группа «Холодный чай со вкусом фруктов Nestea» – 25,3% или 15052,69 тыс. руб.

Наименьший удельный вес займет товарная группа «DELLOS Aloe» – 4,4% или 2617,86 тыс. руб.

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

1) Расширить ассортимент реализуемых товаров за счет продажи продукции ЗАО «Волчихинский пивоваренный завод». Было проведено анкетирование покупателей торгового предприятия ООО «Здоровые напитки», которое выявило, что наиболее востребованной покупателями оказалась продукция алтайского производителя.

Ассортиментный перечень производимой продукции данного предприятия составляет 58 наименований. Цены закупки приведены согласно прайса поставщика ЗАО «Волчихинский пивоваренный завод», который размещен на сайте <http://napitki-altay.ru/products>.

Уровень торговой надбавки в размере 22% был установлен исходя из проведенного анализа цен на товарную группу на рынке газированных напитков г. Красноярска.

Внедрение предложенных рекомендаций по расширению ассортимента и введение скидок приведет к увеличению оптового оборота на 2761,1 тыс. руб.

2) для снижения товарных запасов необходимо проведение акции по распродаже безалкогольных напитков.

Инвентаризация, проведенная на складе оптового предприятия выявила следующие товарные позиции, по которым товарные запасы значительно превышают их оптимальное значение

ООО «Здоровые напитки» необходимо провести рекламную акцию «при покупке трех упаковок газированной воды четвертая упаковка в

подарок». В период осень – весна производители безалкогольных напитков охотно идут на подобные акции, так как спрос на данную продукцию снижается. Следовательно, акция будет проводиться с сентября по декабрь. При заключении договора производитель берет на себя обязанность компенсировать предприятию стоимость упаковки, выдаваемой в подарок, а оптовое торговое предприятие - провести рекламную компанию, направленную на увеличение сбыта данного производителя.

Внедрение предложенных рекомендаций по расширению ассортимента и проведение рекламной распродажи приведет к увеличению оптового оборота на 4519,1 тыс. руб.

Валовая прибыль увеличится соответственно на 8,18%. Так как уровень издержек обращения ООО «Здоровые напитки» с учетом рекомендаций снизится на 0,66%, прибыль от продаж возрастет на 660,2 тыс. руб по сравнению с планируемым годом и составит 3823,53 тыс. руб. Рентабельность продаж вырастет на 0,31 %.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации» [Электронный ресурс]: принятая всенародным голосованием 12.12.1993 с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ // «Собрание законодательства РФ», 14.04.2014, N 15, ст. 1691- 32 с. Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. В 4 ч. Ч. 1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ ред. от 30.11.2011. // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. В 2 ч. Ч.1 [Электронный ресурс] : федер. закон N 146-ФЗ от 31.07.1998 ред. от 28.12.2016// Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

4. Трудовой кодекс Российской Федерации. В бч. Ч.3 [Электронный ресурс] : федер. закон N 197-ФЗ от 30.12.2001 ред. от 03.07.2016 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

5. Об утверждении указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях», № П-3 «Сведения о финансовом состоянии организации», № П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», № П-5(М) «Основные сведения о деятельности организации» [Электронный ресурс]: приказ Федеральной службы гос. статистики Российской Федерации от 26 октября 2015 г. №498//

Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа:
<http://www.consultant.ru..>

6. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов. - М.: Дашков и К, 2016. - 292 с.

7. Арзуманова, Т.И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания: учебник / Т.И.Арзуманова, М.Ш. Мочабели. -2-е изд.,перераб. и доп. - М: Дашков и К, 2009- 276 с.

8. Иванов, Г.Г. Экономика торгового предприятия: учебник для вузов / Г.Г. Иванов – М.: Академия, 2011. – 318с.

9. Иванов, Г.Г. Экономика организации. Торговля: учебник для вузов / Г.Г. Иванов – М.: Инфра-М, 2012. – 352с.

10. Иванов, Г. Г. Особенности организации оптовой торговли / Г.Г. Иванов // Современная торговля. – 2011. - №2. – С.10-12.

11. Иванов, Г.Г.Оптовая торговля: учебное пособие /Г.Г.Иванов, А.Ф.Никишин, С.С. Шипилова – М.: ФорумИнфра-М, 2016 – 96с.

12. Раицкий, К.А. Экономика и управление в организациях торговли: учебное пособие / К.А. Раицкий – М.:Аспект пресс, 2011. – 192с.

13. Терещенко, Н. Н. Оптовый оборот : текст лекции / Н. Н. Терещенко; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2005. – 66 с.

14. Саталкина, Н.И. Экономика торговли: Учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 232 с.

15. Чернов, В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. пособие для вузов /В.А.Чернов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 68 с.

16. Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А. М. Фридман. - М.: Дашков и Ко, 2008. - 628 с.
17. Ханин, Г.И. Оптовая торговля в современной России / Г.И. Ханин, Фомин Д.А. // Проблемы прогнозирования – 2017 - №3 – с. 42 - 46
18. Хныкин, С.А. Развитие оптовой торговли в современной России / С.А.Хныкин, С.Л.Тимосюк, Г.И.Юрковская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики - 2015 - № 11 – с. 89 – 92
19. Хныкин, С.А. Проблемы и перспективы развития оптовой торговли в России / С.А.Хныкин, Г.И.Юрковская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики - 2015 - № 7 – с. 88 - 91
20. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: учеб. пособие / под ред. Е. А. Карпенко [и др.] – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. – 224 с.
21. Экономика предприятия в сфере товарного обращения / Л.И. Ерохина [и др.]. – М.: КноРус, 2016. – 304с.
22. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – М.:ИНФРА – М, 2004-215с.
23. Экономика торгового предприятия: учебник / А.И. Гребнев [и др.]. – М.: Экономика, 2006.- 238с.
24. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учеб. пособие / под ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА – М, 2009. – 295 с.

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

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Ю.Л. Александров
(подпись) (инициалы, фамилия)
« 14 » июня 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и организаций»

код, направление и профиль подготовки

Оптовый оборот предприятия : анализ и обоснование резервов роста

Научный руководитель  доцент, канд. экон. наук Т. И. Берг
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник А. А. Кайгородов
подпись, дата
20.05.2018

ЭП-12-1з
группа
12-1з

Д.И.Кайгородов
ициалы, фамилия

Изменение дата

доцент, канд. экон. наук

должность, ученая степень

Т. И. Берг

инициалы, фамилия

Выпускник

подпись дата

ЭП-12-13

группа

Д.И.Кайгородов

и инициалы фамилия

Красноярск 2017

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

Торгово-экономический институт

Кафедра Экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Ю.Л. Александров
(подпись) (инициалы, фамилия)
« » 2017 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы
(бакалаврской работы, дипломного проекта, дипломной работы, магистерской диссертации)

Студенту(ке) Кайгородов Дмитрий Игоревич
(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ЭП 12-1з Направление подготовки 38.03.01
номер _____
(код)

"Экономика предприятий и организаций"
(наименование)

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

Утверждена приказом по университету № 5578/1с от 02.11.2017 г.
Руководитель ВКР Т.И. Берг

канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и планирования
(инициалы, фамилия, должность и место работы)

Исходные данные для ВКР

а) законодательные и нормативные документы РФ

б) труды отечественных авторов по материалам исследования

в) бухгалтерская отчётность

г) материалы собственных исследований

Перечень разделов ВКР

Введение

Глава 1. Теоретические и методические аспекты планирования оптового оборота.

Глава 2. Анализ оптового оборота предприятия ООО «Здоровые напитки» как основа его планирования».

Глава 3. Экономическое обоснование резервов роста оптового оборота предприятия.

Заключение.

Список использованных источников

Приложения.

Перечень графического материала

рисунков 4

таблиц 27

приложений 4

Руководитель ВКР

Б
(подпись)

Т.И.Берг

(инициалы и фамилия)

Задание принял к исполнению

Д.И.Кайгородов
(подпись)

Д.И.Кайгородов

(инициалы и фамилия студента(ки))

« 15 » мая 2017 г.