

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)

« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

код и наименование специальности

Оптовый оборот предприятия: анализ и обоснование резервов роста

тема

Руководитель _____ доцент, канд. экон. наук Е.В. Белоногова
подпись, дата

Выпускник _____ гр. ЭП-13-13 Р.В. Василенко
подпись, дата

Красноярск 2018

Оглавление

Введение	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОПТОВОГО ОБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЯ	7
1.1. Понятие, формы и направления продаж оптового оборота	7
1.2. Методика анализа оптового оборота предприятия	11
1.3. Методы планирования оптового оборота и их характеристика	17
2. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ОПТОВОГО ОБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АЛОНДА»	26
2.1. Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия	26
2.2. Анализ динамики, состава и структуры оптового оборота предприятия	33
2.3. Оценка влияния факторов на оптовый оборот предприятия	39
3. ОБОСНОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ РОСТА ОПТОВОГО ОБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «АЛОНДА»	45
3.1. Планирование оптового оборота по общему объему, формам и направлениям продаж	45
3.2. Планирование оптового оборота по периодам года и товарным группам	50
3.3. Обоснование резервов роста оптового оборота предприятия ООО «Алонда»	54
Заключение	62
Список использованных источников	66
Приложения	69

Введение

Оптовый оборот – важнейший показатель экономической деятельности предприятия, реализующего свой товар оптом. От его значения зависит финансовое состояние предприятия, определяющее конкурентоспособность, потенциал в деловом сотрудничестве, а также они способствуют оценке степени гаранта удовлетворения интересов самого предприятия и его партнеров. В условиях рыночных отношений от предприятия требуется повышение эффективности деятельности, конкурентоспособности, активизации предпринимательства и т.д. С помощью анализа состава и структуры оптового оборота вырабатываются стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности деятельности, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников. Таким образом, тема выпускной квалификационной работы является актуальной.

Целью выпускной квалификационной работы является обоснование резервов роста оптового оборота торгового предприятия.

Для реализации поставленной цели определены следующие задачи:

- изучить понятие, формы и направления продаж оптового оборота;
- изучить методику анализа оптового оборота предприятия;
- изучить методы планирования оптового оборота;
- дать организационно-экономическую характеристику деятельности предприятия ООО «Алонда»;
- произвести анализ динамики и структуры оптового оборота предприятия;
- оценить влияние факторов на оптовый оборот предприятия;
- провести планирование оптового оборота по общему объему и распределить его по формам и направлениям продаж;
- провести планирование оптового оборота по периодам года и

ассортименту;

– разработать рекомендации, направленные на рост оптового оборота предприятия.

Теоретической основой исследования являются работы экономистов по изучаемым вопросам и проблемам (Егоровой Н.Р., Ерохиной Л.И., Иванова Г.Г., Николаевой Т.И., Соломатина А.Н., Терещенко Н.Н., и др.); законодательство Российской Федерации и ее структур; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по Красноярскому краю; официальные инструктивно-методические материалы, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания работы является использование в процессе проводимых исследований совокупности различных методов анализа: группировки, сравнения, сопоставления, методов факторного анализа (цепных подстановок, метод абсолютных разниц), графический и т.д. и планирования: экономико-статистических, экономико-математического, метод целевой прибыли. Применение каждого из данных методов определялось характером решаемых в процессе исследования задач.

Предметом исследования работе является оптовый оборот предприятия. Объектом исследования в работе служит предприятие – ООО «Алонда».

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 68 страниц. Работа иллюстрирована 8 рисунками, 29 таблицами, 3 приложениями. Список использованных источников включает в себя 24 источника.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ОПТОВОГО ОБОРОТА ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Понятие, формы и направления продаж оптового оборота

В Федеральном законе «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» рассматривается следующее определение: «оптовая торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием» [5].

Оптовая торговля является связующим звеном между производством и розничной торговлей. Таким образом, основной функцией оптовой торговли является регулирование оптового рынка потребительских товаров, планомерное поддержание текущего соответствия между спросом и предложением [21].

Кроме этого, оптовая торговля выполняет ряд следующих функций:

- преодоление пространственного разрыва между производителями и потребителями;
- преобразование производственного ассортимента в торговый;
- формирование товарных запасов;
- хранение, доработка, подсортировка товаров;
- фасовка и упаковка;
- организация рекламных кампаний и маркетинговых исследований рынка и т.д. [21].

Выполнение оптовой торговлей присущих ей функций способствует становлению и развитию региональных рынков потребительских товаров, а также созданию здоровой конкурентной среды не только на оптовом рынке, но и в сфере обращения, а, следовательно, и в экономики в целом.

Основным показателем, характеризующим деятельность оптовой организации, является оптовый оборот, в свою очередь торговая деятельность оптовых предприятий характеризуется объемом, составом, ассортиментом и структурой оборота. Оптовый оборот представляет собой реализацию 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 [20].

Таким образом, в отличие от оборота розничной торговли, отражающего продажу товаров непосредственно населению, оптовый оборот характеризует движение потребительских товаров из сферы производства в сферу обращения и внутри ее [20].

Сущность оптового оборота заключается в реализации потребительских товаров крупными партиями для дальнейшей их перепродажи или переработки. В результате оптового оборота товары перемещаются в системе товарного обращения, но в конечное потребление не поступают [6].

В составе оборота оптовой торговле учитываются:

– стоимость отгруженных (переданных) товаров на сторону, приобретенных ранее на стороне для целей перепродажи:

– комиссионное вознаграждение оптовых посредников (комиссионеров), совершающих сделки по купле-продаже от имени или за счет других лиц, фирм (комитетов) [6].

Оптовый оборот устанавливается на основании данных бухгалтерского учета по отгруженным (переданным) товарам в фактических продажных ценах, включающих снабженческо-сбытовую надбавку, налог на добавленную стоимость, акциз, экспортную пошлину, таможенные сборы. Каждая отгрузка товара (выполнения работы, оказания услуги) оформляется составлением счета-фактуры и регистрацией ее в книге продаж и в книге покупок. Таким образом, обязательным признаком операции, относимой к

оптовому обороту, является наличие счета-фактуры на отгрузку товара. Суммарные данные оптовой торговли за отчетный период аккумулируются по кредиту счета 90 «Продажи» [23].

Оптовый оборот в соответствие со спецификой оптовой торговли классифицируется по ряду признаков (табл. 1.1) [20]

Таблица 1.1 – Классификация и виды оптового оборота [20]

Классификационный признак	Виды оптового оборота	Характеристика
1. по направлениям продажи (по видам)	Оптовый оборот по реализации	направлен на обслуживание потребностей внутреннего потребительского рынка, 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
	Межгосударственный оптовый оборот	представляет собой оптовую продажу товаров за пределами государства (экспортный товарооборот) в соответствие с международными соглашениями различного организационного уровня (как на уровне государства, так и на уровне отдельных оптовых предприятий, организаций)
	Внутрисистемный оптовый оборот	представляет собой продажу потребительских товаров между самими предприятиями оптовой торговли и возникает в случае территориального размещения предприятий оптовой торговли по стране или в результате ошибок в проведении закупок оптового предприятия и необходимости пополнения товарных запасов для удовлетворения потребностей своих клиентов
2. по формам продажи	Складской оптовый оборот	представляет собой продажу товаров со складов оптовых баз, для чего оптовое предприятие закупает и концентрирует товары на своих складах, обеспечивает их хранение и формирование товарного ассортимента по заказам покупателей

	Транзитный оптовый оборот	представляет собой продажу товаров непосредственно клиентам оптового предприятия, минуя различные промежуточные звенья, то есть без завоза на свои склады
--	---------------------------	---

Окончание табл. 1.1

Классификационный признак	Виды оптового оборота	Характеристика
3. по клиентуре	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 потребительских товаров другим предприятиям оптовой торговли	
	Оптовый оборот по реализации потребительских товаров зарубежным клиентам	
4. по формам собственности	Оптовый оборот государственных (муниципальных) предприятий	
	Оптовый оборот частных предприятий	
	Оптовый оборот предприятий смешанной формы собственности.	
5. по масштабу	Национальный оптовый оборот	
	Оптовый оборот регионов, субъектов РФ	
	Оптовый оборот городов, районов	
	Оптовый оборот отдельных предприятий, организаций	
6. по товарной структуре	Оптовый оборот по реализации продовольственных товаров	
	Оптовый оборот по реализации непродовольственных товаров	
	Смешанный оптовый оборот	
7. по видам цен	Оптовый оборот в действующих ценах	
	Оптовый оборот в сопоставимых ценах	
8. по измерителям	Оптовый оборот в натуральных показателях	
	Оптовый оборот в условных показателях	
	Оптовый оборот в стоимостных показателях	

Оптовый оборот – это важнейший показатель деятельности оптового предприятия. Его можно рассматривать как результат деятельности оптового предприятия и от него зависит объем валовой и чистой прибыли, характеризующий эффективность торговой деятельности.

Оптовый оборот может быть использован для характеристики эффективности использования ресурсов предприятия (трудовых, материальных, финансовых) и общей суммы затрат на реализацию товаров. Оптовый оборот также используется для расчета трудоемкости, фондоемкости, затратноемкости, капиталоемкости ресурсов. С помощью этих

показателей можно определить потребность предприятия в дополнительных ресурсах для обеспечения прироста оборота [24].

О значимости предприятия на рынке потребительских товаров можно судить по объему оборота, который выражается размером денежной оптового оборота за проданные товары [10]. При этом анализ оптового оборота способствует определению эффективности деятельности предприятия, выявлению недостатков и определению возможных путей дальнейшего развития предприятия.

Значение оптового оборота заключается в том, что оптовый предприятия выступают посредниками между производителями и розничной торговой сетью, призваны обеспечивать розничную торговую сеть в нужном количестве, качестве и широком ассортименте товаров, оптовый оборот является основным показателем, который характеризует издержки обращения и валовую прибыль [10].

Рассмотрев сущность и виды оптового оборота предприятия, перейдем к изучению методики его анализа.

1.2 Методика анализа оптового оборота предприятия

Анализ оптового оборота предприятия является первым этапом планирования деятельности предприятия торговли, это его исходная предпосылка. Он позволяет определить, в какой степени удовлетворен спрос покупателей, какие изменения произошли в структуре оптового оборота за отчетный период и чем они были вызваны. Как правило, анализ оптового оборота включает в себя три этапа: подготовительный, основной, заключительный (рис. 1.1).

Анализ оптового оборота базируется главным образом на данных бухгалтерской статистической и оперативной отчетности. В процессе анализа решаются следующие задачи [16,20,21]:

- 1) анализируется динамика оптового оборота за предшествующие

годы в действующих и сопоставимых ценах.

2) анализируется динамика оптового оборота по формам и направлениям продаж, структуре, периодам года;

3) анализируется



Рисунок 1.1 – Методика анализа оптового оборота предприятия [20]

4) делается факторный анализ.

5) выявляются резервы роста и определяются возможности их

использования при планировании объема реализации (оптового оборота) на будущий год.

Основной этап анализа оптового оборота включает в себя:

А). Изучение динамики общего объема оптового оборота, в том числе по направлениям и формам продаж, во временном и ассортиментном разрезе. Анализируя динамику общего объема оптового оборота, проводят расчет в действующих и сопоставимых ценах, определяют цепные и базисные темпы роста [23].

Для оценки равномерности развития оптового оборота по периодам года рассчитываются коэффициент равномерности [22]:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{X})^2}{n}} \quad (1.1)$$

$$V = \frac{\sigma}{\bar{X}} \quad (1.2)$$

$$Kp = 100 - V, \quad (1.3)$$

где σ – среднеквадратическое отклонение

n - число составляющих (количество услуг, месяцев и т. п.);

\bar{X} – темп роста оптового оборота по общему объему, %;

x – темп роста оптового оборота по отдельным временным периодам (месяцам, кварталам) или отдельным услугам, %

V - коэффициент вариации, % [22].

Распределение оптового оборота по отдельным месяцам и кварталам года чаще представляется графически и характеризуется индексами сезонности (I_c), которые рассчитываются по следующей формуле:

$$I_c = \frac{P_i}{P_m} \quad (1.4)$$

где P_i – средняя величина оптового оборота предприятия за отдельный период (месяц, квартал), тыс. руб.;

P_m - среднемесячный (среднеквартальный) размер оптового оборота, тыс. руб.

Для анализа оптового оборота предприятия в разрезе ассортиментных позиций целесообразно рассчитывать коэффициент абсолютных структурных сдвигов (Ксс) по следующей формуле [20, 22]:

$$K_{cc} = \sqrt{\frac{\sum (F_i^1 - F_i^0)^2}{n}} \quad (1.5)$$

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.

Б). Исследование влияния важнейших факторов на динамику показателя (ценовых факторов, среднесписочной численности и производительности их труда и др.):

Одним из важных факторов, оказывающих влияние на изменение объема оптового оборота, является рост цен на потребительские товары. Для расчета влияния цен и физического объема продаж на изменение оптового оборота предприятия используют следующие формулы [20]:

а). изменение объема оптового оборота за счет изменения цен ($\Delta P(\Delta c)$):

$$\Delta P(\Delta c) = P_{дц_{отч}} - P_{сц_{отч}} \quad (1.6)$$

где $P_{дц_{отч}}$ - объем оптового оборота предприятия в отчетном году в действующих ценах, тыс. руб.;

$P_{сц_{отч}}$ - объем оптового оборота предприятия в отчетном году в сопоставимых ценах, тыс. руб.

б). изменение объема оптового оборота за счет изменения физического объема продаж ($\Delta P(\Delta \phi)$):

$$\Delta P(\Delta \phi) = P_{сц_{отч}} - P_{дц_{пр}} \quad (1.7)$$

где $P_{дц_{пр}}$ – объем оптового оборота предприятия в предыдущем году в действующих ценах, тыс. руб.

На изменение объема оптового оборота также оказывают влияние факторы, связанные с использованием трудовых ресурсов предприятия: среднесписочная численность работников и их производительность труда. Влияние данных факторов можно измерить методом разниц [16].

Вначале определяется влияние изменения среднесписочной численности работников предприятия по формуле ($\Delta P(\Delta Ч_{ср})$):

$$\Delta P(\Delta Ч_{ср}) = (Ч_{ср_{отч}} - Ч_{ср_{пр}}) \times ПТ_{пр}, \quad (1.8)$$

где $Ч_{ср_{отч}}$ – среднесписочная численность работников предприятия отчетного года, чел.

$Ч_{ср_{пр}}$ – среднесписочная численность работников предприятия прошлого года, чел.

$ПТ_{пр}$ – производительность труда одного работника торгового предприятия прошлого года, тыс. руб./чел.

Далее определяется влияние изменения производительности труда работников предприятия ($\Delta P(\Delta ПТ)$):

$$\Delta P(\Delta ПТ) = (ПТ_{отч} - ПТ_{пр}) \times Ч_{ср_{отч}}, \quad (1.9)$$

где $ПТ_{отч}$ – производительность труда одного работника предприятия отчетного года, тыс. руб./чел.

Аналогично находится влияние изменения среднесписочной численности оперативно-складского персонала и производительности труда данной категории работников на общее изменение оптового оборота.

Группа факторов, оказывающих влияние на изменение объема оптового оборота предприятия, включает в себя факторы, которые связаны с состоянием и эффективностью использования материально-технической базы. Данная группа объединяет в себе несколько составляющих, например, [20]: среднегодовая стоимость основных фондов и фондоотдача; среднегодовая стоимость оборотных средств и скорость обращения оборотных средств, оптовый оборот на 1 м² складской площади и размер складской площади и т.п.

Влияние изменения среднегодовой стоимости основных фондов и фондоотдачи рассчитывается следующим образом:

а. определяется влияние изменения средней стоимости основных фондов по формуле ($\Delta P(\Delta O\Phi_{\text{ср}})$):

$$\Delta B P(\Delta O\Phi_{\text{ср}}) = (O\Phi_{\text{ср}_{\text{отч}}} - O\Phi_{\text{ср}_{\text{пр}}}) \times \Phi_{\text{опр}}, \quad (1.10)$$

где $O\Phi_{\text{ср}_{\text{отч}}}$ – средняя стоимость основных фондов предприятия отчетного года, тыс. руб.;

$O\Phi_{\text{ср}_{\text{пр}}}$ – средняя стоимость основных фондов предприятия прошлого года, тыс. руб.;

$\Phi_{\text{опр}}$ – фондоотдача основных фондов прошлого года, руб.

б. определяется влияние изменения фондоотдачи основных фондов предприятия ($\Delta P(\Delta \Phi_{\text{o}})$):

$$\Delta P(\Delta \Phi_{\text{o}}) = (\Phi_{\text{o}_{\text{отч}}} - \Phi_{\text{o}_{\text{пр}}}) \times O\Phi_{\text{ср}_{\text{отч}}}, \quad (1.11)$$

где $\Phi_{\text{o}_{\text{отч}}}$ – фондоотдача основных фондов отчетного года, руб.

Для оценки влияния изменения оборотных средств и скорости их обращения на оптовый оборот используют формулы:

а. определяется влияние изменения среднегодовой стоимости оборотных средств по формуле ($\Delta P(\Delta O\text{Сср})$):

$$\Delta P(\Delta O\text{Сср}) = (O\text{Сср}_{\text{отч}} - O\text{Сср}_{\text{пр}}) \times K_{\text{опр}}, \quad (1.12)$$

где $O\text{Сср}_{\text{отч}}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств предприятия отчетного года, тыс. руб.;

$O\text{Сср}_{\text{пр}}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств предприятия прошлого года, тыс. руб.;

$K_{\text{опр}}$ – скорость обращения оборотных средств прошлого года, руб.

б. определяется влияние изменения скорости обращения оборотных средств предприятия ($\Delta P(\Delta K_{\text{o}})$):

$$\Delta P(\Delta K_{\text{o}}) = (K_{\text{o}_{\text{отч}}} - K_{\text{o}_{\text{пр}}}) \times O\text{Сср}_{\text{отч}}, \quad (1.13)$$

где $K_{\text{o}_{\text{отч}}}$ – скорость обращения оборотных средств отчетного года, руб.

Немаловажное значение на изменение оптового оборота оказывают и факторы товарного баланса. Для нахождения влияния факторов используют метод цепных подстановок:

а. определение изменения товарных запасов на начало года ($\Delta P(\Delta Z_n)$):

$$\Delta P(\Delta Z_n) = (Z_{n_{отч}} + P_{пр} - Впр_{пр} - Z_{к_{пр}}) - P_{пр}, \quad (1.14)$$

где $Z_{n_{отч}}$ – товарные запасы на начало отчетного года, тыс. руб.;

$P_{пр}$ – поступление товаров прошлого года, тыс. руб.;

$Впр_{пр}$ – прочее выбытие товаров прошлого года, тыс. руб.;

$Z_{к_{пр}}$ – товарные запасы на конец прошлого года, тыс. руб.;

$P_{пр}$ – оптовый складской оборот в покупных ценах прошлого года, тыс. руб.

б. определение изменения поступления товаров ($\Delta P(\Delta П)$):

$$\Delta P(\Delta П) = (Z_{n_{отч}} + П_{отч} - Впр_{пр} - Z_{к_{пр}}) - (Z_{n_{отч}} + P_{пр} - Впр_{пр} - Z_{к_{пр}}), \quad (1.15)$$

где $П_{отч}$ – поступление товаров отчетного года, тыс. руб.;

в. изменение прочего выбытия товаров ($\Delta P(\Delta Впр)$):

$$\Delta P(\Delta Впр) = (Z_{n_{отч}} + П_{отч} - Впр_{отч} - Z_{к_{пр}}) - (Z_{n_{отч}} + П_{отч} - Впр_{пр} - Z_{к_{пр}}), \quad (1.16)$$

где $Впр_{отч}$ – прочее выбытие товаров отчетного года, тыс. руб.;

г. изменение товарных запасов на конец отчетного года ($\Delta P(\Delta Z_k)$):

$$\Delta P(\Delta Z_k) = (Z_{n_{отч}} + П_{отч} - Впр_{отч} - Z_{к_{отч}}) - (Z_{n_{отч}} + П_{отч} - Впр_{отч} - Z_{к_{пр}}), \quad (1.17)$$

где $Z_{к_{отч}}$ – товарные запасы на конец отчетного года, тыс. руб.

В). Выявление резервов роста оптового оборота предприятия и разработка конкретных мероприятий по ее увеличению [8]. К резервам роста оптового оборота предприятия можно отнести расширение ассортимента предлагаемых товаров, улучшение использования трудовых ресурсов (сокращение потерь рабочего времени, повышение производительности труда работников, создание дополнительных рабочих мест, улучшение структуры кадров, повышение квалификации), улучшение использования основных фондов предприятия (приобретение дополнительных машин и оборудования, увеличение рабочего времени оборудования) и т.п.

В следующем параграфе рассмотрим методы планирования оптового оборота предприятия.

1.3 Методы планирования оптового оборота и их характеристика

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].

Основной целью планирования оптового оборота торгового предприятия является определение возможного его объема при определенных прогнозных ограничениях и в соответствии с выбранной стратегией деятельности предприятия на потребительском рынке [22].

Планирование оптового оборота торгового предприятия должно осуществляться этапами, представленными на рисунке 1.2.

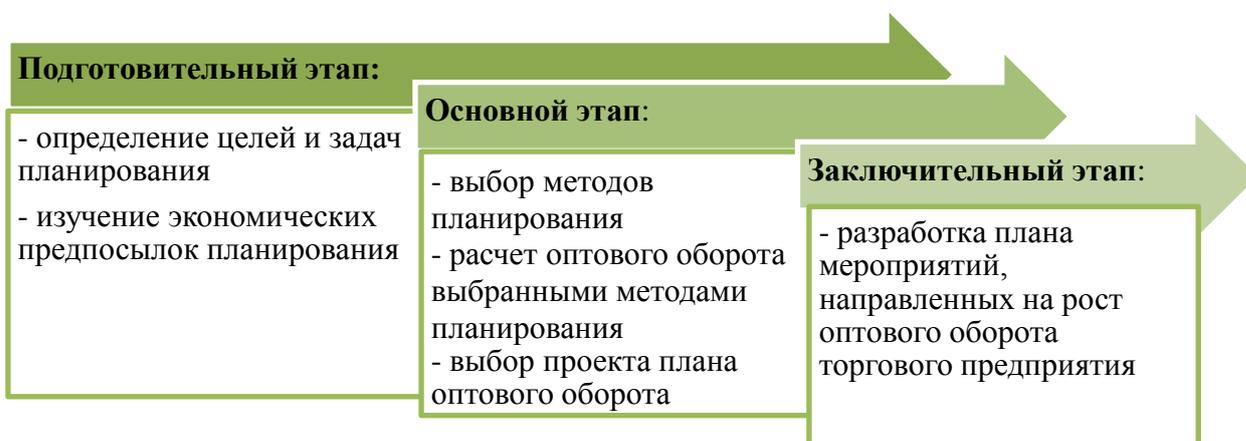


Рисунок 1.2 – Этапы планирования оптового оборота торгового предприятия

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;

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

При планировании оптового оборота по видам продаж используются методы, представленные на рис. 1.3.

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

При планировании оптового оборота по реализации экономико-статистическими методами планирования возможно использование следующих их разновидностей: 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.



Рисунок 1.3 – Методы планирования оптового оборота по направлениям продаж [20]

Затем рассчитывается плановый объем оптового оборота по реализации по формуле:

$$P_{рпл} = \frac{P_{рдц} \times \bar{Tр} \times I_{ц}}{100}, \quad (1.18)$$

где $P_{рпл}$ – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.;

$P_{рдц}$ – объем оптового оборота по реализации за отчетный период в действующих ценах, тыс. руб.;

$I_{ц}$ – индекс оптовых цен в планируемом периоде [20].

При использовании метода планировании объема оптового оборота на основе выравнивания динамического ряда по скользящей средней осуществляется построение динамического ряда оптового оборота (темпов прироста) и последовательное выравнивание показателей ряда по скользящей средней. При этом каждому показателю динамического ряда оптового оборота последовательно присваивают условное обозначение K и осуществляют выравнивание показателей по скользящей средней через два или три шага, в зависимости от размера динамического ряда. Затем определяется прирост рассчитанных выровненных показателей ($\Delta\bar{K}$):

$$\Delta\bar{K} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n - 1}, \quad (1.19)$$

где n – количество средних значений в выровненном динамическом ряду.

Далее находят планируемый показатель (K_{n+1}):

$$K_{n+1} = K_n + \Delta\bar{K}, \quad (1.20)$$

Планируемый объем оптового оборота предприятия торговли определяется по следующей формуле:

$$Pp_{пл} = \frac{Pp_{дц} \times K_{n+1} \times I_{ц}}{100}, \quad (1.21)$$

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 факторов, его определяющих и построение на этой основе экономико-математической модели, например многофакторной модели линейного вида [12]:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (1.22)$$

где y – плановый объем оптового оборота по реализации, тыс. руб.;

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ – параметры уравнения;

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 оборота розничной торговли, темпы изменения деятельности предприятий, являющихся клиентами оптового предприятия (производственного предприятия, государственного учреждения и т.п.), индекс цен, временной фактор и др. [8, 12].

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 оборота ($K_{уч}$) за ряд предшествующих лет по формуле

$$K_{уч} = \frac{P_p}{P_{роз}} \quad (1.23)$$

где P_p – объем оптового оборота по реализации товаров предприятиям розничной торговли и общественного питания, тыс. руб.;

$P_{роз}$ – объем розничного оборота 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 ($P_{p_{пл}}$) по формуле

$$P_{p_{пл}} = P_{роз_{пл}} \times K_{уч_{пл}} \quad (1.24)$$

где $P_{роз_{пл}}$ – 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 может также использоваться такой количественный метод, как расчетно-аналитический. Суть данного метода планирования заключается в следующем [8] (рис. 1.4):

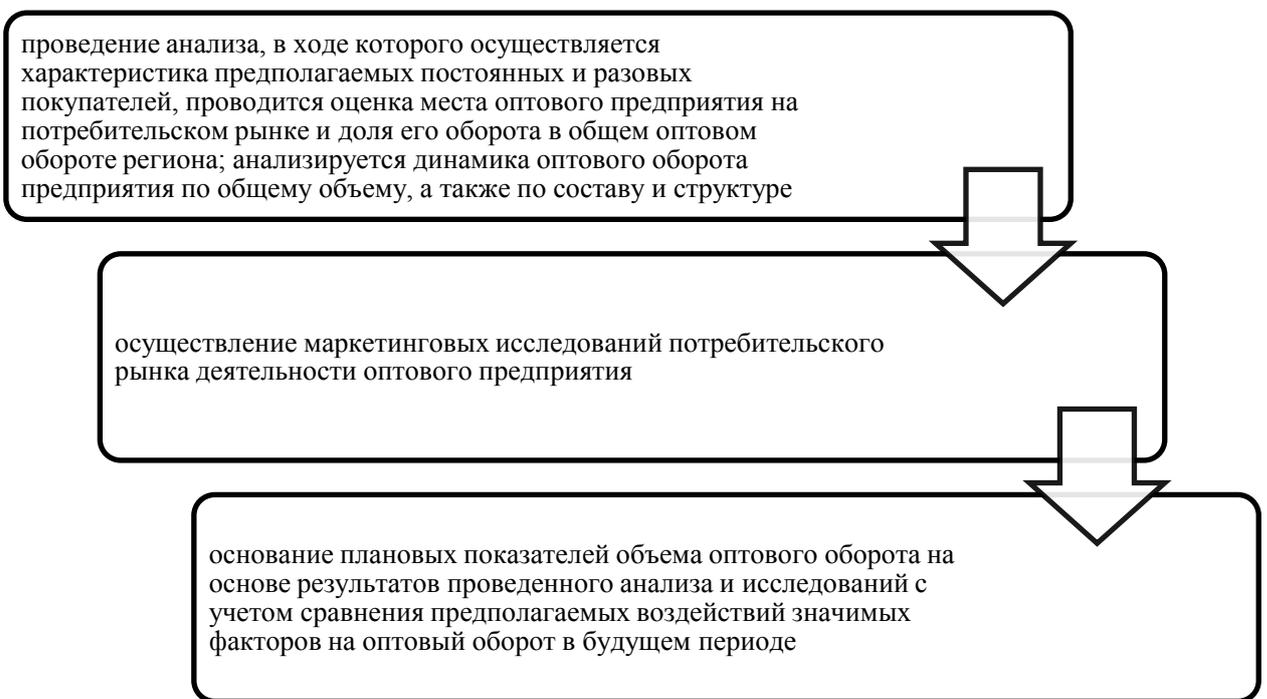


Рисунок 1.4 – Методика проведения расчетно-аналитического метода [8]

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 [16]:

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.

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 и определяется плановый объем складского оборота.

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. Расчет на основе экстраполяции теоретической тенденции осуществляется следующим образом:

- определение теоретических тенденций, наиболее точно описывающих фактическое развитие каждой формы продажи;
- экстраполяция теоретических управлений.

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 [22]:

- 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:

$$R_{\text{вал}_{\text{пл}}} = R_{\text{р}_{\text{пл}}} + R_{\text{мр}_{\text{пл}}} + R_{\text{мг}_{\text{пл}}} + R_{\text{вс}_{\text{пл}}} \quad (1.25)$$

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

$R_{р\text{пл}}$ – плановый объем оборота по реализации, тыс. руб.;

$R_{мр\text{пл}}$ – плановый размер межрегионального оптового оборота, тыс. руб.;

$R_{мг\text{пл}}$ – плановый объем межгосударственного оптового оборота, тыс. руб.;

$R_{вс\text{пл}}$ – плановый размер внутрисистемного оптового оборота, тыс. руб.;

$$R_{вал\text{пл}} = R_{скл\text{пл}} + R_{тр\text{пл}} \quad (1.26)$$

где $R_{скл\text{пл}}$ – плановый объем складского оборота, тыс. руб.;

$R_{тр\text{пл}}$ - 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 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 [23].

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.

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

Заключение

В выпускной квалификационной работе были выполнены следующие задачи:

- изучены понятие, формы и направления продаж оптового оборота;
- изучена методика анализа оптового оборота предприятия;
- изучены методы планирования оптового оборота;
- дана организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия ООО «Алонда»;
- произведен анализ динамики и структуры оптового оборота предприятия;
- оценено влияние факторов на оптовый оборот предприятия;
- проведено планирование оптового оборота по общему объему и распределить его по формам и направлениям продаж;
- проведено планирование оптового оборота по периодам года и ассортименту;
- разработаны рекомендации, направленные на рост оптового оборота предприятия.

Проведенный анализ позволил выявить следующие основные заключения. Положительными моментами следует признать:

- увеличение оптового оборота предприятия, в том числе на 1 кв.м. площади;
- увеличение среднемесячной заработной платы одного работника;
- увеличение чистой прибыли;
- рост рентабельности конечной деятельности.

Негативными моментами являются:

- относительный перерасход средств и рост уровня фонда заработной платы;
- неэффективное использование основных фондов и оборотных средств;

- рост уровня издержек обращения и относительный перерасход средств.

Анализ динамики оптового торгового предприятия ООО «Алонда» показал, что в действующих ценах оборот увеличился за 2013-2017 гг. на 41,81%. За этот же период цены на продовольственные товары увеличились на 38,4%, что привело к росту физического объема продаж на 2623 тыс. руб. или 2,48%. Рассматривая динамику физического объема оборота внутри динамического ряда, можно отметить увеличение его величины на протяжении всего периода анализа. В целом динамику оптового оборота в сопоставимых ценах следует оценить с положительной стороны.

Анализ оптового оборота по формам продаж показал, что товар доставляется клиентам ООО «Алонда» как через склады, так и транзитом, то есть формируется как складской и транзитный оборот. Наибольший удельный вес принадлежит складскому обороту, его доля как в прошлом, так и в отчетном году – более 86%. Анализ оптового оборота по видам (направлениям) продаж показал, что из всех возможных направлений, на предприятии развито только одно – оборот по реализации, при этом основную долю в обороте по реализации занимает оборот розничным предприятиям. Доля продаж оптовым предприятиям составила в отчетном году 19,18%, сокращение удельного веса составило 0,07%.

Проведенный факторный анализ оптового оборота торгового предприятия ООО «Алонда» позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, наблюдается рост оптового оборота торгового предприятия в действующих ценах за счет: роста цен, увеличения физического объема продаж, увеличения среднегодовой стоимости основных фондов, увеличения среднегодовой стоимости оборотных средств. Во-вторых, наблюдается рост оптового оборота в сопоставимых ценах за счет роста производительности труда работников. В-третьих, за счет сокращения фондоотдачи и замедления оборачиваемости оборотных средств произошло значительное снижение оптового оборота в действующих ценах. В-четвертых, складской оборот в

покупных ценах увеличился за счет роста товарных запасов на начало года и поступления товаров, а также сокращения прочего выбытия товаров, однако произошло снижение оборота за счет роста товарных запасов на конец года.

Таким образом, в целом можно оценивать влияние изменения различных факторов на динамику оптового оборота с негативной стороны, так как на предприятии наблюдается экстенсивный путь развития.

В работе было проведено планирование оптового оборота по общему объему, формам и направлениям продаж, периодам года, структуре. Расчеты показали, что при использовании экономико-математического и экономико-статистических методов получается примерно одинаковый прирост оптового оборота, однако данные методы не учитывают формирование основного финансового результата от торговой деятельности - прибыль от продаж, поэтому за основу плановой величины оптового оборота предлагается установить 157979 тыс. руб., рассчитанную методом получения целевой прибыли от продаж. Для анализируемого торгового предприятия данная величина является в настоящий момент оптимальной и реальной к выполнению, при этом также учитывает возможный уровень текущих затрат и обеспечение определенной величины финансовой прочности. Полученная величина будет полностью сформирована за счет складского оборота и оборота по реализации, при этом планируется увеличить продажи оптовым предприятиям.

Проведенный анализ и планирование оптового оборота торгового предприятия показал, что за последние пять лет наблюдается постоянный его рост, однако при анализе оптового оборота были выявлены резервы роста. Например, за счет расширения ассортимента товарной группы «серийная продукция». Предлагается ввести в ассортимент вафли с различной начинкой. Примерный объемом продаж 50 кг в день по цене 200 руб./кг. (уровень оптовой надбавки составит 25%). Эта цена конкурентоспособна, она ниже среднерыночных оптовых цен на аналогичную продукцию в г. Красноярске. Также резервом роста оптового оборота является рост

производительности труда, который может быть получен за счет устранения нерациональных потерь рабочего времени (была проведена фотография рабочего времени оперативного персонала).

Оптовый оборот может составить 166920 тыс. руб., издержки обращения составят 19593 тыс. руб., сумма валовой прибыли 31206 тыс. руб., прибыль от продаж – 11613 тыс. руб. или 6,96% от оптового оборота. Эффективность предложенных мероприятий выражается в росте уровня валовой прибыли на 0,32% по сравнению с отчетным годом и на 0,03% по сравнению с планом, росте рентабельности продаж соответственно на 0,4 и 0,11% и снижении уровня текущих затрат на 0,08% по сравнению с отчетным годом и планом. Прирост суммы прибыли от продаж составит 18,29% по сравнению с отчетным годом и 7,31% по сравнению с планом.

Таким образом, предложенные мероприятия не только приведут к росту оптового оборота торгового предприятия, но и повысят его рентабельность, что оценивается с положительной стороны.

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)

« 19 » 06 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

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

код и наименование направления

Оптовый оборот предприятия: анализ и обоснование резервов роста

тема

Руководитель


подпись, дата

доцент, канд. экон. наук Е.В. Белоногова

Выпускник


подпись, дата

гр. ЭП-13-1з

Р.В. Василенко

Красноярск 2018