

Введение

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

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

Целью данной работы является определение резервов роста оптового оборота ООО «Кондитерский Дом Евразия» на основе анализа и планирования.

В связи с поставленной целью можно выделить следующие задачи:

- Рассмотреть сущность и виды оптового оборота
- Изучить методику планирования оптового оборота предприятия в современных условиях.

- Охарактеризовать методы планирования оптового оборота предприятия и пути его увеличения
- Дать краткую организационно-экономическую характеристику деятельности торгового предприятия.
- Проанализировать динамику, состав и структуру оптового оборота предприятия.
- Осуществить факторный анализ оптового оборота предприятия
- Спланировать оптовый оборот предприятия по общему объему, видам и формам продаж, по периодам года и ассортименту;
- Выявить резервы роста оптового оборота.

Предметом исследования в бакалаврской работе является оптовый оборот. Объектом исследования служит конкретное предприятие торговли – ООО «Кондитерский Дом Евразия».

Теоретической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам: Г.Г.Иванова, А.Н. Соломатина, А.И. Гребнева 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: группировки и сравнения, абсолютных и относительных величин, цепных подстановок и разниц, а также индексного метода и методов планирования: экономико-статистических, экономико-математических и метода экспертной оценки и др.

Бакалаврская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объём работы 61 стр. Бакалаврская работа иллюстрирована 9 рисунками; 35 таблицами; 4 приложениями. Список использованных источников включает в себя 22 источника.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ОБОРОТА.

1.1 Оптовый оборот предприятия: сущность и виды.

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 [8]

Оптовый оборот – продажа товаров крупными партиями для дальнейшей перепродажи или производственного потребления [10].

Оптовый оборот – реализация товаров крупными партиями предприятиям розничной торговли и общественного питания для последующей продажи населению, промышленным и другим предприятиям и учреждениям для производственных целей и вне рыночного потребления [13]

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 [13]

Таблица 1.1 - Классификация видов оптового оборота

Признак классификации	Виды оптового оборота
1. В зависимости от направления продажи	1.1 Обороты по реализации 1.2 Межрегиональный, 1.3 Межгосударственный, 1.4 Внутрисистемный оборот
2. В зависимости от формы продажи	2.1 Складской оборот 2.2 Транзитный оборот

Признак классификации	Виды оптового оборота
3. По структуре оптового оборота	3.1 Оборот продовольственных товаров 3.2 Оборот непродовольственных товаров
4. В зависимости от влияния цен	4.1 Оборот в действующих ценах 4.2 Оборот в сопоставимых ценах
5. В зависимости от измерителей	5.1 Оборот в стоимостных показателях 5.2 Оборот в натуральных 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 внутрипромышленного потребления;
- государственным учреждениям и организациям.

Таким образом, оборот по реализации может быть рассчитан по формуле

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

где Орр – продажа товаров предприятиям розничной торговли и общественного питания, тыс. руб.; Оп/п – продажа товаров производственным предприятиям для последующей переработки, тыс. руб.; Оп/пот – продажа товаров производственным предприятиям для внутреннего промышленного

потребления, тыс. руб.; Огос.уч. – продажа товаров государственным учреждениям и организациям для удовлетворения нужд их контингента и текущих нужд, тыс. руб.

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

Межрегиональный оптовый оборот представляет собой оптовую реализацию потребительских товаров между различными предприятиями регионов страны и характеризуется перемещением товарной массы между отдельными регионами в основном в связи с неравномерностью территориального размещения и сезонностью производства и потребления товаров, а также в связи с объемом и структурой спроса региональных клиентов оптового предприятия. [20]

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

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

В зависимости от форм продажи различают складской и транзитный оборот.

Складской оборот представляет собой оптовую продажу товаров со складов оптовых баз.

При транзитной форме оптового оборота товары поступают к клиентам оптового предприятия, минуя различные промежуточные звенья, склады предприятия.

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

Транзитный оптовый оборот подразделяется на два вида [13]:

- 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 оснащённости складских площадей (ёмкостей) оптового предприятия;

- 2) сложившейся транспортной инфраструктуры района и каналов товародвижения;

- 3) удельного веса в оптовом товарообороте товаров, вовлечённых 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 различна, что обусловлено конкретными условиями деятельности как самого предприятия, так и его клиентов.

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

Главной целью торговых предприятий является получение максимальной прибыли, а оптовый оборот выступает в качестве необходимого и важнейшего условия, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля от реализации товаров, то максимизация прибыли требует постоянного увеличения объема оптового оборота как основного фактора роста доходов и прибыли, а также относительного снижения издержек обращения и расходов на оплату труда.

В следующем пункте бакалаврской работы рассмотрим методику планирования оптового оборота.

1.2 Методика планирования оптового оборота предприятия в современных условиях

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.) [8].

Планирование оптового оборота осуществляется в несколько этапов, содержание которых представлено в табл. 1.2.

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:

Таблица 1.2 - Этапы планирования оптового оборота предприятия и их характеристика [13]

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

Название этапа	Содержание этапа	Направления планирования
II. Основной этап	2.1. Планирование общего объема оптового оборота	<ul style="list-style-type: none"> – расчет оптового оборота по видам продаж на планируемый период; – планирование оборота по формам продажи; – расчет планового валового оптового оборота
	2.2. Расчет оптового оборота во временном и ассортиментном аспектах	<ul style="list-style-type: none"> – планирование оптового оборота по месяцам и кварталам будущего года; – расчет плановой ассортиментной структуры оптового оборота
	2.3. Планирование и нормирование товарных запасов оптового предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – 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
III. 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 оптимизации его структуры и состава	<ul style="list-style-type: none"> – определение и обоснование резервов увеличения общего объема оптового оборота; – обоснование размера оптового оборота по видам и формам продажи с целью их оптимизации; – обоснование резервов роста оптового оборота в разрезе отдельных ассортиментных групп
	3.3. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной величины оптового оборота	– разработка мероприятий и контроль за их выполнением

I этап – планирование оптового оборота по отдельным видам продаж;

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

Третьим направлением основного этапа планирования оптового оборота является планирование и нормирование товарных запасов оптового предприятия, включающее в себя [13]:

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

Четвертым направлением основного этапа планирования оптового оборота является расчет товарного обеспечения оборота, включающий в себя [8]:

- расчет планового объема поступления и закупок товаров на оптовом предприятии;
- планирование источников поступления товаров на оптовое предприятие с оценкой выбора поставщиков и определением объемов и сроков поставок товаров.

Целью планирования товарного обеспечения оптового оборота является экономическое обоснование объема товарных ресурсов, необходимых для обеспечения оптового оборота по направлениям и формам продаж и по отдельным товарным группам.

В зависимости от сложности реализуемого оптовым предприятием ассортимента объем товарного обеспечения оптового оборота рассчитывается в натуральных или стоимостных показателях. В натуральных показателях расчет товарного обеспечения оптового оборота осуществляется в основном по однородным товарам и товарным группам (например, автомобили). По большинству же ассортиментных видов товаров расчет товарного обеспечения оптового оборота осуществляется в стоимостных показателях.

Планирование товарного обеспечения оптового оборота осуществляется в несколько этапов [13].

I этап. Изучение экономических предпосылок расчета товарного обеспечения оборота на плановый период, включающее в себя:

– анализ условий внешней и внутренней среды оптового предприятия и их изменения в плановом периоде;

– анализ оптового оборота по формам и видам продаж за ряд предшествующих лет;

– анализ состояния и эффективности использования товарных запасов оптового предприятия и их плановый размер по общему объему и в разрезе ассортимента;

– характеристика выбытия товаров в пределах норм естественной убыли;

– оценка тенденций развития объема и удельного веса транзитного оборота в составе общего оптового оборота предприятия;

– анализ и оценка заключенных договоров на поставку товаров в плановом периоде;

– сравнительная характеристика основных поставщиков товаров в оптовое предприятие;

– анализ уровня инфляции в районе деятельности оптового предприятия и уровня средних цен в опте и рознице и др.

II этап. Расчет плана поставок товаров, определяемый на основе балансовой формулы увязки товарных ресурсов:

$$П_{пл} = O_{скл_{пл}} + B_{пл} + Z_{к_{пл}} + Z_{н_{пл}}, \quad (3)$$

где $П_{пл}$ – плановый объем поставки товаров оптовым предприятием, тыс. руб.; $B_{пл}$ – плановое выбытие товаров на оптовом предприятии в пределах норм естественной убыли, тыс. руб.; $Z_{к_{пл}}$ – плановые запасы на конец периода, тыс. руб.; $Z_{н_{пл}}$ – плановые запасы на начало периода, тыс. руб.

III этап. Расчет плана закупки товаров оптовым предприятием ($Z_{пл}$) определяемый как сумма планового объема поставки товаров ($\Pi_{пл}$) и планового объема транзитного оптового оборота ($O_{тр_{пл}}$):

$$Z_{пл} = \Pi_{пл} + O_{тр_{пл}}. \quad (4)$$

IV этап. Расчет степени товарного обеспечения оптового оборота в плановом периоде, определяемый по формуле

$$C_{обесп} = \frac{Z_d}{Z_{пл}} \times 100, \quad (5)$$

где $C_{обесп}$ – степень товарного обеспечения оптового оборота в плановом периоде, %; Z_d – объем закупки по заключительным договорам в плановом периоде, тыс. руб.

V этап. Определение источников покрытия потребностей в товарных ресурсах в плановом периоде с обоснованием выбора конкретных поставщиков потребительских товаров и определения объемов поставок товаров по каждому поставщику.

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 [20].

1.3 Характеристика методов планирования оптового оборота предприятия и пути его увеличения.

При планировании оптового оборота по видам продаж используются методы, представленные на рис. 1.1

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 1.1 - Методы планирования оптового оборота по видам продаж

[20]

При использовании балансового метода планирования оптового оборота по реализации товаров предприятиями розничной торговли и общественного питания используется формула балансовой взаимосвязки товарных ресурсов:

$$O_{op} = P \pm \Delta T_3 + E - D_3, \quad (6)$$

где O_{op} – оптовый оборот по реализации товаров предприятиям розничной торговли и общественного питания, тыс. руб.; P – объем розничного товарооборота в зоне действия оптового предприятия, тыс. руб.; ΔT_3 – изме-

нение товарных запасов в оптовых предприятия, тыс. руб.; Е – выбытие товаров в пределах норм естественной убыли, тыс. руб.; Дз – поступление потребительских товаров в розничное предприятие и предприятие общественного питания, помимо оптового предприятия, тыс. руб.

Для планирования оптового оборота по реализации также 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

$$\bar{T}_p = \sqrt[n-1]{\frac{Op_n}{Op_0}}, \quad (7)$$

где \bar{T}_p – среднегодовой темп роста оптового оборота по реализации;
 Op_n – объем опто

ого оборота по реализации за отчетный период, тыс. руб.; Op_0 – объем оптового оборота по реализации за базисный период, тыс. руб.; n – количество временных периодов в динамическом ряде.

Затем рассчитывается плановый объем оптового оборота по реализации по формуле

$$Op_{пл} = \frac{Op_t \cdot \bar{T}_p \cdot Iц}{100}, \quad (8)$$

где $Op_{пл}$ – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.;
 $Iц$ – 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 обозна-

чение K и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда.

Затем определяется прирост рассчитанных выровненных показателей ($\Delta \bar{K}$):

$$\Delta \bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1} = \frac{\bar{K}_3 - \bar{K}_1}{3-1}, \quad (9)$$

где n – количество средних значений в динамическом ряде.

Далее находят планируемый показатель K'_6 :

$$K'_6 = K_4 + 2\Delta \bar{K}. \quad (10)$$

Планируемый объем оптового оборота предприятия торговли определяется по следующей формуле

$$O_{\text{пл}} = \frac{O_1 \cdot \text{Тр}_{\text{пл}} \cdot \text{Иц}}{100}, \quad (11)$$

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

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

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (12)$$

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

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

Следующим количественным методом планирования оптового оборота является планирование на основе расчета коэффициента участия оптового звена в обеспечении оборота розничной торговли. При использовании данного метода первоначально рассчитывается коэффициент участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота ($K_{уч}$) за ряд предшествующих лет по формуле

$$K_{уч} = \frac{O_{pp}}{P}, \quad (13)$$

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

Для определения планового размера коэффициента участия оптового звена в обеспечении оборота розничной торговли 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 ($O_{пл}$) по формуле

$$O_{пл} = P_{пл} \cdot K_{уч_{пл}}, \quad (14)$$

где $P_{пл}$ – плановый объем оборота розничной торговли в районе действия оптового предприятия, тыс. руб.; $K_{уч_{пл}}$ – плановый коэффициент участия оптового звена в обеспечении оборота розничной торговли.

Для планирования оборота по реализации возможно применение и такого количественного метода планирования, как расчет *планового оборота на основе функции потребления товаров*. При использовании данного метода первоначально составляется функция потребления в разрезе отдельных потребительских товаров:

$$Pi = f(x_1, x_2, \dots, x_n), \quad (15)$$

где Π_i – функция потребления i -го товара в расчете на сумму населения; $x_1, x_2 \dots x_n$ – факторы, определяющие функцию потребления.

Далее осуществляется планирование оборота по реализации ($Op_{пл}$) с учетом рассчитанного объема планового потребления i -го товара в будущем периоде ($\Pi_{i_{пл}}$), планируемой численности населения района обслуживания оптовым предприятием ($Ч_{пл}$), планового размера коэффициента участия оптового звена в обеспечении розничного товарооборота ($Куч_{пл}$) и изменения размера товарных запасов в опте в планируемом периоде ($\Delta TЗ_{пл}$):

$$Op_{пл} = \frac{\Pi_{i_{пл}} \cdot Ч_{пл}}{Куч_{пл}} \pm \Delta TЗ_{пл}. \quad (16)$$

Для планирования оборота по реализации может также использоваться такой количественный метод, как расчетно-аналитический. Суть данного метода планирования заключается в следующем:

- проведение анализа, в ходе которого осуществляется характеристика предполагаемых постоянных и разовых покупателей, проводится оценка места оптового предприятия на потребительском рынке и доля его оборота в общем оптовом обороте региона; анализируется динамика оптового оборота предприятия по общему объему, а также по составу и структуре;
- осуществление маркетинговых исследований потребительского рынка деятельности оптового предприятия;
- основание плановых показателей объема оптового оборота на основе результатов проведенного анализа и исследований с учетом сравнения предполагаемых воздействий значимых факторов на оптовый оборот в будущем периоде.

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:

$$\begin{aligned}\overline{\text{Тр}}_{\text{скл}} &= \sqrt[n-1]{\frac{\text{Оскл}_n}{\text{Оскл}_0}} \cdot 100, \\ \overline{\text{Тр}}_{\text{тр}} &= \sqrt[n-1]{\frac{\text{Отр}_n}{\text{Отр}_0}} \cdot 100,\end{aligned}\tag{17}$$

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

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

$$\begin{aligned}\text{Оскл}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Оскл}_n \cdot \overline{\text{Тр}} \cdot \text{Иц}}{100} \\ \text{Отр}_{\text{пл}} &= \frac{\text{Отр}_n \cdot \overline{\text{Тр}} \cdot \text{Иц}}{100}\end{aligned}\tag{18}$$

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

$$O_{скл_{пл}} = \frac{O_{вал_{пл}} \cdot Д_{скл_{пл}}}{100}; \quad (19)$$

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

$$y_t = f(x_1; x_2; \dots; x_n). \quad (20)$$

Расчет на основе экстраполяции теоретической тенденции осуществляется следующим образом:

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

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

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:

$$\text{Овал}_{\text{пл}} = \text{Ор}_{\text{пл}} + \text{Омр}_{\text{пл}} + \text{Омг}_{\text{пл}} + \text{Овс}_{\text{пл}}, \quad (21)$$

где $\text{Овал}_{\text{пл}}$ – плановый объем общего (валового) оптового оборота, тыс. руб.; $\text{Ор}_{\text{пл}}$ – плановый объем оборота по реализации, тыс. руб.;

$O_{\text{пл}}$ – плановый размер межрегионального оптового оборота, тыс. руб.;
 $O_{\text{МГ}}_{\text{пл}}$ – плановый объем межгосударственного оптового оборота, тыс. руб.;
 $O_{\text{вс}}_{\text{пл}}$ – плановый размер внутрисистемного оптового оборота, тыс. руб.;

$$O_{\text{вал}}_{\text{пл}} = O_{\text{скл}}_{\text{пл}} + O_{\text{тр}}_{\text{пл}}, \quad (22)$$

где $O_{\text{вал}}_{\text{пл}}$ – плановый объем общего (валового) оптового оборота, тыс. руб.; $O_{\text{скл}}_{\text{пл}}$ – плановый объем складского оборота, тыс. руб.; $O_{\text{тр}}_{\text{пл}}$ – 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.

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:

$$\begin{aligned}
 \bar{U}_{\text{д.в}}^1_{\text{1кв}} &= \frac{U_{\text{д.в}}^1_{\text{1года1кв}} + U_{\text{д.в}}^1_{\text{2года1кв}} + U_{\text{д.в}}^1_{\text{3года1кв}}}{3}, & (23) \\
 \bar{U}_{\text{д.в}}^1_{\text{2кв}} &= \frac{U_{\text{д.в}}^1_{\text{1года2кв}} + U_{\text{д.в}}^1_{\text{2года2кв}} + U_{\text{д.в}}^1_{\text{3года2кв}}}{3} \text{ и т. д.}
 \end{aligned}$$

Тогда квартальные оптовые обороты в будущем году будут равны:

$$O_{\text{пл.}}^1_{\text{кв}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год}} \cdot \bar{U}_{\text{д.в}}^1_{\text{1кв}}}{100}, \quad O_{\text{пл.}}^2_{\text{кв}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год}} \cdot \bar{U}_{\text{д.в}}^1_{\text{2кв}}}{100} \text{ и т. д.} \quad (24)$$

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

$$\bar{O}_{\text{кв.пл.}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год}}}{4}, \quad (25)$$

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.

$$O_{\text{с.}}^{\text{1кв}} = O_{\text{кв.пл.}} \cdot J_{\text{с}}^{\text{1кв}}, \quad (26)$$

где $J_{\text{с}}^{\text{1кв}}$ – индекс сезонности первого квартала.

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

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

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

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

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

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

$$O_{\text{пл.}}^{\text{тов.гр}} = \frac{O_{\text{пл.}}^{\text{год}} \cdot \bar{U}_{\text{д.в.тов.гр.}}}{100} \quad \text{и т. д.} \quad (27)$$

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

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К положительным моментам в деятельности торгового предприятия ООО «Кондитерский Дом Евразия» можно отнести следующие факты:

1) В целом прирост оптового оборота происходил относительно равномерно, об этом свидетельствует коэффициент равномерности – 97,74%.

2) Позитивное влияние на оптовый оборот по себестоимости оказало уменьшение товарных запасов на конец, благодаря данному фактору было недополучено торговой выручки на сумму 7156 тыс. руб., а также снижение прочего выбытия, благодаря этому фактору было получено торговой выручки на сумму 2 тыс. руб.

К негативным моментам в деятельности торгового предприятия ООО «Кондитерский Дом Евразия» можно отнести следующие факты:

1) Оптовый оборот ООО «Кондитерский дом Евразия» в своем развитии имел отрицательную динамику. За 2015г. он составлял 1500766 тыс. руб., а за 2016г - 1376556 тыс. руб., таким образом, за предложенный период оптовый оборот упал на 124210 тыс. руб., что в относительном выражении составило почти 8,28 %.

2) снижение чистой прибыли за изучаемый период составило 4314 тыс. руб., при этом рентабельность предприятия упала на 0,20%. Данная тенденция относится к разряду негативных, она свидетельствует о падении эффективности работы торгового предприятия.

3) оптовый оборот снижался не только в стоимостном выражении, но и в физическом, что оценивается отрицательно

4) проводя анализ оптового оборота предприятия по формам продажи, можно сделать вывод, что наибольший удельный вес приходится на складской оборот – 100% как в прошлом, так и в отчетном году. Это значит, что товары поступают к клиентам оптового предприятия через различные промежуточные звенья, склады предприятия, что отрицательно сказывается на деятельности данного предприятия.

5) снижение оптового оборота в отчетном периоде было достигнуто за счет уменьшения физической массы реализации, что негативно характеризует деятельность предприятия

б) падение поступления товаров способствовало недополучению оптового оборота на 108506 тыс. руб.;

В данной бакалаврской 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-математические и метод экспертных оценок.

Обоснование планируемого значения оптового оборота методом выравнивания динамического ряда по скользящей средней является минимальным, методом экспертных оценок – максимальным, подразумевающим рост оптового оборота в сопоставимых ценах, следовательно оптимальным является значение планируемого оптового оборота, а именно 145000 тыс. руб., полученное экспертным методом.

По результатам планирования оптового оборота на следующий период можно сказать, что наибольший объем продаж придется на 4 квартал – 375571,99 тыс. руб., наименьший на 2 квартал – 349301,22 тыс. руб. Результат спланированный на основе индекса сезонности, является оптимальным, так как при продаже и планировании закупок продовольственных товаров необходимо учитывать сезонность.

Оптовый оборот по товарным группам был спланирован двумя методами. При планировании оптового оборота по товарным группам за основу принимаются данные, спланированные методом выравнивания динамического ряда удельных весов, так как в данном случае будут наиболее точно учтены колебания оборота.

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре оптового оборота ООО «Кондитерский Дом Евразия» в планируемом периоде займет товарная группа «конфеты» – 44,4% или 643800 тыс. руб. Наименьший удельный вес займет товарная группа «вафли» – 3,5% или 50750 тыс. руб.

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

1) снижение оптовой надбавки на карамель с начинками фирмы ООО «Сласти КФ»,

2) ввести новую товарную группу «макаронсы». Выбор был остановлен на фирме ООО ПКФ «Любимый край» (г. Кемерово). Ассортиментный перечень производимой продукции данного предприятия составляет 8 наименований

Внедрение предложенных рекомендаций по расширению ассортимента и снижение оптовой надбавки приведет к увеличению оптового оборота на 5067,14 тыс. руб.

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации. – М.: ЭКСМО, 2017. – 69с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: в 4 ч. – М.: [ЭКСМО](#), 2017. – 672 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации: – в 2 ч. – Омега Л., 2017. – 720 с.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М.: ЭКСМО, 2017 – 256с.
5. Указания по заполнению форм федерального статистического наблюдения: № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Сведения об инвестициях в нефинансовые активы», № 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 Росстата от 24.10.2011 № 435. В ред. Приказа Росстата от 23.10.2015 № 625. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>.
6. 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.
7. Баев, И.А. Экономика предприятия: учебник для вузов/ И.А. Баев, З.Н. Варламова, О.Е. Васильев.4-е изд.,перераб и доп. – СПб.: Питер, 2012.- 348с.
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.Т 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. Терещенко Н.Н. Анализ эффективности деятельности предприятия торговли : учеб. пособие / Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова; Краснояр. гос. торг.–экон. ин-т. – Красноярск, 2006. – 114 с.
16. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. пособие для вузов /В.А.Чернов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 - 68 с.
17. Фридман А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник / А. М. Фридман. - М.: Дашков и Ко, 2008. - 628 с.
18. Экономика отрасли: торговля и общественное питание: учеб. пособие / под ред. Е. А. Карпенко [и др.] – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. – 224 с.
19. Экономика предприятия в сфере товарного обращения / Л.И. Ерохина [и др.]. – М.: КноРус, 2011. – 304с.
20. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: учебник / под ред. Л.А. Брагина. – М.:ИНФРА – М, 2004-215с.
21. Экономика торгового предприятия: учебник / А.И. Гребнев [и др.]. – М.: Экономика, 2006.- 238с.
22. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: учеб. пособие / под ред. А.Н. Соломатина. – М.: ИНФРА – М, 2011. – 295 с.

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 20 ____ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 «Экономика» профиль 38.03.01.09 «Экономика предприятий и
организаций (в сфере услуг)»

«Оптовый оборот предприятия: анализ и обоснование резервов роста»

Научный руководитель _____  канд.экон.наук, доцент Есина О.Н.

подпись, дата

Выпускник

_____  _____

ЭП 12-13 Кочеткова Ю.Н.

подпись дата

Красноярск 2017