Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/394197

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

Введение 3
Глава 1. Теоретические основы понятия товарооборота и его ключевые экономические показатели 5
1.1. Понятие товарооборота и его значение в экономике 5
1.2. Источники информации и методика проведения анализа оптового товарооборота 9
1.3. Факторы, влияющие на объем товарооборота 11
Глава 2. Анализ товарооборота торговой компании ООО «Рантэйр» 14
2.1. Общая организационно-экономическая характеристика торговой организации 14
2.2. Анализ состава и структуры товарооборота ООО «Рантэйр» 18
2.3. Динамика и факторный анализ товарооборота ООО «Рантэйр» 21
Глава 3. Пути и мероприятия по увеличению товарооборота компании ООО «Рантэйр» 30
3.1. Пути повышения товарооборота 30
3.2. Рекомендованные мероприятия по увеличению товарооборота 31
Заключение 35
Список использованных источников 37
Приложения 39

Введение

Актуальность темы данного курсового исследования. Торговые органи-зации являются одними из основополагающих экономических субъектов в Российской экономике после добывающих компаний, что связано с низкой развитостью производственного сектора в экономике страны. Торговые орга-низации являются хозяйственными субъектами, благодаря которым реализу-ется взаимодействие между производителями и конечными потребителями различных товаров, которые предназначены для их продажи потребителям, другим субъектам предпринимательской деятельности или государству. То-варооборот является основным показателем деятельности торговых организа-ций. В условиях рыночных отношений центр экономической активности сме-щается к основному элементу экономики - оптовому торговому предприя-тию: оно накапливает продукцию, изучает потребительский спрос, определяет спрос на товары, обосновывает экономические условия заключения деловых контрактов, происходит превращение промышленного ассортимента в торго-вый.
Оптовая торговля занимается реализацией товаров предприятиям, по-средническим организациям, учреждениям для последующего их использова-ния в процессе производства или для перепродажи. Важнейшей задачей опто-вой торговли является организация наиболее рациональной системы товаро-движения, в связи с чем изучение развития оптового товарооборота позволяет исследовать основные результаты деятельности предприятия оптовой торгов-ли. В данной работе акцент сделан на оптовый товарооборот, так как объек-том наблюдения является предприятие оптовой торговли.
Цель курсовой работы – разработать перспективы развития товарообо-рота торговой компании.
Задачи курсовой работы:
- рассмотреть понятие товарооборота и его значение в экономике;
- представить ключевые показатели оценки товарооборота;
- рассмотреть факторы, влияющие на объем товарооборота;
- охарактеризовать ООО «Рантэйр»;
- провести анализ состава и структуры товарооборота в ООО «Рантэйр»;
- выполнить динамику и факторный анализ товарооборота предприятия;
- определить пути и мероприятия по увеличению товарооборота пред-приятия.
Объект исследования – оптовый товарооборот ООО «Рантэйр».
Предмет исследования – развитие товарооборота оптовой организации.
Методологическая основа курсовой работы: диалектический метод, ста-тистические методы (группировки) сводки, сравнения, индексный), методы анализа и синтеза.

Структура курсовой работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.
Во введении представлены актуальность, цель и задачи, объект и пред-мет исследования.
В первой главе курсовой работы представлены теоретические основы понятия товарооборота и его ключевые экономические показатели.
Во второй главе проведен анализ товарооборота торговой компании ООО «Рантэйр».
В третьей главе по результатам проведенного анализа намечены пути и мероприятия по увеличению товарооборота компании ООО «Рантэйр».
В заключении представлены выводы по проведенному исследованию.

Глава 1. Теоретические основы понятия товарооборота и его ключевые экономические показатели

1.1. Понятие товарооборота и его значение в экономике

Исторически процесс развития товарного хозяйства является способ-ствующим обособлению сферы обращения и выделению в ней отрас-лей посреднического характера - оптовой и розничной торговли.
В современных условиях развития российской экономики динамичным образом развивается и внутренний рынок. Развитие в государстве внутреннего рынка имеет опору на большое количество межотраслевых, региональных, межрегиональных и мирохозяйственных связей. Опыт всего мира и практиче-ская деятельность российских компаний демонстрируют, что функциониро-вание всей системы указанных связей не представляется возможным без уча-стия определенного коммерческого посредника, которым обеспечивается нужная всем звеньям интенсивность и ускорение всего процесса товародви-жения, который уменьшает совокупные объемы нужных для его осуществле-ния инвестиционных вложений и иных финансовых затрат, который уменьша-ет совокупную величину торговых расходов. В качестве звена, которое при-званным является решать данного рода задачи, выступает оптовая торговля. При всем этом приобретение оптовой торговлей роли активного коммерче-ского посредника в условиях развитого рынка объективным образом обу-словлено всей необходимостью «примирения» противоположных интересов и устремлений производителей и розничных торговцев. Первые имеют стрем-ление к сбыту больших партий товаров, при всем этом применяя все возмож-ности имеющегося массового производства, а второй имеет ориентир только на небольшие партии товаров, которые достаточно легко могут найти свой сбыт.
Организуя движение товаров по каналам распределения, оптовый про-давец фактически делает более синхронными процессы производства и по-требления товаров.
Оптовая торговля выступает в качестве предшественника розничной, в итоге существования оптовой реализации товары не переходят в сферу лично-го потребления, они поступают либо в потребление компаний производствен-ных, либо покупаются розничной торговлей для дальнейшей продажи населе-нию.
В связи с этим, оптовый товарооборот - совокупный объем продажи то-варов производственным и торговым компаниям, а вместе с тем посредника-ми иным компаниям торговли и юридическим лицам с целью дальнейшей продажи населению или для потребления производственного характера .
Оптовая торговля является деятельностью по продаже товаров и услуг тем участникам процесса товародвижения, которые приобретают их с целью осуществления дальнейшей перепродажи или дальнейшей переработки.
Есть две важнейшие формы оптовой торговли:
а) транзитная;
б) складская .
При транзитной форме оптовой торговли товары доставляются от про-изводителя в розничную торговую сеть или иного рода оптовой компании (более мелкой или которая находится в другом месте), при всем этом минуя склад оптовика-посредника. Данного рода форма имеет то преимущество, что становится более быстрым оборот, становятся ниже издержки логистики, по-вышается уровень сохранности товаров.
Применяют поставку транзитом в таких случаях, если не нужная про-межуточная подготовка товара по качественному уровню, расфасовке, пере-борке и т.п. В данного рода случае у оптовика-посредника нет возможности сформировать ассортимент, помимо того ассортимента, что был отгружен ему производителем.
При складской форме реализации партия товара от производителя по-ступает на склад оптовой компании, а далее идет ее распределение по разным сбытовым каналам вплоть до розничной торговли. Вне зависимости от увели-чивающихся издержек логистики, в данном случае более полным образом происходит удовлетворение потребностей торговли в подготовке предпро-дажного характера. Становится лучше

вместе с тем уровень ритмичности снабжения розничных компаний, в том числе небольшими партиями, а это выступает достаточно удобным для них, открывается определенная возмож-ность по формированию требуемого для каждого отдельно взятого рознично-го магазина товарного ассортимента.
Функции оптовой торговли могут быть разделены на два основных ви-да: традиционные – в основе своей организационно-технического характера (организация оптовой купли-продажи, складирование и хранение запасов, преобразование товарного ассортимента, транспортировка товаров) и новые, которые возникают под воздействием рыночного развития .
Оптовая торговля занимает важное место в экономике рыночных госу-дарств, так как имеет ряд преимуществ для производителей:
а) поставляет товары без существенного изменения их внешнего вида – переработчикам, агентам по перепродаже и крупным потребителям;
б) разгружает органы сбыта производителя, так как нет необходимости оформлять множеством накладных, счетов, бухгалтерских документов и пи-сем и другую документацию;
в) снижаются затраты, связанные с реализацией продукции, поскольку вместо большого количества мелких розничных торговцев, поставки осу-ществляются в адрес небольшого перечня крупных оптовых торговцев.
Таким образом, оптовый товарооборот представляет собой совокупный объем продажи товаров производственными и торговыми предприятиями, а также посредниками другим предприятиям и юридическим лицам для после-дующей реализации населению или для производственного потребления .
По мнению Р.И. Камалудиновой и Д.А. Сулейманова, оборот оптовой торговли – это реализация товаров крупными партиями предприятиям роз-ничной торговли и общественного питания для последующей продажи насе-ления, промышленным и другим предприятиям и учреждениям - для произ-водственных целей и внерыночного потребления .
Ю.В. Дунда пишет: «Оборот оптовой торговли… выручка от реализа-ции товаров, приобретенных ранее на стороне, в целях перепродажи юриди-ческим лицам и индивидуальным предпринимателям для профессионального использования (переработки или дальнейшей продажи)» .
По мнению И.А. Плехановой, оборот оптовой торговли представляет собой продажу потребительских товаров населению за наличный расчет неза-висимо от каналов их реализации .

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994 (действующая редакция от 24.07.2023).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 146-ФЗ от 31.07.1998 1994 (действующая редакция от 27.11.2023).
3. Постановление Госкомстата РФ от 19 августа 1998 г. №89 «Об утверждении методических указаний по определению оборота розничной и розничной торговли на принципах статистики предприятий».
4. Гатченко, А.Ю. Регламент анализа товарооборота оптово-торговых и логистических предприятий / А.Ю. Гатченко // Проблемы современного социума глазами молодых исследователей – XV: Материалы XV Всероссийской науч.-практ. конференции. – Курск: Университетская книга, 2023. – С.115-118.
5. Дубаневич, А.И. Оптовая торговля, ее задачи и роль в распределении товаров / А.И. Дубаневич, А.А. Иванова // Студенческий вестник. – 2021. - №1-4. – С.86-87.
6. Дунда, Ю.В. Особенности формирования финансового результата в организациях оптовой торговли / Ю.В. Дунда // Студенческий вестник. – 2022. - №14-8. – С.31-32.
7. Епачинцев, В.Ю. К вопросу об анализе товарооборота / В.Ю. Епачинцев, Е.А. Зиновьева // Фундаментальные исследования. – 2021. - №6. – С.29-33.
8. Зайцева, К.В. Проблемы и пути увеличения товарооборота торгового предприятия / К.В. Зайцева, А.Г. Печникова // Молодые ученые - развитию Национальной технологической инициативы (ПОИСК). – 2021. - №1. – С.655-657.
9. Камалудинова, Р.И. Направления анализа оптового товарооборота / Р.И. Камалудинова, Д.А. Сулейманова // Гуманитарий и социум. – 2021. - № 1. – С. 15-17.
10. Максимова-Кулиева, Е.А. Тенденции развития оптовой торговли как элемента товарного обмена / Е.А. Максимова-Кулиева // Экономика и предпринимательство. – 2020. - № 12. – С. 226-230.
11. Медведева, И.А. Характеристика состояния оптовой и розничной торговли России / И.А. Медведева, Е.В. Кутяшева // Менеджмент: теория и практика. – 2022. - №1-2. – С.51-57.
12. Мусаева, Б.М. Особенности функционирования торговой организации / Б.М. Мусаева // Деловой вестник предпринимателя. – 2021. - №3. – С.53-55.
13. Ниянина, М.Д. Прогнозирование товарооборота торговых организаций в России / М.Д. Ниянина // Журнал

У. Экономика. Управление. Финансы. – 2022. - №4. – С.175-179.
14. Плеханова, И.А. Управление товарооборотом предприятия / И.А. Плеханова // Инновации, логистика, менеджмент в современной бизнес-среде: материалы конференции. – Энгельс: ИНИиРПК, 2021. – С.169-172.
15. Раджабова, М.Г. Оптовая торговля, ее особенности и роль в экономике / М.Г. Раджабова, Г.Н. Абакарова // Экономика и предпринимательство. – 2020. - №1. – С.1085-1090.
16. Шпак, Т.И. Примеры оптового товарооборота / Т.И. Шпак // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей конференции. – Уфа : ОМЕГА САЙНС, 2020. – С. 196-198.
17. Ярошенко, Е.М. Факторы, влияющие на товарооборот / Е.М. Ярошенко А.В. Клопова // Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сборник статей конференции. – Пенза: ПГАУ, 2022. – С.508-510.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:
https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/394197