

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства  
Направление подготовки: 38.03.01 Экономика, профиль «Экономика  
предприятий и организаций»

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

Тема работы
Рынок оптовой торговли в России: современные тенденции развития(на примере ООО «Монолит-Строй»)

УДК 339.33.017

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Егоров.А.С		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент, ШИП	Ерушко.Ж.А	К.Э.Н., доцент		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент, ШИП.	Ермушко Ж.А.	к.э.н.		

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент, ШИП	Долматова.А.В	к.э.н.		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор ШИП	Барышева Г.А.	Д.э.н., профессор		

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ  
ПОДГОТОВКИ 38.03.01 ЭКОНОМИКА**

Код	Результат обучения
<i>Универсальные компетенции</i>	
P1	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать документацию, презентовать и защищать результаты комплексной экономической деятельности.
P2	Эффективно работать индивидуально, в качестве <i>члена команды</i> , состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, с делением ответственности и полномочий за результаты работы и готовность <i>следовать корпоративной культуре</i> организации
P3	Демонстрировать <i>знания</i> правовых, социальных, этических и культурных аспектов хозяйственной деятельности, осведомленность в вопросах охраны здоровья и безопасности жизнедеятельности.
P4	<i>Самостоятельно учиться</i> и непрерывно <i>повышать квалификацию</i> в течение всего периода профессиональной деятельности
P5	Активно пользоваться основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
<i>Профессиональные компетенции</i>	
P6	Применять знания математических дисциплин, статистики, бухгалтерского учета и анализа для подготовки исходных данных и проведения расчетов экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на основе типовых методик с учетом действующей нормативно-правовой базы; принимать участие в выработке и реализации для конкретного предприятия
P7	рациональной системы организации учета и отчетности на основе выбора эффективной учетной политики, базирующейся на соблюдении действующего законодательства, требований международных стандартов и принципах укрепления экономики хозяйствующего субъекта; Применять глубокие знания основ функционирования экономической системы
P8	на разных уровнях, истории экономики и экономической науки для анализа социально-значимых проблем и процессов, происходящих в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем
P9	Строить стандартные теоретические и эконометрические модели исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к области профессиональной деятельности, прогнозировать, анализировать и интерпретировать полученные результаты с целью принятия эффективных решений.
P10	На основе аналитической обработки учетной, статистической и отчетной информации готовить информационные обзоры, аналитические отчеты, в соответствии с поставленной задачей, давать оценку и интерпретацию полученных результатов и обосновывать управленческие решения.
P11	Внедрять современные методы бухгалтерского учета, анализа и аудита на основе знания информационных технологий, международных стандартов учета и финансовой отчетности

Код	Результат обучения
P12	осуществлять преподавание экономических дисциплин в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального профессионального, среднего профессионального, высшего профессионального и дополнительного профессионального образования.
P13	Принимать участие в разработке проектных решений в области профессиональной и инновационной деятельности предприятий и организаций, подготовке предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
P14	Проводить теоретические и прикладные исследования в области современных достижений экономической науки в России и за рубежом, ориентированные на достижение практического результата в условиях инновационной модели российской экономики
P15	организовывать операционную (производственную) и коммерческую деятельность предприятия, осуществлять комплексный анализ его финансово-хозяйственной деятельности использовать полученные результаты для обеспечения принятия оптимальных управленческих решений и повышения эффективности.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций»

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель ООП

\_\_\_\_\_  
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

### ЗАДАНИЕ

**на выполнение выпускной квалификационной работы**

В форме:

**Бакалаврской работы**

Студенту:

Группа	ФИО
ЗБ51	Егоров Андрей Сергеевич

Тема работы:

<b>Рынок оптовой торговли в России : современные тенденции развития (на примере ООО «Монолит-Строй»)</b>	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	1865/с от 12.03.2019

Срок сдачи студентом выполненной работы:	13.06.2019
--	------------

#### **ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ**

<b>Исходные данные к работе</b> (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на экономический анализ	Объектом исследования является рынок оптовой торговли в России и его современные тенденции развития  1. Отчет по преддипломной практике. 2. Статьи периодических изданий; 3. Учебники.
<b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b> (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка	1. Изучить теоретические аспекты рынка оптовой торговли в России : современные тенденции развития ( на примере ООО «Монолит-Строй»);

задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	2. Оценить и проанализировать динамику развития оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй». 3. Разработать и предложить направления системы по достижению сбалансированного роста для компании ООО «Монолит-Строй»
--	--

<b>Перечень графического материала</b> (с точным указанием обязательных чертежей)	Таблицы, рисунки
--	------------------

**Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы**  
(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
Социальная ответственность	Ермушко Ж.А.
Нормоконтроль	Селевич О.С.

**Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:**

Введение. 1. Теоретические подходы к определению понятия «оптовая торговля». 2. Состояние и дальнейшее развитие рынка оптовой торговли в России. 3. Рекомендации по достижению сбалансированного роста рынка оптовой торговли на примере «ООО Монолит-Строй» Заключение.	
--	--

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	12.01.2019
---	------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент, ШИП	Ермушко.Ж.А	к.э.н.		12.01.2019

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Егоров Андрей Сергеевич		12.01.2019

## **Реферат**

Выпускная квалификационная работа содержит страницы, 10 рисунков, 9 таблиц, 25 источников.

Ключевые слова: оптовая торговля, Томская область, темпы роста, стратегические задачи, характеристика торговли, рынок, достижение сбалансированного роста, функционирование рынка.

Объект исследования рассмотрен рынок оптовой торговли в России и его современные тенденции развития.

Предметом исследования выступают рекомендации по сбалансированному темпу роста сбыта продукции компании ООО «Монолит-Строй».

Цель исследования – разработка рекомендаций по достижению сбалансированного темпа роста реализации готовой продукции ООО «Монолит-Строй» для увеличения прибыли компании.

В результате исследования были выявлены недостатки оптимальных темпов роста реализации продукции, разработаны предложения по увеличению темпов роста реализации продукции.

Степень внедрения: разработанные предложения находятся на рассмотрении у руководителя предприятия.

Область применения: предприятия частной формы собственности, деревообрабатывающей промышленности, в.т.ч. оптовая торговля.

Экономическая эффективность/значимость работы: внедрение предложений приведет к росту клиентской базы и увеличит объемы производства

Оглавление	
Реферат .....	6
Введение .....	8
1 Основные теоретические подходы к понятию оптовая торговля.....	6
1.1 Характеристика торговли как экономической категории .....	6
1.2 Основные характеристики российского рынка оптовой торговли: ...	12
емкость, сегментация, темпы роста. ....	12
2 Состояние и дальнейшие тенденции развития рынка оптовой торговли в России. ....	22
2.1 Общая ситуация рынка оптовой торговли в России. ....	22
2.2 Правовое регулирование рынка оптовой торговли .....	27
2.3 Состояние и перспективы развития оптовой торговли .....	32
3. Спектр проблем, сопровождающих функционирование и развитие рынка оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй» .....	39
3.1 Краткая информация о компании ООО «Монолит-Строй».....	39
3.2 Проблемы достижения оптимальных темпов роста оборота оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй» .....	43
3.3 Рекомендации по достижению сбалансированного темпа роста оборота оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй» .....	47
4. Социальная ответственность .....	50
4.1 Корпоративная социальная ответственность в деревообрабатывающей компании ООО «Монолит-Строй».....	60
4.2 Анализ факторов внутренней социальной ответственности.....	
4.3 Анализ факторов внешней социальной ответственности. ....	57
4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности .....	60
Заключение.....	63
Список использованных источников .....	65

## **Введение**

Оптовая торговля является неотъемлемой частью рынка товаров и услуг. Исторически сначала появился конкретно потребительский рынок. Это множество форм оптовой и розничной торговли, также товарные биржи, маркетинговых организаций и маркетинга и т.д. В процессе развития и совершенствования по мере развития объективных экономических условий, рынки факторов производства отделялись от рынка товаров и услуг. Это делало рынки рациональнее, целесообразнее, более специализированными, следовательно, более совершенными.

Оптовая торговая деятельность в качестве рынка промежуточных продавцов выражает комплекс экономических отношений лиц и организаций, приобретающих товары для дальнейшей реализации либо сдачи их в аренду другим пользователям с экономической выгодой для себя. Доведение товара до целевых рынков происходит в основном с помощью использования посредников, так как именно они имеют широкую доступность к данному товару. Благодаря своим контактам, специализации, опыту и размаху деятельности оптовые торговцы предлагают фирме больше того, что она обычно в состоянии сделать в одиночку.

Отличие оптовых организаций от розничных заключается в том, что оптовые организации в меньшей степени занимаются продвижением товаров, атмосфера и местоположение их предприятий не имеют большого значения, так как они работают с предприятиями, а не с конечными потребителями продукта. Как правило, объем сделок гораздо больше, а их количество меньше, чем в розничной торговле; государство по-разному подходит к регулированию оптовой и розничной торговли, что находит отражение в законодательстве и налогах.

За последний промежуток времени произошли в структуре оптового рынка видимые перемены. Доля бывших государственных оптово-



посреднических организаций существенно снизилась и продолжает снижаться; одновременно значительно возросла доля новых посреднических структур. Все более четко проявляется тенденция внутренних фирм на сложные потребительские рынки, соседних регионов.

Динамика развития оптовой торговли в совершенных условиях и перспективы ее развития представляет особый интерес для ее изучения.

Актуальность темы «Рынок оптовой торговли в России: современные тенденции развития(на примере ООО «Монолит-Строй»») выделяет тот фактор, что рынок оптовой торговли находится на данный момент на стадии экономического развития и предприятия, которые занимаются непосредственно оптовой торговлей, постепенно наращивают клиентскую базу со странами СНГ, заключают договора на поставку продукции, налаживают партнерские отношения и нацелены на долгосрочное сотрудничество.

Объектом исследования является рынок оптовой торговли в России: современные тенденции развития( на примере ООО «Монолит-Строй»).

Предметом исследования является способы достижения сбалансированных темпов роста оптовой торговли компании ООО «Монолит-Строй».

Целью исследования является разработка рекомендаций по достижению сбалансированных темпов роста рынка оптовой торговли , реализация которых приведет к формированию дополнительной базы клиентов , увеличение объема выпуска продукции, а также к увеличению прибыли компании.

Цель исследования предполагает решение следующих задач:

- исследовать тенденции в динамике развития оптовой торговли;
- охарактеризовать деятельность компании ООО «Монолит-Строй»;
- выявить проблемы, связанные с достижением оптимальных темпов роста оптовой торговли;

- разработать рекомендации по достижению взаимосвязанного и сбалансированного темпа роста оптовой торговли компании ООО «Монолит-Строй».

Значимость исследования состоит в том, что предложенные рекомендации могут быть применены для поиска новых клиентов и увеличения выпуска продукции компании.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения и списка литературы.

# **1 Основные теоретические подходы к понятию оптовая торговля**

## **1.1 Характеристика торговли как экономической категории**

В развитии сферы обращения товаров оптовая торговля играет важную роль массового использования. Процесс обращения товаров во многих случаях складывается из двух частей — оптовой и розничной реализации. Оптовый товарооборот подразумевает реализацию товаров производственными или оптовыми торговыми предприятиями другим торговым предприятиям либо предпринимателям с целью последующей продажи в сферу личного пользования.[1]

На рынке Российской Федерации оптовая торговая деятельность выступает посредником между промышленностью и розничной торговлей. Предприятия, которые занимаются торговой деятельностью, определяют структуру и направления товарных потоков, способствуют единому потребительскому рынку страны и его благосостоянию. Оптовая торговля организует процесс движения товаров по каналам распределения, а также способствует синхронизации производства и потребления товаров. Она обеспечивает ускорение и интенсивность процесса товародвижения. Функционирование системы региональных, межотраслевых, межрегиональных связей невозможно без участия оптовой торговли, как активного коммерческого посредника.[1]

Важной составной частью внутренней торговой деятельности в стране, является оптовая торговля, которая представляет собой продажу больших партий товара организациями - производителями по оптовым ценам. Цена, по которой организация-производитель продаёт свою продукцию оптовым покупателям – посредникам называется оптовой ценой. [2] Оптовая цена складывается из цены себестоимости предприятия-изготовителя и скидки в пользу сбытовой организации для погашения сбытовых расходов и получения прибыли.

Торговля большими партиями продукции с дальнейшей их перепродажей в розницу или дальнейшим использованием называется оптовая торговля.

Оптовое предприятие - это посредник, который приобретает право собственности на крупные партии товаров для оптовой торговли.

Существенное значение имеет правильное понимание и фактическое использование разных конфигураций звенности оптовой торговли. Образование товарооборота у производственного предприятия происходит за счет продажи товара. 1-й этап обращения различного товара совершается при сбыте данного товара самим предприятием, которое произвело товар. В результате такого действия владение товаром переходит торговым предприятиям либо организациям. Продажа товаров производственными предприятиями непосредственно потребителю является экономически невыгодной.



Рисунок 1 – Оптовый товарооборот

Необходимо отличать временный товарный оборот конкретного оптового предприятия от транзитного товародвижения, который представляет

собой, движение товара с производства доставляется напрямую в магазин, без заезда на любые склады - розничных, оптовых или сбытовых предприятий.

При заключении договора поставки оптовое предприятие выбирает вид товарооборота. Существует два вида товарооборота: складской и транзитный. При этом нужно учесть следующие основные факторы:

- Удельный вес в оптовом товарообороте товаров, изготавливаемых в области деятельности конкретной оптовой организации и завозимых им из зон деятельности других оптовых предприятий;[3]

- Сезонность производства и потребления товаров;

- Сложность ассортимента товаров и необходимость их предварительной подготовки в соответствии с требованиями розничных торговых предприятий и организаций;

- Размещения розничной торговой сети и ее состояние материально - технической базы;[3]

- Минимальные транзитные нормы отгрузок товаров;

- Обеспеченность складскими площадями;

- Развитие прямых договорных связей между производством, розничной торговлей и внерыночными потребителями.

Деятельность в оптовой торговле различных звеньев торгового аппарата обязательно порождает вновь повторяющиеся этапы покупки, а затем очередной продаже того же самого товара. Товар продается как минимум два раза при участии в оптовых покупках только одного розничного звена, первый раз товар реализует производственное предприятие в розничное потребление, а во второй раз товар продается из розницы окончательному покупателю. Но, в данном случае еще никак не образовывается звенности в оптовой торговле, она получается одноактной, либо прямой, то есть совершаемой в порядке прямых взаимосвязей между производственными и розничными предприятиями или же организациями.[5]

Товар будет подвергаться реализации внутри сферы обращения два раза в том случае если, производственные предприятия будут продавать товары

оптовому предприятию, а последнее - розничным предприятиям.[5] В таких случаях оптовая торговая деятельность принимает двухактную либо однозвенную конфигурацию. Разумеется, участие в оптовой торговле обособленного торгового звена при прочих равных условиях побуждает увеличение времени и издержек обращения, для обеспечения прибыльности оптовое звено делает наценку на товар. Поэтому применение однозвенной формы оптовой торговли вместо одноактной оказывается экономически оправданным если затраты на оптовое звено компенсируются существенным ускорением оборачиваемости товаров в розничном звене.

Оптовая торговая деятельность способна принимать различные формы звенности, увеличивая сферу обращения данных товаров или ограничивая ее и количество актов купли-продажи в расчете на один товар. В этом и заключается ее особое значение как начальной стадии торговли товарами народного потребления. Ее можно осуществлять эффективно, с минимальными издержками и незначительным увеличением цены на товары, а можно и легко допустить излишнее увеличение звенности, времени и издержек обращения, не удовлетворяя в то же время требованиям товароснабжения магазинов. Звенность оптового товарооборота можно измерить с помощью специального коэффициента, показывающего, сколько раз товар продавался внутри сферы обращения. Вычисляется коэффициент звенности товарооборота путем отнесения всех сумм оптового и розничного товарооборотов к сумме розничного товарооборота.[5]

Оптовая торговая деятельность выступает действующим инициатором по отношению к производству, к розничной торговле, а не просто посредником между производством и розничными торговыми предприятиями.

От деятельности оптовой торговли очень сильно зависит положение и модернизация всей торговли в целом. Оптовая торговля выполняет целый ряд влиятельных функций, которые дополняют ее центральную распределительную функцию среди производителей и потребителей.[6]

В зависимости от вида и мощности оптового предприятия эти вспомогательные функции имеют различный удельный вес.

Таблица 1 – Функции оптовой торговой деятельности

Функция	Содержание и назначение
Функция составления ассортимента	Оптовая торговля реализовывает закупки зачастую распыленных товаров в следствии квалификации производства и разделения спроса, то есть она исследует предложение товаров и выбирает продукты для снабжаемого ею сегмента рынка согласно собственному товарному ассортименту.
Функция преодоления разрыва во времени	Оптовая торговля реализует функцию преодоления временного разрыва между моментами изготовления и потребления, например, непостоянный привоз фруктов, поставки строительных материалов с весны до осени и т.д.
Функция пространственного разрыва	Функция преодоления расстояния между местом производства и местом использования в любом случае является логистической функцией причем купленный товар может доставляться клиентам оптовой торговли или они могут забирать его на условиях самовывоза.
Функция гарантирования качества	Означает, что оптовая торговля подготавливает товары к дальнейшей продаже. Это осуществляется путем сортировки, упаковки, смешивания ассортимента, т.е. путем «Манипулирования». Сюда относятся, например, разлив импортного вина, дозревание фруктов, хранение сырья до достижения им зрелости для целей переработки (древесина, табак) и т.д.

Продолжение таблицы 1

Функция формирования запасов	Служит для выравнивания колебаний спроса на различные товары и различные периоды времени.
Функция финансирования	Преодоление разрыва во времени между закупкой товара и его оплатой представляет собой кредитную функцию. По поставке предоставляется краткосрочный кредит, если торговое предприятие вносит задаток. Покупатель получает кредит, если предприятие осуществляет поставки в срок (в кредит).
Функция выравнивания цен	Заключается в использовании преимуществ по затратам за счет скидок при закупке крупных партий товаров, транспортировке, упаковке, предложению товаров по сниженным ценам.
Функция исследования и освоения рынка	Предприятие оптовой торговли выполняет важную задачу, осваивая для имеющихся товаров новые рынки, или расширяя рынок путем рекламы.
Функция хранения на складе	Эта функция связана с функцией разрыва во времени, поскольку ритмичность возникновения потребностей покупателей оптовой торговли зачастую не соответствуют ритмичности предложения производителей.

Из вышперечисленных функций, важнейшее место принадлежит рациональной организации оптовой торговли, построению ее материально-технической базы.[6]

На развитие торговли в последние годы оказывает содействие ряд заметных трендов в экономике:

–увеличение массового производства на крупных предприятиях, удаленных от основных потребителей готовой продукции;



–увеличение объемов производства впрок, а не для выполнения уже поступивших конкретных заказов;

–увеличение числа уровней промежуточных производителей потребителей;

–обострение необходимости приспособливать товары к нуждам промежуточных и конечных потребителей с точки зрения количества, качества, разновидностей и упаковки;[6]

В компаниях, связанных с оптовой торговлей, в соответствии с функциями, торговли осуществляются два существенных процесса: оптовая купля-продажа товаров и реальная обработка этих товаров на складах. Деятельность в первом процессе чисто торговая, коммерческая. Во втором она хотя и ведётся с позиции хозяйственного расчёта, но имеет технологическую направленность. В целом же деятельность предприятий оптовой торговли носит коммерческий характер.

## **1.2 Основные характеристики российского рынка оптовой торговли: емкость, сегментация, темпы роста**

Торговля представляет собой экономическую деятельность, содержанием которой является купля/продажа или обмен товара. Эффективная торговая деятельность издавна считается одним из показателей успешного государства. Большой товароборот различных товаров свидетельствует о высокой покупательской способности и как следствие, о высоком жизненном уровне и благосостоянии населения. В сентябре 2017 года оборот оптовой торговли в России составил 119293,5 млн. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 97,6% к сентябрю 2016 года.

В РФ в сентябре 2017 года оборот оптовой торговли на 84,5% формировался организациями оптовой торговли, оборот которых составил 100805,3 млн. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 98,3% к сентябрю 2016 года.

Торговую деятельность разделяют на розничную и оптовую. Оптовая торговля представляет собой торговлю между компаниями и организациями, а не торговлю крупными партиями товара, как думают зачастую. В этой форме торговли, в отличие от розничной, каждый покупатель идентифицируется, а торговля большим объемом товара – это лишь индивидуальный случай оптовой торговой деятельности.

Другими словами, оптовую торговлю можно охарактеризовать как форму ведения бизнеса, направленную на удовлетворение производственных целей либо с целью последующей перепродажи. Около 80% оборота оптовой торговли в РФ приходится на оптовые компании, которые делают бизнес на купле-продаже товара.[7]

С 2012 года Россия является членом Всемирной торговой организации. Экономические санкции, наложенные на Россию, негативно отразились на внешних торговых отношениях с компаньонами. Статистика внешней торговли России показывает, что товарооборот упал на 6,9% и составил 804,7 млрд. долларов.[8]

Статистика внешней торговли зафиксировала положительные изменения лишь со второй половины 2016 года. Решающая роль в изменениях принадлежит росту цен на нефть.[8]

Статистика внешней торговли РФ в 2017 году демонстрирует увеличение оборота на 24,7% (588 млрд. долларов). Сальдо достигло до 130,6 млрд. (+24,8%).

Статистика розничной торговли показывает, что в 2017 году товарооборот в этой сфере составил 2,9 трлн. руб., что на 3,1% больше чем в 2016. В сфере розничной торговли в России задействовано около 11 млн. человек. То есть 18% трудовых ресурсов в России.

На торгующие организации и предпринимателей приходится 99,5% оборота. Статистика розничной торговли в России показывает, что доля продуктов питания (включая напитки, табачные изделия) составляет 48,2%. Доля непродовольственных товаров – 51,8%.[8]

**Динамика оборота розничной торговли**  
в % к среднемесячному значению 2014г.



Рисунок 2 – Динамика оборота розничной торговли

Статистика розничной торговли в 2017 году зафиксировала увеличение объемов продаж продуктов на 0,5% (14,4 трлн. руб.). Непродовольственный сектор вырос на 1,9%. Показатели достигли 15,4 трлн. руб.

Компании оптовой торговли – это необходимая доля каждого современного рынка. Любопытен тот факт, что эти компании и организации, по своей сущности являются типичными перекупщиками, они получают доход от перепродажи товара и в принципе, чем больше таких компаний – тем в дальнейшем больше стоимость товара для конечного потребителя. Однако, большинство участников торгового сектора относятся положительно к великому количеству компаний, занимающихся спекулятивными операциями. Связано это в первую очередь с тем, что оптовые компании, как правило, имеют развитую логистику и каждая такая компания обслуживает свой сегмент рынка. Происходит перепродажа товаров от крупных к более мелким и так до тех пор, пока товар не попадет в розничную точку продажи.

Из-за большого количества конкурентов на рынке оптовой торговли, их оборот в разы превышает розничный. В России в 2016 году оборот оптовой торговли составил 61 351 млрд. рублей, это на 19% больше чем в 2014 году. При этом необходимо отметить тот факт, что количество предприятий, работающих в этой отрасли с каждым годом уменьшается, в 2014 году

предприятий оптовой торговли насчитывалось 1 176 400, тогда как в 2013 их было 1 193 300. Уменьшение составило 1.5%.

Таблица 2 – Оборот оптовой торговли в РФ (млрд. руб.)

Годы	Оборот оптовой торговли		В том числе оборот организаций оптовой торговли	
	млрд. руб. ( в фактически действовавших ценах)	в процентах к предыдущему году	млрд. руб. ( в фактически действовавших ценах)	в процентах к предыдущему году
2000	4256,8	144,5	3133,7	154,8
2005	15626,0	114,8	11007,5	100,7
2010	32153,5	103,0	25955,6	99,9
2014	51343,9	103,9	41434,5	106,1
2015	56732,5	94,5	46732,2	96,5
2016	61351,3	102,6	49943,0	101,4

В РФ оборот оптовой торговли по Федеральным округам выглядит весьма хаотично. Около 53% всего оборота приходится на Центральный Федеральный округ.[9] Объясняется это тем, что именно в этом округе расположены основные складские базы крупных оптовых предприятий, с которых происходит отгрузка в другие регионы. Показатели оборота оптовой торговли по Федеральным округам РФ выглядят следующим образом:

- Центральный Федеральный округ – 25.48 трлн. рублей.
- Приволжский Федеральный округ – 5.46 трлн. рублей.
- Северо-Западный Федеральный округ – 4.68 трлн. рублей.
- Сибирский Федеральный округ – 3.58 трлн. рублей.
- Уральский Федеральный округ – 3.47 трлн. рублей.
- Южный Федеральный округ – 2.86 трлн. рублей.
- Дальневосточный Федеральный округ – 1.39 трлн. рублей.
- Северо-Кавказский Федеральный округ – 0.51 трлн. рублей.

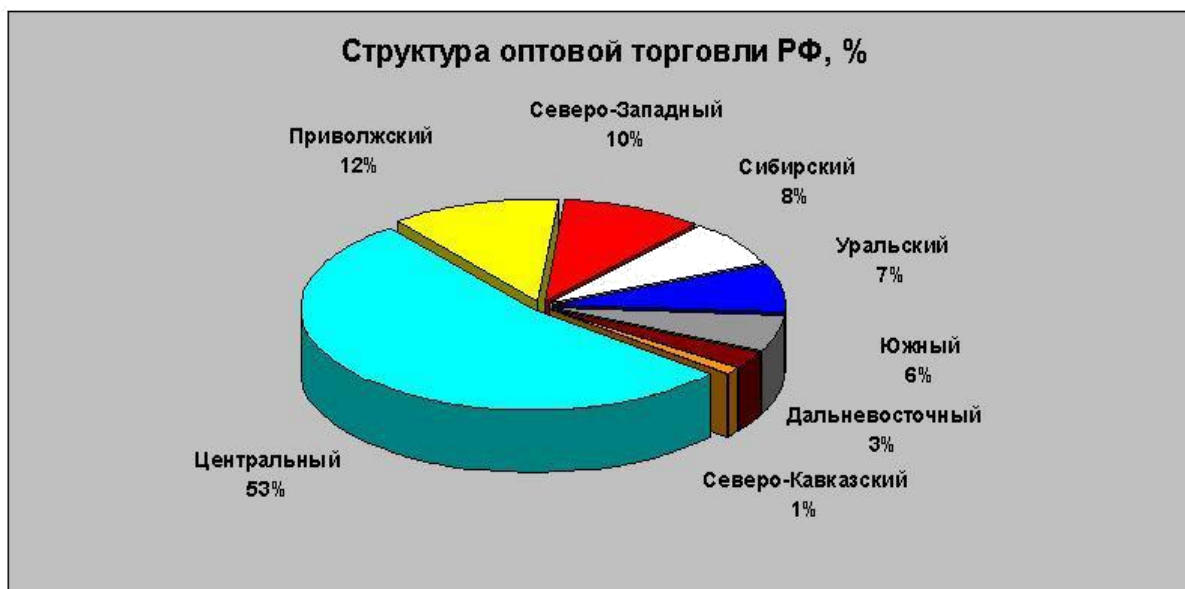


Рисунок 3 – Структура оптовой торговли РФ, %

Кроме предприятий, которые занимаются непосредственно перепродажей товара в оптовой торговле, большое значение имеют товарные биржи. Товарная биржа – это обычный оптовый рынок, на котором продаются определенные биржевые товары. Под биржевым товаром понимается продукция, которая имеет примерно одинаковое качество, вне зависимости от места изготовления.[9]

Общий объем торгов на товарном рынке в 2017 году увеличился на 12% (более чем на 137 млрд руб. по сравнению с показателем 2016 года). Прогнозируется, что данная тенденция сохранится и объем торгов в 2018 г. вплотную приблизится к отметке 1 трлн. руб. за год;

Средний объем сделки с товаром в 2017 году составил 5,4 млн руб., в целом этот показатель уменьшился на 7 % по сравнению с показателем 2016 года (5,8 млн руб.).



Рисунок 4 – Объем торгов в млрд. руб.

Лидирующую позицию на протяжении последних лет традиционно занимает рынок нефтепродуктов, 2017 году наблюдалось увеличение объемов торгов по сравнению с 2016 г. на 22% (в денежном выражении).[9]

В 2017 году был достигнут предел роста базового рынка – нефтепродуктов, что обусловлено высокой законтрактованностью на биржевом рынке. Теперь рост рынка будет возможен только за счет запуска торгов новыми товарами и производными инструментами на них.

Объем биржевых торгов природным газом постепенно увеличивался и к концу года составил 60,5 млрд. руб. По сравнению с 2016 годом объем торгов увеличился на 30%.[9]

В 2017 году объем торгов драгметаллами снизился на 1,6% по сравнению с 2016 г. И составил 121,8 млрд. руб.

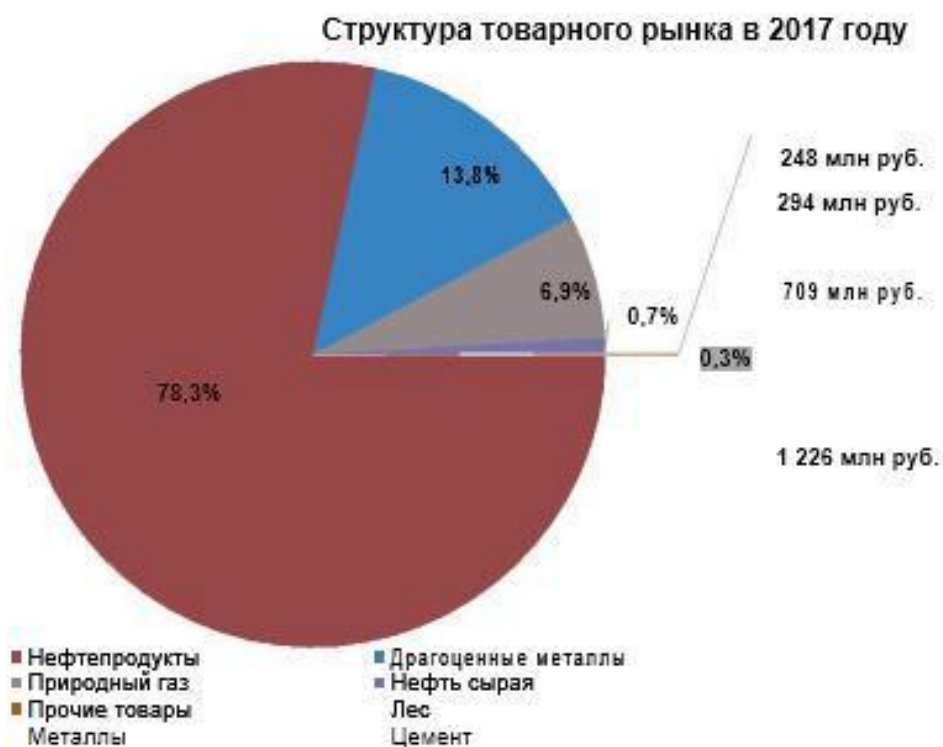


Рисунок 5 – Структура товарного рынка в 2017 году

Динамика оптовой торговли в Российской Федерации в период за 2011-2016 гг.

В начале нужно определиться с динамикой оптовой торговой деятельности в целом по стране и выявить некий тренд роста или спада (таблица. 3).[9]

Таблица 3. Оборот оптовой торговли в Российской Федерации в период с 2011 по 2016 гг., млрд. руб. (по состоянию на 17.04.2017)

Годы	Оборот оптовой торговли всего в млрд. руб.	Рост по сравнению с предыдущим годом, %	В том числе оптовой торговли млрд. руб.	Доля организаций, %
2011	39 154,0	-	31 205,7	80
2012	42 946,0	9	33 595,7	78
2013	45 121,4	5	35 673,4	79
2014	51 343,9	13	41 434,5	81
2015	56 732,5	10	46 732,2	83
2016	61 351,3	8	49 943,0	82

Таким образом, наблюдается довольно крупный скачок объема оборота оптовой торговли в 2014 году, по сравнению с 2013 годом. Данная тенденция в наименьшей степени вызвана присоединением с 2014 года к территории РФ Республики Крым и города федерального значения Севастополь, которые внесли хоть и незначительный, но тем не менее продуктивный вклад. В большей степени такая тенденция обусловлена как ростом количества самих оптовых предприятий по стране, так и ростом объема реализованной оптовой продукции.

В целом наблюдается положительная тенденция – оборот оптовой торговли ежегодно, в период с 2011 года по 2016 год, увеличивается, пускай и не стремительными темпами.

Также, для более детального анализа, необходимо отобразить ежеквартальную статистику (таблица 4).[9]

Таблица 4. Оборот оптовой торговли в Российской Федерации в период с 2011 по 2016 гг., млрд. руб. по кварталам (по состоянию на 17.04.2017)

Квартал	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1 квартал	8 460,6	9 864,5	10 309,7	11 541,6	12 765,2	13 853,4
2 квартал	9 275,3	10 280,2	10 889,5	12 379,1	13 542,3	14 767,8
<i>1 полугодие</i>	17 735,9	20 144,7	21 199,2	23 920,7	26 307,5	28 621,2
3 квартал	9 996,9	10 984,3	11 410,2	12 837,9	14 646,2	15 616,4
4 квартал	11 451,2	11 870,0	12 512,0	14 585,3	15 778,8	17 113,7
2 полугодие	21 448,1	22 854,3	23 922,2	27 423,2	30 425,0	32 730,1
Итого	39 154,0	42 946,0	45 121,4	51 343,9	56 732,5	61 351,3



Таким образом, в период с 2011 по 2016 гг. наблюдается увеличение ежеквартального оборота. Так, например, оборот 1-го квартала 2016 года выше на 64%, чем оборот 1-го квартала 2011 года.

Кроме того замечена тенденция увеличения оборота оптовой торговли в каждом из годов в период с 1 по 4 кварталы. Точно как следствие, второе полугодие, соответственно, всегда было более результативным, нежели первое.

Динамика оптовой торговли в Российской Федерации по субъектам в период за 2011-2016 гг.

Поскольку была проанализирована статистика по стране, необходимо ее несколько детализировать и привести статистику по субъектам Российской Федерации (таблица5).[9]

Таблица 5. Оборот оптовой торговли по субъектам Российской Федерации в период с 2011 по 2016 гг., млрд. руб. (по состоянию на 17.04.2017)

Название федерального округа	Год					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Центральный	21 825,5	23 658,5	24 556,6	27 316,7	29 475,9	30 824,4
Северо-Западный	3 746,8	3 796,5	4 373,1	6 075,1	6 135,5	7 910,2
Южный	1 911,3	2 263,9	2 510,2	2 891,0	3 373,5	2 989,3
Северо-Кавказский	367,5	460,0	470,3	515,1	671,3	700,2
Приволжский	4 441,3	5 067,6	5 114,2	5 703,2	6 518,6	7 093,6
Уральский	3 288,8	3 590,2	3 673,3	3 546,1	4 247,3	4 267,4
Сибирский	2 750,5	3 103,4	3 240,3	3 699,5	4 253,2	4 586,1
Дальневосточный	822,0	1 005,6	1 183,0	1 563,8	1 889,2	1 979,7
Крымский	—	—	—	33,1	167,8	189,2

Что касается субъектов, ежегодно показатель оборота оптовой торговли растет, сохраняется та же тенденция, что и по стране в целом, при чем, это относится к каждому федеральному округу без исключения.

Также важно отметить долю оборота оптовой торговли Центрального округа, которая составляет большую долю общего оборота по стране – 50,2% (показатель 2017 года). Для сравнения, в Дальневосточном федеральном округе, данная доля в 2017 году составляет 3,2%.

Можно сделать вывод о том, что как по федеральным субъектам, а также по стране в целом наблюдается положительная динамика оборота оптовой торговли в период с 2011 года по 2017 год.

## 2 Состояние и дальнейшие тенденции развития рынка оптовой торговли в России

### 2.1 Общая ситуация рынка оптовой торговли в России

Функцией оптовой торговли является связывание регионов производства товаров с регионами их потребления. Для России эта функция крайне важна и заслуживает внимания со стороны правительства т.к. территориальное распределение мощностей происходит неравномерно. Благодаря оптовой торговле устраняется пространственная и временная разобщенность производства и потребления, вклад торговли в ВВП страны составляет около 20%. [10]

Существует два фактора, под влиянием которых, и формируется оборот оптовой торговли. [10] По данным таблицы 6 видна положительная динамика оборота оптовой торговли в РФ. Отметим, что происходило торможение роста оборота оптовой торговли в период экономического кризиса с 2007 г. до конца 2009 г.. При этом по итогам 2009 г. падение оборота оптовой торговли составило 9,24%. [11]

В 2018 года оборот оптовой торговли составил 91930,9 млн. рублей или 112,1% к 2017 году. Таблица 6 – Динамика оборота оптовой торговли в период с 2017 года по 2018 год

	Оборот оптовой торговли			в том числе оборот оптовой торговли организаций оптовой торговли		
	млн. рублей	в % к		млн. рублей	в % к	
		соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему месяцу		соответствующему периоду предыдущего года	предыдущему месяцу
2017						
Январь	5096,5	93,9	67,4	4287,5	95,2	69,2
Февраль	5253,2	81,0	103,1	4374,6	80,2	102,1
Март	6893,3	90,7	132,2	5810,8	91,6	133,8
Апрель	6973,4	96,4	101,7	5844,8	99,0	101,1
Май	6880,2	92,3	99,0	5779,9	95,4	99,2
Июнь	6816,1	95,1	99,0	5675,7	96,0	98,2
Июль	6429,2	86,8	95,0	5322,5	87,5	94,5
Август	6893,2	91,3	106,9	5787,9	94,0	108,4
Сентябрь	7677,3	92,4	110,7	6448,5	94,4	110,7
Октябрь	6564,0	88,2	85,0	5430,3	89,7	83,7

Ноябрь	6733,2	92,3	102,3	5656,6	95,3	103,9
Декабрь	7789,5	103,7	115,7	6537,5	106,2	115,6
Продолжение таблицы 6						
Январь-декабрь	79999,1	92,1	х	66956,4	93,8	х
2018						
Январь	5914,0	116,4	75,7	4859,1	113,7	74,1
Февраль	6264,1	119,0	105,4	4923,1	112,3	100,8
Март	7498,6	107,0	118,9	6194,1	104,9	125,0
Апрель	7244,3	101,7	96,6	5870,5	98,4	94,8
Май	7512,5	106,5	103,6	6115,3	103,2	104,1
Июнь	8634,4	122,6	114,1	6967,4	118,8	113,1
Июль	7966,1	118,8	92,1	6629,2	119,5	95,0
Август	8819,2	123,2	110,9	7470,6	124,3	112,9
Сентябрь	7763,8	98,1	88,1	6578,7	98,9	88,1
Октябрь	8389,8	124,6	108,0	6862,4	123,2	104,2
Ноябрь	7335,5	106,2	87,2	6108,2	105,2	88,8
Декабрь	8588,6	107,3	117,0	7375,7	109,8	120,6
Январь-декабрь	91930,9	112,2	х	75954,6	110,7	х

2018 году оборот оптовой торговли на 82,6% формировался организациями оптовой торговли, оборот которых составил 75954,6 млн. рублей или 110,7% к 2017 году.[12]

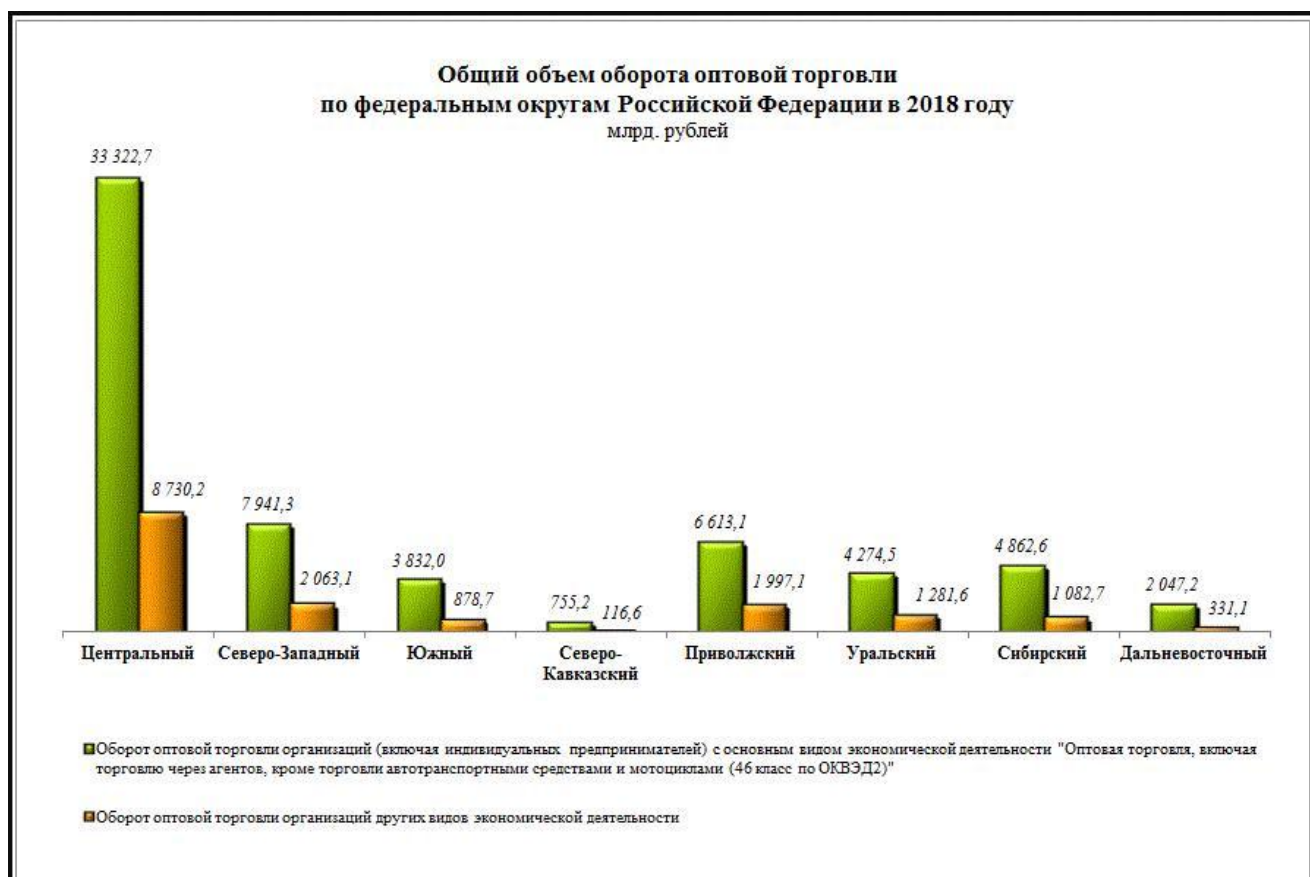


Рисунок 6 – Общий объем оборота оптовой торговли по федеральным округам РФ в 2018 году.

Наибольшее значение в структуре оптовой торговли приходится на Центральный федеральный округ России. Второе место по обороту оптовой торговли страны приходится на Северо-Западный. Третье место по обороту оптовой торговли занимает Приволжский федеральный округа. Объем оптовой торговли Сибирского федерального округа, в который входит и Томская область, составил 4 862,6(млрд. рублей) по итогам 2018 года.[11]

В состав Сибирского федерального округа входит 10 субъектов федерации: Алтайский край, Иркутская область, Кемеровская область, Красноярский край, Новосибирская область, Омская область, Республика Алтай, Республика Тыва, Республика Хакасия, Томская область.

Отметим, что Новосибирская область – одно из крупнейших мест для купли-продажи крупных партий товарно-материальных ценностей. В Новосибирске располагается большое количество складов для хранения продукции, а также на территории Новосибирской области находится большое количество оптовых организаций, которые в дальнейшем реализуют продукцию конечным потребителям. Именно через Новосибирск проходит большинство грузов.

Отметим, что число организаций, занимающихся оптовой торговлей в России начиная с 2012 года, растет в плоть до 2017 года и продолжает расти.

Таблица 7 - Численность организаций оптовой торговли за период с 2012 года по 2017 год.[12]

Организации, занимающиеся оптовой торговлей	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Оргнизации оптовой торговли, включая торговлю через агентов, кроме торговли:						

Продолжение таблицы 7

автотранспортными средствами и мотоциклами, единиц:	10129	11810	11964	12317	13842	15104
Из них:						
оптовая торговля через агентов ( за вознаграждение или на договорной основе):	876	972	937	867	818	831
Оптовая торговля сельскохозяйственным сырьем и живыми животными:	1215	1449	1493	1588	1902	2202
Оптовая торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями:	1112	1348	1365	1337	1444	1655
Оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами:	1535	1752	1731	1696	1748	1817
Оптовая торговля несельскохозяйственными промежуточными продуктами:						
Отходами и ломом	2493	2953	3107	3566	4438	4961
Из нее оптовая торговля топливом	359	434	444	427	424	451
Оптовая торговля машинами и оборудованием	962	1123	1145	1189	1307	1469

Численность занятых в оптовой торговле России в 2016 г. составляет 18,5% общей численности занятых в экономике РФ. Для сравнения укажем, что в 2005 г. данный показатель составлял 17,1% и вплоть до 2007 г. увеличивался до 17,5%.

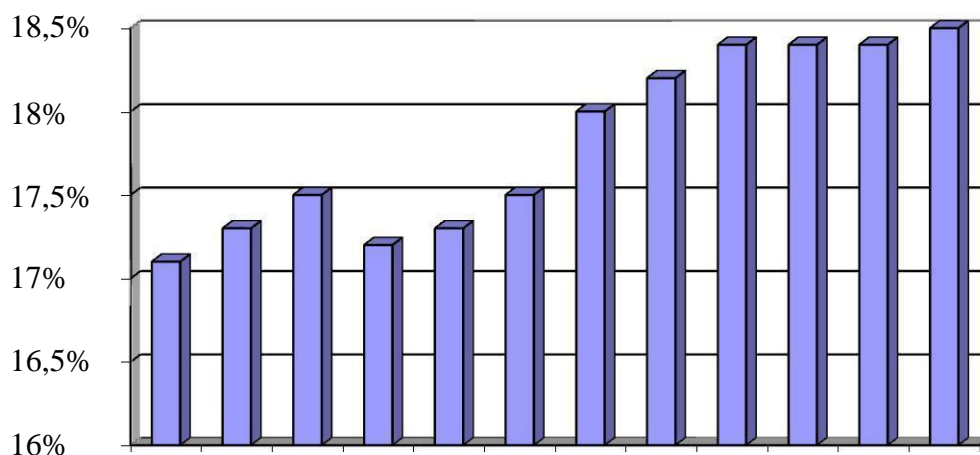


Рисунок 7 – Численность занятых в оптовой торговле

В целом по оптовой торговле 2018 году в РФ средний уровень заработной платы составляет 26 902,7 рублей. В Томской области уровень заработной платы в этом же секторе на 2018 год составил 21 775,1 рублей. Средний уровень заработной платы по данному сектору экономики ниже на 19,1% , чем в стране.[12]

Одним из основных показателей развития российского сегмента оптового бизнеса является процесс ценообразования на рынке. Оптовые цены представляют собой цену товаров, реализуемые продавцом покупателю с целью их последующей перепродажи или профессионального использования. Это первичные, самые маленькие цены продукции, устанавливаемые изготовителем. В оптовую цену также заложены себестоимость продукции и ценовая надбавка, которая включает в себя прибыль производителя и возможные понесенные издержки, связанные с браком продукции, ее транспортировкой и т.д.

## 2.2 Правовое регулирование рынка оптовой торговли

Товарные рынки представляют собой систему субъектов экономики и их отношений (производителей и потребителей, посредников и организаций, обеспечивающих их отношения), целью которых является обеспечение обращения товаров конечного потребления и производственно-технических целей. Переход от плановой дистрибуции к рыночной экономике заставил производителей товаров самостоятельно искать рынки сбыта своей продукции. Поскольку непосредственная реализация произведенных товаров неэффективна, товаропроизводители предпочитают пользоваться услугами посреднических организаций. В этом случае отношения между производителем и посредником могут строиться на основе договора и с использованием других механизмов, не противоречащих законодательству. В частности, для этого создаются производственные предприятия. Иногда продажи осуществляются филиалами юридического лица. На начальном этапе развития рыночной экономики оптовые ярмарки получили широкое распространение.[13]

В настоящее время регулирование отношений по реализации товаров на оптовых и розничных рынках осуществляется на основании Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговой деятельности). Целями данного закона являются:

- обеспечение единства экономического пространства в Российской Федерации путем установления требований к организации и осуществлению торговой деятельности;
- развитие торговой деятельности в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в произведенной продукции, обеспечения



доступности товаров для населения, формирования конкурентной среды, поддержки российских производителей товаров;[13]

- обеспечение соблюдения прав и законных интересов юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность (далее – хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность), юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи (далее – хозяйствующие субъекты, осуществляющие поставки товаров), баланса экономических интересов указанных хозяйствующих субъектов, а также обеспечение при этом соблюдения прав и законных интересов населения;
- разделение полномочий между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности;[13]

Закон определяет оптовую и розничную торговлю.

Оптовая торговля – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в бизнесе (в том числе для перепродажи) или для других целей, не связанных с личным, семейным, домашним и другим аналогичным использованием. Розничная торговля - это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для личных, семейных, домашних и иных целей, не связанный с ведением предпринимательской деятельности.

Закон о торговой деятельности устанавливает требования к организации и осуществлению торговой деятельности, права и обязанности субъектов хозяйствования при осуществлении такой деятельности, специфику формирования условий договора на поставку товаров.

Любой субъект хозяйственной деятельности, будь то юридическое или физическое лицо, вправе заниматься предпринимательской деятельности, однако сделать это можно только после государственной регистрации, в порядке, установленном законодательством.

ГК РФ, а именно статьей 51 установлено, что юридическое лицо подлежит государственной регистрации в порядке, определяемом законом о регистрации юридических лиц. Данные такой регистрации включаются в единый государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления. Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации.[13]

Аналогичное требование выдвигается и в отношении граждан Российской Федерации, на это указывает статья 23 ГК РФ, согласно которой гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.[13]

В тоже время, индивидуальный предприниматель не может быть соискателем лицензии в отношении некоторых видов деятельности.

Основным нормативным актом, определяющим правовые основы лицензирования, является Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее - Закон о лицензировании).

Закон о лицензировании регулирует отношения, возникающие между федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями в связи с лицензированием отдельных видов деятельности.

Закон о лицензировании распространяется только на виды деятельности, установленные статьей 17 настоящего Закона.[13]

Следует отметить, что Закон о лицензировании содержит только общие положения, касающиеся лицензирования. Для каждого лицензируемого вида

деятельности существует соответствующий нормативный акт, который подробно регламентирует процедуру лицензирования.

Торговля осуществляется субъектами хозяйствования в порядке, предусмотренном вышеуказанным законом, и регистрируется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, если иное не установлено федеральными законами.[14]

Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность при организации торговой деятельности и их осуществлении, за исключением случаев, установленных федеральными законами, самостоятельно определяют:

- вид торговли (оптовая или розничная торговля);
- форма торговли (в стационарных торговых объектах, вне стационарных торговых объектов, в том числе на ярмарках, выставках, доставке, смешанной торговле, дистанционной продаже товаров, продаже товаров с использованием автоматов и других форм торговли);
- способ торговли (с использованием торговых средств и (или) без использования торговых возможностей);
- торговая специализация (универсальная торговля и / или специализированная торговля);
- тип коммерческого объекта, используемого для ведения коммерческой деятельности (стационарный коммерческий объект и (или) нестационарный коммерческий объект);[15]
- основания использования имущества при осуществлении торговой деятельности (право собственности и (или) иные правовые основания);
- порядок и условия ведения торговой деятельности, в том числе:
  - ассортимент продаваемых товаров,
  - режим работы,

- методы и способы, которыми осуществляется продажа товаров,
- количество, виды, модели технологического оборудования, инвентаря, используемого при осуществлении торговой деятельности,
- способы доведения до покупателей информации о продавце, товарах, предлагаемых к продаже, о предоставляемых услугах;
- цены на проданные товары;
- форма распространения рекламы в торговом центре и в его витринах;
- условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров оказания дополнительных услуг;
- другие процедуры и условия осуществления торговой деятельности;[15]

Если в течение 30 календарных дней подряд на территории отдельного субъекта РФ или территориях субъектов РФ рост розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости составит 30% и более, Правительство РФ в целях стабилизации розничных цен на данные виды товаров имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории такого субъекта РФ или территориях таких субъектов РФ на срок не более чем 90 календарных дней.[16]

Закон о торговой деятельности также регулирует вопросы организации и деятельности ярмарок. Ярмарки организуются органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями. Организация ярмарок и продажи товаров на них осуществляется в порядке, установленном нормативными правовыми актами субъектов РФ, на территориях которых такие ярмарки организуются. В случае если организатором ярмарки является федеральный

орган государственной власти, порядок организации ярмарки и продажи товаров на ней устанавливается организатором ярмарки с учетом положений данного закона.[16]

Организатор ярмарки разрабатывает и утверждает план мероприятий по организации ярмарки и продаже на ней товаров, а также определяет режим работы ярмарки, порядок организации ярмарки, порядок предоставления торговых мест на ярмарке.

Организатор ярмарки публикует в средствах массовой информации и размещает на своем сайте в Интернете информацию о плане мероприятий по организации ярмарки и продаже на ней товаров.

Торговые места на ярмарке предоставляются юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, а также гражданам (включая граждан, ведущие крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства или занимающиеся садоводством, огородничеством, животноводством).[16]

Плата за предоставление оборудованных торговых мест на ярмарке, а также за оказание услуг, связанных с торговлей (уборка территории, проведение ветеринарно-санитарной экспертизы и другие услуги), определяется организатором ярмарки с учетом необходимости погашения затрат на организацию ярмарки и продаже на ней товаров.

### **2.3 Состояние и перспективы развития оптовой торговли**

На данный момент оптовая торговля в России находится в стадии активного развития. В свою очередь оптовая торговля связана непосредственно с розничной торговлей, так как розница выступает посредником между крупными фирмами и конечными потребителями. Отметим, что согласно статистике, прирост оборота оптовой торговли с каждым годом увеличивается в среднем на 15%. Такими же темпами развивается и розница. Что касается оптовой торговли в России целом, то степень и темпы ее развития довольно существенно отличаются в столице и

регионах. Региональные рынки заметно отстают от столицы во всех отношениях. Также на периферии довольно распространена тенденция, в

рамках которой оптовые продавцы мало сотрудничают с неспециализированными магазинами. Розница в регионах в основном работает с производителями продукции.[17]

На данный момент существенным барьером на пути развития оптовой торговли в России является неразвитость торговой инфраструктуры, ее неприспособленность для современных нужд. Такая ситуация связана с невысокими темпами строительства новых торговых площадей, приспособленных под нужды оптового бизнеса, моральным и материальным износом имеющейся инфраструктуры, построенной в советский период, слабыми хозяйственными связями между производителем и торговой организацией с большим количеством посредников. Отдельным большим вопросом стало отсутствие нормальных, эффективных логистических связей как между регионами страны, так и внутри региона. Еще один барьер на пути развития – отсутствие складских площадей как таковых, их низкий уровень оборудованности, что приводит к нарушению условий хранения товаров, их порче и убыткам.[18]

Существуют базисные виды бизнес-стратегий, которые раскрывают четыре различных подхода, ведущих к росту компании, путём изменения элементов: рынок; отрасль; выпускаемый продукт (предоставляемая услуга); применяемая технология; место компании внутри отрасли. Данные элементы могут рассматриваться либо в существующем сегодня состоянии, либо в перспективе. На разработку стратегии предприятия оказывают влияние многие факторы. Взаимодействие этих факторов носит особенный характер для каждой отрасли и компании и всегда изменяется во времени. Никогда выбор одинаковых стратегий не происходил в идентичных ситуациях, так как факторы, определяющие стратегию, всегда отличаются.[19]

К основным факторам, формирующим стратегии, можно отнести следующие: социальные, политические, гражданские и регулирующие нормы; привлекательность отрасли и условия конкуренции; специфические рыночные возможности и угрозы; сильные и слабые стороны организации, ее конкурентные возможности; личные амбиции, философия бизнеса и этические воззрения менеджеров; ценности и культура компании.[19]

Как правило, стратегия не обеспечивает успеха, если не проведена граница между внутренними и внешними факторами. Угрозы и возможности, с которыми сталкивается организация, обычно представлены следующими факторами: экономика, политика, рынок, технология, конкуренция, и социальное поведение, представлены на таблице 8.[19]

Таблица 8 – Внешние факторы и их характеристики

Фактор	Характеристика
Экономический	Изучение экономической компоненты макроокружения позволяет понять то как формируются и распределяются ресурсы. Оно предполагает анализ таких характеристик, как величина валового национального продукта, темпы инфляции, уровень безработицы и т.п. Каждый из этих факторов может представлять либо угрозу, либо новую возможность для фирмы. Что для одной организации представляется экономической угрозой, другая воспринимает как возможность.
Политический	Политическая составляющая внешней среды должна изучаться в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику. В изучение политической обстановки входит выяснение какие программы водворяют в жизнь различные партии, какое отношение у правительства существует по отношению к различным отраслям экономики и регионам страны и т.д.
Рыночный	Изменяемая рыночная среда представляет собой область постоянного беспокойства для организаций. В анализ рыночной внешней среды входят многочисленные факторы, которые могут оказать непосредственное воздействие на успехи или провалы организации. К этим факторам относятся изменяющиеся демографические условия, жизненные циклы различных изделий или услуг, легкость проникновения на рынок, распределение доходов населения и уровень конкуренции в отрасли
Технологический	Анализ технологии позволяет своевременно обнаружить те возможности, которые развитие науки и техники открывает для производства новой продукции, для усовершенствования производимой продукции и для модернизации технологии изготовления и сбыта продукции. Прогресс науки и техники несет в себе большие возможности и не менее большие угрозы для фирм. Многие организации не в состоянии увидеть открывающиеся новые перспективы, так как технические возможности для осуществления коренных изменений преимущественно создаются за пределами отрасли, в которой они функционируют. Опоздав с модернизацией, они теряют свою долю рынка, что может привести к крайне негативным последствиям
Конкурентный	Изучение конкурентов, т.е. тех, с кем организации приходится бороться за ресурсы, которые она стремится получить из внешней среды, чтобы обеспечить свое существование, занимает особое и очень важное место в стратегическом управлении. Данное изучение направлено на то, чтобы выявить слабые и сильные стороны конкурентов и на базе этого строить свою стратегию конкурентной борьбы. Конкурентная борьба формируется не только внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию и реализующими ее на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются также и те фирмы, которые могут войти на рынок, а также те фирмы, которые производят замещающий продукт. Кроме них, на конкурентную среду организации оказывают заметное влияние ее покупатели и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить позицию организации на поле конкуренции
Социальный	Факторы социального поведения включают меняющиеся ожидания, отношения и нравы общества. К некоторым факторам относятся преобладающие в обществе чувства по отношению к предпринимательству, роль женщин и национальных меньшинств в обществе

При выборе стратегии предприятия необходимо выяснить, о каком уровне стратегии идет речь, поскольку в настоящее время в условиях нестабильной внешней среды, а так же при наличии широких возможностей для диверсификации, предприятия могут осуществлять одновременно несколько видов деятельности на многих рынках и во многих отраслях.



Существует три уровня стратегических решений:

- Корпоративная или портфельная стратегия - описывает общее направление развития предприятия, развитие его в пространственно-сбытовой деятельности. Эта стратегия показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать портфель товаров и услуг.

– Функциональная стратегия – это стратегия, которая разрабатывается функциональными звеньями на основе корпоративной и деловой стратегии. К ней относятся финансовая, производственная, маркетинговая, сбытовая и другие стратегии. Целью разработки данной стратегии является распределение ресурсов функционального звена и поиск эффективного поведения функционального звена в рамках общей стратегии.

– Деловая или бизнес стратегия - это стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ хозяйственных подразделения. Эта стратегия воплощается, как правило, в бизнес-планах и показывает, как предприятие будет конкурировать на конкретном товарном рынке, поэтому иногда эту стратегию называют конкурентной стратегией.[19]

Для формирования эффективной ценовой стратегии, в зависимости от ситуации, сложившейся в экономической среде предприятия, можно использовать различное сочетание следующих основных форм его стратегического поведения:

– увеличения объемов товарооборота за счет привлечения дополнительных клиентов;

– получение требуемой прибыли за счет поддержания максимально допустимых цен на различные группы товаров без потери своей конкурентоспособности;[19]

– определение оптимальных закупочных цен на товары с учетом их качества с целью охвата различных сегментов рынка по

покупательской способности потребителей, что позволяет расширить объемы продаж и получить дополнительную прибыль;

– определение такой маржи безопасности, которая позволяет обеспечить устойчивое финансовое состояние в отчетном периоде времени.

Все многообразие стратегий объединяется в пять основных групп: стратегии роста, стратегии ускоренного и ограниченного роста, стратегии органического и интегрированного роста, стратегии сокращения и стратегии комбинирования. По типу экономического роста выделяют стратегии концентрированного роста, диверсифицированного и интегрированного роста

Стратегии концентрированного роста. К этой группе стратегий относятся те стратегии, которые связаны с изменением продукта или рынка и не затрагивают 3 других элемента. В случае следования стратегиям этой группы фирма пытается улучшить свой продукт или начать производить новый, фирма ведет поиск новых рынков. Для оптового предприятия из этой группы считаем применимой стратегию развития рынка. Суть данной стратегии заключается в поиске новых рынков для уже производимого продукта.

Стратегии интегрированного роста. Сюда относятся такие стратегии бизнеса, которые связаны с расширением фирмы путем добавления новых структур, что приводит к изменению положения организации в отрасли. Из этой группы наиболее подходящей для оптовой компании считаем стратегию вперед идущей вертикальной интеграции. Суть стратегии – рост фирмы за счет приобретения, либо усиления контроля над структурами, находящимся между фирмой и конечным потребителем, т.е. над системой распределения и продажи.

Стратегии диверсифицированного роста. Данная группа стратегий реализуется в том случае, когда фирма дальше не может развиваться на

данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли. Здесь оптовым компаниям стоит обратить внимание на стратегию конгломеративной диверсификации. Суть стратегии состоит в том, что фирма расширяется за счет технологий производства новых продуктов, не связанных с уже производимыми, которые реализуются на новых рынках.[20]

Стратегии сокращения. Реализуются, когда фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады и принципиальные изменения в экономике. Здесь для оптовой компании, которая не хочет сокращать свое присутствие на рынке и ищет пути дальнейшего развития, стоит порекомендовать стратегию сокращения расходов, ее основной идеей является поиск возможностей уменьшения издержек и проведение мероприятий по сокращению затрат. Реализация данной стратегии связана со снижением производственных затрат, повышением производительности труда, уменьшением найма и даже увольнением персонала.

### **3 Спектр проблем, сопровождающих функционирование и развитие рынка оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй»**

#### **3.1 Краткая информация о компании ООО «Монолит-Строй»**

В организации «Монолит-Строй» используется форма собственности: Общество с ограниченной ответственностью. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) - учреждено несколькими юридическими лицами хозяйственное общество, уставный капитал предприятия разделён на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, которые связаны с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Организация зарегистрирована 20.03.2013 в регионе Томская область по юридическому адресу: 634003, Томская область, город Томск, Кузовлевский тракт 4 строение 2.

Главная цель организации: получение прибыли.

Организационная структура ООО «Монолит-Строй» имеет линейно функциональную специализацию управления, относящаяся к числу базовых, имеющая несколько уровней в управлении. Определяя организационную структуру предприятия важно установить соподчиненность функций и их распределение между отдельными подразделениям и работниками.

Основной вид деятельности ООО «Монолит-Строй»:

Организация создана для того, чтобы производить продукцию из древесины и удовлетворять потребности клиентов.

Основной вид деятельности организации это оптовая торговля готовой продукцией из древесины.

огда работники на предприятии стараются принести максимальную пользу, тогда труд становится более производительным. От рентабельности,

прибыли, себестоимости, а также других производственных факторов зависит рост производительности труда. Насколько эффективным является, труд работника зависит от производительности труда. Для того чтобы рассмотреть тенденции в динамики производительности труда первым делом необходимо составить таблицу и произвести расчет численности работников далее необходимо составить таблицу производительности труда и динамику показателей.[21]

Таблица 8. – Структура численности работников ООО «Монолит-Строй»

Показатели	2018		2019		Изменения к 2018 г.	
	Числен. чел	%	Числен. чел	%	Числен. чел	%
Среднесписочная численность	687	100	1100	100	413	0
Руководители	63	9	99	9	36	+57,1
Специалисты	116	17	187	17	71	+61,2
Рабочие	508	74	814	74	306	+62,2
Источник данных: Расчетные авторские данные						

Из таблицы 8 видно, что среднесписочная численность сотрудников в 2019 г. выросла на 413 человек по сравнению с 2018 г. В связи с расширением производствам произошел набор работников основного производства, а также добавились специалисты произошло увеличение руководящего состава[21]

В ООО «Монолит-Строй» применяется своя собственная система оплаты труда работников. Данная система была разработана в соответствии с положениями Трудового кодекса Российской Федерации и не противоречит нормам законодательства.

С каждым работником компания ООО «Монолит-Строй» заключает трудовой договор, в котором установлены права и обязанности работника и работодателя, условия оплаты труда, режим рабочего времени и времени отдыха, условия по социальному страхованию, срок действия и основания

для прекращения трудового договора, адреса и подписи работника и работодателя.

Здесь более подробно будут рассмотрены условия оплаты труда. В соответствии с договором работодатель обязуется своевременно и в полном объеме выплачивать работнику заработную плату. Для сотрудников коммерческой дирекции ООО «Монолит-Строй» устанавливается окладно-премиальная система оплаты труда. В договоре зафиксирован размер оклада (тарифная ставка). Окладная часть заработной платы выплачивается работнику пропорционально отработанному времени. Также в компании предусмотрена премиальная система. Премия зависит от размера выполненного плана по продажам. Всем сотрудникам компания открывает зарплатную карту за счет работодателя и на них непосредственно переводятся все выплаты, включая премии, надбавки и компенсационные выплаты. Выплата заработной платы производится согласно статье 136 Трудового Кодекса Российской Федерации не реже чем каждые полмесяца: до тридцатого числа каждого месяца – выплачивается первая часть заработной платы, и до пятнадцатого числа – основная часть заработной платы. Первая часть выплачивается в виде аванса фиксированной суммой.[21]

Оплата отпуска производится не позднее, чем за три дня до его начала. При прекращении трудового договора выплата всех сумм, положенных работнику, производится в день увольнения работника. Если работник в день увольнения не работал, то соответствующие суммы должны быть выплачены не позднее следующего дня после предъявления требования о расчете. Удержания из заработной платы работника производятся только в случае, предусмотренным Трудовым Кодексом Российской Федерации и иными федеральными законами.

Условия выплаты на первый взгляд не отличаются от стандартных условий большинства компаний. Основные минусы и недостатки по выплате заработной платы:

- в договоре фиксируется оклад, который немного больше минимальной заработной платы установленной законодательством РФ;
- существует ежемесячные премии, но ее размер не зависит от количества переработанных часов и объема выполненной работы;
- отсутствуют стимулирующие денежные выплаты для улучшения рабочей деятельности.

Данные недостатки приводят к тому, что работники не стремятся выполнять соответствующие обязанности качественно. Фиксированный оклад, заключенный в трудовом договоре, который немного больше минимальной заработной платы, не гарантирует дополнительных выплат при увольнении работника, особенно в случае конфликта. Не является стимулом для работника работать в сверхурочное время, ведь дополнительные выплаты ему за это не положены. Если работник не в восторге от данных условий труда, он будет работать спустя рукава, вследствие чего снижается производительность труда.

В компании используют окладно-премиальную систему оплаты труда, у которой имеются определенные недостатки, которые оказывают непосредственное влияние на работу сотрудников. Компания придерживается политики по повышению производительности труда через сокращение персонала, данная политика принесет результат, если оптимизировать систему оплаты труда выявить оптимальное количество сотрудников.

### **3.2 Проблемы достижения оптимальных темпов роста оборота оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй»**

В условиях рыночной экономики на объем продаж воздействует целый ряд рыночных и вне рыночных факторов, в результате чего складывается дальнейший финансовый результат компании. В зависимости от организационно-правовой формы предприятия, ее размера, количества работников выбирается форма оплаты труда. В ООО «Монолит-Строй» используется окладно-премиальная оплата труда.[21]

В современном мире важную роль играет система премирования работника. Она помогает работнику повысить стимул, работодатель может избирательно воздействовать на работника для выполнения определенной работы за определенное вознаграждение.

Единовременные премии и вознаграждения всегда воспринимаются не только как материальное, но и как моральное поощрение. Примером могут послужить следующие ситуации:

- единовременное премирование за достижение определенной цели, либо выполнение особо важной задачи;
- поощрение победителей во внутренних соревнованиях компании;
- единовременное премирование сотрудников в дни профессиональных праздников;[21]
- поощрение сотрудника по итогам деятельности за год.

Проблемами достижения оптимальных темпов роста оборота торговли на предприятии ООО «Монолит-Строй» в настоящее время является то, что сейчас на рынке большое количество компаний, которые занимаются такой же деятельностью. Другие компании порой находятся ближе к потребителю данной продукции и соответственно цена на готовую продукцию ниже, чем в компании ООО «Монолит-Строй».

Также одной из основных проблем в компании является очень дорогая транспортная логистика. Основной процент выпуска продукции отправляется



на экспорт в Республику Казахстан и т.д. Отправка осуществляется арендованными полувагонами, а также возможна доставка автофурами на условиях самовывоза.

На данный момент доставка полувагонами очень дорого обходится заказчику продукции, а специально отправлять автофуру не рентабельно.

Данная проблема складывается из многих факторов, таких как:

- дефицит вагонного парка
- постоянное увеличение цен на ГСМ
- дорогое обслуживание ТС
- постоянное появление новых компаний на рынке оптовой

торговли[22]

Для внесения данных изменений в организацию, с целью эффективного воздействия и сокращения издержек организации необходимо разработать систему особых условий, а также систему скидок. Данное положение можно разработать как для организации в целом, так и для отдельных ее подразделений. Учитывая размеры компании ООО «Монолит-Строй» и объемы его производства необходимо установить систему скидок и особых предложений для каждого вида продукции.

Непосредственный руководитель должен иметь четкое представление работе в своем отделе, для этого руководитель должен проанализировать работу в своем секторе равномерно распределить загруженность работников, способы выполнения определенных задач и разработать положение о премировании сотрудников.[23]

В компании существует ряд положительных моментов, которые положительно сказываются на дальнейшей работе сотрудников в компании.

Компания обеспечивает своих сотрудников следующими дополнительными льготами:

- медицинское страхование сотрудников компании и членов семьи, по желанию, в котором будут включены различные варианты медицинского обслуживания с различным объемом и качеством услуг;
- частичную оплату обучения;
- корпоративное питание и мобильную связь;
- корпоративный транспорт, который будет осуществлять доставку сотрудников на работу и с работы;
- корпоративные скидки сотрудникам для посещения спортивных секций и клубов;
- скидки на товары и услуги компании.

Дополнительным стимулом для сотрудников может стать введение компенсационного пакета, который будет включать в себя льготы, оберегающие и обогащающие стиль жизни сотрудника и его членов семьи.[23]

Компенсационная система – это схема различных видов вознаграждений, предоставляемых работодателем (таблица 10).

Таблица 9 – Примерное содержание компенсационного пакета в ООО «Монолит-Строй»:

Материальное стимулирование	Дополнительное стимулирование
заработная плата;	% от продаж;
премии;	Обеспечение сотрудников рабочей одеждой и обувью;
социальный пакет;	Скидки на покупку продукции компании;
оплачиваемый отпуск;	Компенсация расходов на образование;
Оплата транспортных расходов.	Корпоративные мероприятия.

При разработке компенсационного пакета, необходимо учитывать следующие факторы:

Все то, что необходимо работнику, все то, что хочет иметь персонал, должен включать в себя этот пакет, но при этом необходимо также учитывать сможет ли работодатель дать то, что требуется работникам;

Работодателю необходимо учитывать все условия данного пакета других компаний конкурентов, для того чтобы предпринять все меры чтобы сотрудник не ушел к конкурентам.

Иметь комплексное «организационное обеспечение» факторов, постоянно воздействующих на работника в процессе работы, условия и организация труда, взаимоотношение в коллективе, отношение руководителя, возможность карьерного роста и прочее.

На предприятии ООО «Монолит-Строй» используют гибкую систему социальных льгот и выплат для успешного существования компании необходимо ввести такую систему. Такая система предполагает то, что предприятие заводит специальный счет на каждого сотрудника и резервирует некую сумму денег для того чтобы, оплатить необходимые льготы. Также необходимо сделать так чтобы и сам работник мог класть определенную денежную сумму для того чтобы покупать социальные льготы которые ему необходимы. При всем этом необходимо сделать так чтобы сотрудник мог самостоятельно распоряжаться своим счетом, например, заменяя одну услугу, на другую. Работник может «заморозить» свои средства. Для того чтобы накопить больше денежных средств, а уже потом распоряжаться ими так как сам захочет.

Все эти действия приведут к наибольшему стимулу работников, позволит пересмотреть штат сотрудников и при необходимости сократить его, при этом сохранить производительность труда, а возможно даже улучшить выработку и качество продукции. На что и нацелены данные мероприятия. Также благодаря выше перечисленным действиям и

новшествам улучшится конкурентоспособность компании, повысится эффективность труда персонала, сократятся текучесть кадров. Работник, как любой человек преследует цель получать больше денег и быть специалистом в своей сфере. Компания должна обеспечить выполнения данных целей, вследствие чего получит профессионала своего дела, который будет доволен заработной платой, в данной компании и развиваться дальше.

Тем самым компания будет получать полную отдачу от сотрудника, и повышать производительность труда, как следствие, увеличивая свою выручку и прибыль.

### **3.3 Рекомендации по достижению сбалансированного темпа роста оборота оптовой торговли на примере ООО «Монолит-Строй»**

Для достижения сбалансированного роста оптовой торговли готовой продукцией важным этапом работы на предприятии ООО «Монолит-Строй» необходимо расширять базу потребителей для реализации продукции. Необходим поиск новых клиентов, также заключение новых договоров о поставке продукции, применение системы скидок для постоянных покупателей данной продукции.

Также, важное значение имеет улучшение системы мотивации приведет к положительным результатам в росте производительности труда. Мастерам производства каждого отдела, а также высшему руководству необходимо узнать, к чему же стремятся сотрудники, что же движет ими тогда когда они выполняют поставленную перед ними работу. Также человека можно мотивировать на выполнение качественной и результативной работы. Для того чтобы прийти к положительным результатам в повышение производительности труда, работодателям необходимо создать для работника такие условия труда при которых он бы захотел показать достойный результат, а именно:

установить новое оборудование, стараться использовать только новые технологии, но это не приведет к необходимым результатам если персонал не будет работать должным образом, и не будут качественно выполнять работу чтобы достигнуть целей компании.

Мотивация сотрудников зависит от того насколько руководство организации удовлетворяют потребности сотрудников компании. Система мотивации будет приносить пользу, только тогда, когда перед работником будут стоять четко сформулированные задачи, в которых будет заинтересован сотрудник. Также необходимо донести, каждому сотруднику индивидуально насколько его вклад важен в общем процессе производства. Каждый работник должен понимать, насколько его труд важен для достижения целей компании, тогда и произойдет рост производительности труда.

Актуальная задача, которая стоит перед руководством на предприятии «Монолит-Строй» увеличить клиентскую базу компании, которая будет приносить прибыль.

Немаловажным является соблюдение условий договора на поставку готовой продукции. Порой, руководители предприятия ставят задачу отгрузить готовую продукцию, которая произвелась давно, но при этом у конечного потребителя совершенно другая потребность на эту продукцию. Необходимо соблюдать потребности потребителя готовой продукции. Это гарантирует долгосрочное сотрудничество.[24]

Прибыль – это важнейший качественный показатель эффективности деятельности организации, характеризующий рациональность использования средств производства, материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Если осуществить все идеи в жизнь, по мнению автора, тогда предприятие ООО «Монолит-Строй» эффективнее и быстрее достигнет главной цели компании – стать самой перспективной и стабильной компанией в розничной торговле.

Подготовка персонала представляет собой процесс приобретения работниками теоретических знаний и практических навыков в объеме требуемой квалификационной характеристики начального уровня квалификации.

Переподготовка персонала - означает обучение квалификационных работников с целью изменения их профессионального профиля для достижения соответствия квалификации кадров требованиям.

Повышение квалификации персонала - это процесс совершенствования теоретических знаний и практических навыков с целью повышения профессионального мастерства работников, освоение передовой техники и технологии, ориентации труда, производства и управления. [24]

Компания предоставляет сотруднику достойную оплату труда, взамен требуя высокий уровень выполнения соответствующей работы и обеспечивая саморазвитие во всех возможных направлениях. [24] Так заработная плата напрямую зависит от проделанной работы.

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА  
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Группа	ФИО
ЗБ51	Егоров.А.С

Институт			ШИП
Уровень образования	бакалавриат	Направление	38.03.01 Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций»

<b>Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:</b>	
<p>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, механического оборудования) на предмет возникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вредных проявлений факторов производственной среды (метеословия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрации, электромагнитные поля, ионизирующие излучения)</li> <li>- опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы)</li> <li>- чрезвычайных ситуаций социального характера</li> </ul>	<p>Рабочее место в организации располагается в здании, в офисном помещении, имеет достаточную освещенность, хорошую степень проветриваемости.</p> <p>Каких-либо вредных проявлений факторов производственной среды выявлено не было.</p>
<p>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</p>	<p>1. ТК РФ от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).</p> <p>2. Об основах государственного регулирования торговой деятельности Российской Федерации. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381 ФЗ(ред от 25.12.2018).</p>
<b>Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:</b>	
<p>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности;</li> <li>- развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>- Системы социальных гарантий организации;</li> </ul>	<p>В работе были рассмотрены следующие факторы внутренней среды:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Принципы корпоративной культуры;</li> <li>• Системы социальных гарантий организации (льготы, пособия, премия, дополнительные отпуска и т.д.);</li> <li>• Развитие человеческого капитала в организации.</li> </ul>

-оказание помощи работникам в критических ситуациях.	
2. Анализ факторов внешней социальной ответственности: - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - Спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуги (выпуск качественных товаров) -готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.	В работе были рассмотрены следующие факторы внешней среды: • Мероприятия, организуемые в рамках содействия охране окружающей среды; • Мероприятия, проводимые в рамках благотворительности и партнерства; • Взаимодействие с местным сообществом.
3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности: - Анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности	
<b>Перечень графического материала:</b>	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

<b>Дата выдачи задания для раздела по линейному графику</b>	12.01.2019
---	------------

**Задание выдал консультант:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент, ШИП	Ермушко Жанна Александровна	к.э.н.		12.01.2019

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБ51	Егоров Андрей Сергеевич		12.01.2019



## **4. Социальная ответственность**

### **4.1 Корпоративная социальная ответственность в деревообрабатывающей компании ООО «Монолит-Строй»**

Наименование предприятия: предприятие по производству плит МДФ ООО «Монолит-Строй».

Корпоративная социальная ответственность - это система добровольных взаимоотношений между сотрудниками, руководителем и обществом, которая направлена на совершенствование социально-трудовых отношений, социальную стабильность.

ООО «Монолит-Строй» признает важность внедрения системы корпоративного управления, соответствующей общепринятым нормам в международной практике, и принимает обязательство неукоснительно в своей деятельности руководствоваться принципами корпоративного управления.

Социальная миссия компании ООО «Монолит-Строй» - производство продукции из древесины и его реализация потребителям.

Миссию компания ООО «Монолит-Строй» реализует через корпоративную социальную ответственность по отношению к персоналу, местным сообществам и обществу в целом».

Ценности компании ООО «Монолит-Строй» являются связующим звеном всех сфер ее деятельности и находят отражение в ее успехах. Эти идеи обязательны для всех сотрудников. Они будут транслированы всем, кто сотрудничает ООО «Монолит-Строй».

ООО «Монолит-Строй» не отступает от своих ценностей ради получения прибыли. Исходя из выбранных целей, для их достижения, ООО «Монолит-Строй» выделяет следующие внутренние ценности, которые желает видеть у своих сотрудников:

- Эффективность - стабильное достижение максимальных результатов во всем, что мы делаем.

- Профессионализм - система устремлений и ценностных ориентации, которая составляет смысл нашего труда для блага общества.
- Справедливость - вознаграждение за труд в соответствии с достигнутыми результатами и равные условия для профессионального роста.
- Доверие - равные изначальные возможности, объединенные с делегирование полномочий сотрудникам и их ответственность в принятии реализации решений.
- Честность - правило в отношениях и предоставлении информации, необходимое для установления атмосферы доверия к нашей работе.
- Ответственность - способность противостоять тому, что мы не приемлем, а также брать личную ответственность за последствия собственных решений.

В таблице 10 представлены прямые и косвенные стейкхолдеры деревообрабатывающей компании ООО «Монолит-Строй»

Таблица 10 – Стейкхолдеры ООО «Монолит-Строй»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1. Директор	Органы власти
2. Руководители	Общество и общественные организации
3. Сотрудники	Деловые партнеры
Клиенты( потребители)	Производители мебели Производители деревянных сооружений

Структура стейкхолдеров деревообрабатывающей компании ООО «Монолит-Строй» на предмет количества соответствует для предприятий подобного направления.

Далее рассмотрим описание и анализ деятельности стейкхолдеров организации, их влияние на организацию.

#### **4.2 Анализ факторов внутренней социальной ответственности**

Параметры КСО:

Принципы корпоративной культуры:

- На предприятии профессиональный подход к производству – специалисты используют только надежные и успешно зарекомендовавшие себя методики, используя при этом новейшее технологическое оборудование.

- Сотрудники компании – квалифицированные специалисты и работники основного производства, которые изготавливают продукцию с наименьшими потерями при производстве, соблюдая все нормы безопасности и качества.

При взаимодействии с заинтересованными сторонами и, в том числе, при совместной деятельности внутри организации ООО «Монолит-Строй» работники соблюдают общепринятые нормы деловой этики, избегая действий, которые могут нанести ущерб корпоративному имиджу.

К таким действиям относятся, например, негативные высказывания и публикации о деятельности компании ООО «Монолит-Строй», ненадлежащее поведение на мероприятиях, где работники представляют интересы работодателя.

Деловой гардероб работника является неотъемлемой частью деловой этики. Правила выбора делового гардероба для ООО «Монолит-Строй» описаны в Положении о внешнем виде работников компании ООО «Монолит-Строй».

Сотрудники:

ООО «Монолит-Строй» признает, что воспроизводство и расширение компетенции ее сотрудников представляет собой основной ресурс для создания конкурентоспособной и прибыльной компании в долгосрочной перспективе.

ООО «Монолит-Строй» гарантирует организацию управления персоналом в соответствии с действующим трудовым законодательством, с соблюдением прав человека, исключая деление по национальному признаку и рассматривая каждого сотрудника как личность, стремящуюся к самореализации, карьерному и профессиональному росту.

ООО «Монолит-Строй» создает необходимые условия для эффективной работы путем обеспечения высокого уровня мотивации персонала, создания

безопасных и комфортных условий труда, предоставляя возможности для обучения и повышения квалификации, развивая корпоративную культуру и традиции.

ООО «Монолит-Строй» формирует кадровый резерв на все должности менеджеров высшего и среднего уровня управления.

Организация труда удовлетворяет требованиям безопасности.

Обеспечение безопасности на всех этапах деятельности компании ООО «Монолит-Строй», обеспечение сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности являются приоритетными принципами деятельности ООО «Монолит-Строй».

ООО «Монолит-Строй» строго следует российским требованиям в области безопасности.

Работники придерживаются норм культуры безопасности: ООО «Монолит-Строй» контролирует исполнение требований безопасности в системе договорных отношений, обеспечивает необходимое обучение и информирование сотрудников в соответствии со стандартами.

Работники ООО «Монолит-Строй»:

- неукоснительно соблюдают требования законодательства Российской Федерации, локальных нормативных актов в области охраны труда;
- контролируют соблюдение требований охраны труда другими работниками;
- приступают (допускают других работников) к выполнению работы только при условии наличия соответствующей данной работе квалификации,
- прохождения обучения (программы подготовки) и пригодности по медицинским показаниям;
- используют средства индивидуальной защиты, если такие средства требуются для выполнения работы;

- незамедлительно извещают своего непосредственного руководителя любой ситуации, угрожающей жизни и здоровью людей, об ухудшении состояния своего здоровья;
- избегают сокрытия информации об инцидентах, оказывают содействие при проведении расследований инцидентов и предпосылок к ним;
- незамедлительно сообщают о возможных и имеющих место быть нарушениях в области охраны труда своему непосредственному руководителю ООО «Монолит-Строй».

Сотрудники ООО «Монолит-Строй» должны следовать профессиональным этическим принципам в своей деятельности. Следуя этим принципам, компания сможет производить продукцию качественно, поддерживать корпоративную культуру, необходимую для развития и достижения высоких темпов роста реализации готовой продукции.

Деревообрабатывающее предприятие ООО «Монолит-Строй» выделяет следующие принципы:

- производить продукцию в рамках своей компетентности и квалификации, выполнять профессиональные обязанности честно и старательно, поддерживая высокие этические стандарты поведения;
- поддерживать свою компетентность в соответствующих областях;
- сохранять актуальность своих навыков и знаний;
- не участвовать в деятельности способной дискредитировать компанию, её потребителей, партнеров;
- всегда поступать ответственно и законно;
- способствовать и поддерживать доверие общества к информационным технологиям;

Обучение сотрудников:

В организации уделяется внимание развитию кадров через обучение и повышение квалификации.

– Появление нового производственного оборудования и методик диктует необходимость последипломного повышения квалификации.

– Регулярное проведение циклов повышения квалификации (1 раз в 5 лет), существующая система аттестации в известной мере отвечают этой цели.

Однако за время, которое проходит между циклами, появляются новые знания, внедряются новые технологии в производстве, новые станки, методы изготовления продукции.

Системы социальных гарантий организации:

ООО «Монолит-Строй» реализует внутренние программы для персонала: добровольного медицинского страхования, поддержки молодых специалистов, образовательные программы, направленные на рост уровня квалификации персонала, программы, обеспечивающие достойные условия труда сотрудникам.

Оказание помощи работникам в критических ситуациях:

ООО «Монолит-Строй» стремится предупреждать потенциальные корпоративные конфликты, а также урегулировать возникшие корпоративные конфликты как можно раньше, т.к. это позволяет защитить права и законные интересы акционеров и обеспечить собственные имущественные интересы и деловую репутацию.

В процессе урегулирования корпоративного конфликта ООО

«Монолит-Строй» руководствуется действующим законодательством и соответствующими внутренними документами.

#### **4.3 Анализ факторов внешней социальной ответственности.**

Параметры КСО:

Содействие охране окружающей среды

Безусловным приоритетом при ведении основной деятельности для ООО «Монолит-Строй» являются обеспечение такого уровня безопасности,

при котором воздействие на окружающую среду, персонал и население в ближайшей и отдаленной перспективе позволяет сохранять природные системы, поддерживать их целостность и жизнеобеспечивающие функции.

Для достижения данных целей в ООО «Монолит-Строй» реализуется комплексный подход в реализации экологической политики и развитии системы экологического менеджмента.

Работники предприятия ООО «Монолит-Строй»:

- неукоснительно соблюдают требования законодательства Российской Федерации, локальных нормативных актов в области охраны окружающей среды;
- контролируют соблюдение требований охраны окружающей среды другими работниками, включая работников подрядных организаций.

Взаимодействие с местным сообществом и местной властью

ООО «Монолит-Строй» и ее деятельность прозрачны для акционеров, инвесторов, потребителей, поставщиков, представителей СМИ иных заинтересованных лиц.

В ООО «Монолит-Строй» принята информационная политика, обеспечивающая эффективное информационное взаимодействие общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц.

Компания обеспечивает раскрытие информации в объеме и порядке, предусмотренном действующим законодательством, внутренними документами ООО «Монолит-Строй» и утвержденной информационной политикой.

Клиенты:

Особо значимая ценность компании ООО «Монолит-Строй» – стабильность ее отношений с клиентами.

Ориентация на постоянное расширение клиентской базы, сохранение своих клиентов, забота об интересе каждого клиента в равной степени всегда будет для клиники основой в построении партнерских отношений на долгосрочную перспективу.

Конкуренты:

В своем отношении к конкурентам ООО «Монолит-Строй» будет придерживаться позиции честной, свободной и открытой конкуренции,

основанной исключительно на непрерывном повышении качества и конкурентоспособности продукции, отвечающих требованиям и ожиданиям потребителей.

ООО «Монолит-Строй» не допускает проявления своими сотрудниками недобросовестной конкуренции, в том числе:

– Распространять ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить заказчику убытки, либо нанести ущерб его деловой репутации;

– Вводить в заблуждение в отношении производителя, либо способа и места производства, потребительских свойств и характеристик, качества и количества товара и услуг, реализуемых компанией;

– Некорректно сравнивать реализуемые Компанией товары и услуги с товарами и услугами, реализуемыми конкурентами;

– Продавать, обменивать или иным способом вводить в оборот товары,

если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг.

– Незаконно получать, использовать, разглашать информацию, составляющую коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.

Спонсорство и корпоративная благотворительность:

ООО «Монолит-Строй» закупает новогодние подарки для детей детского дома №4. Оказана помощь в строительстве прихода храма «Успение». Данное направление является приоритетом, который находит отклик во всех проводимых программах:



– благотворительных, спонсорских, программах развития детского и юношеского спорта, культуры.

– ООО «Монолит-Строй» оказывает поддержку ряду высших учебных заведений, в которых обучаются специалисты по производству плит МДФ и ХДФ.

Ответственность перед потребителями готовой продукции компании:

ООО «Монолит-Строй» считает важным аспектом социальной ответственности лояльность и честность во взаимоотношениях с клиентами.

#### **4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности**

Параметры КСО:

ООО «Монолит-Строй» осознает свою ответственность перед государством в связи со значимостью и спецификой деятельности, строго следуют требованиям законодательства Российской Федерации, стремятся быть образцом в выполнении правовых и этических обязательств в отношении государства.

ООО «Монолит-Строй» строит устойчивые и конструктивные взаимоотношения с федеральными, региональными и муниципальными органами власти на принципах ответственности, добросовестности и независимости.

ООО «Монолит-Строй» видит свою социальную ответственность перед государством в том, чтобы:

- добросовестно выплачивать налоги и сборы, установленные законом
- соблюдать законы и нормативные акты, имеющие отношение к деятельности клиники;
- не пытаться ненадлежащим образом влиять на решения государственных органов и учреждений;

– использовать прозрачные процедуры взаимодействия с государственными органами, учреждениями, должностными лицами и предприятиями, принадлежащими или контролируемые государством

В компании ООО «Монолит-Строй» соблюдаются все нормы:

- трудового законодательства;
- специальных для предприятия, которое занимается деревообработкой, характерных для исследуемой области деятельности;
- правовых и нормативных законодательных актов;
- внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности;

Структура программ КСО компании ООО «Монолит-Строй» представлена в таблице 11.

Таблица 11 – Структура программ КСО

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Экзамен по охране труда	Безопасность труда	Персонал: сотрудники, руководители	Каждые 3 месяца	Все сотрудники знают правила охраны труда и безопасности
Дополнительные премии	Поддержание социальной значимости заработной платы	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год каждому сотруднику	Сотрудники должны быть удовлетворены заработной платой
Заключение договоров страхования по ДМС сотрудников	Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год	Сотрудники будут иметь полис ДМС.
Стажировка сотрудников, в том числе за рубежом	Развитие персонала	Персонал: сотрудники, руководители	2 раза в год	Повышение квалификации персонала.
Заключение договора на вывоз мусора	Охрана окружающей среды	Общество и общественные организации, органы власти	1 раз в 3 года	Чистота на территории клиники
Благотворительный концерт, благотворительная акция.	Благотворительность	Общество и общественные организации	1 раз в 2 года	Благотворительная помощь.

Определение затрат на программу:

В таблице 12 представлены основные затраты компании ООО «Монолит-Строй» на корпоративную социальную ответственность.

Таблица 12 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Стоимость реализации на планируемый период тыс. руб
1	Безопасность труда	65
2	Поддержание социальной значимости заработной платы	320
3	Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	490
4	Развитие персонала	600
5	Пакет социальных услуг	525
6	Охрана окружающей среды	76
7	Благотворительность	408
8	Спонсорство	640
9	ИТОГО	26424

Ожидаемая эффективность программы КСО

Итак, в результате сделаем общий вывод относительно эффективности программ КСО предприятия:

- программы КСО соответствует целям и стратегии компании ООО «Монолит-Строй»;
- в ООО «Монолит-Строй» преобладает внешняя КСО;
- программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров.

В результате можно сделать вывод о том, что мероприятия КСО, реализуемые компанией ООО «Монолит-Строй» целесообразны и полностью соответствуют ожиданиям всех стейкхолдеров.

## **Заключение**

Оптовая торговля является важным рычагом маневрирования материальными ресурсами, способствует сокращению излишних запасов продукции на всех уровнях и устранению товарного дефицита, принимает участие в формировании региональных и отраслевых товарных рынков. Через оптовую торговлю усиливается воздействие потребителей на производителей; в свою очередь изготовитель сам подбирает потребителей.

Структурная реорганизация оптового звена должна разрабатываться с учётом необходимости углубления наметившейся в последние годы дифференциации оптовых структур, обслуживающих различные категории потребителей и предусматривать обеспечение как типового, так и видового разнообразия оптовых структур

Самостоятельное значение на рынке услуг оптовой торговой деятельности должны занять структуры, именуемые посредниками - предприятия-агенты, предприятия-брокеры.

Важным элементом оптовой инфраструктуры являются организаторы оптового оборота - оптовые ярмарки, товарные биржи, аукционы, оптовые продовольственные рынки.

Развитие инфраструктуры оптовой торговли идет в направлении создания эффективной конкурентной среды на рынке торговых услуг.

Из всего множества направлений развития оптовой торговли приоритетными являются:

– диверсификация клиентской базы и увеличение объемов производства продукции для достижения оптимальных темпов роста оптовой торговли;

- развитие специализированной торговли, обеспечивающей высокое качество торгового обслуживания и широкий спектр дополнительных услуг;
- организация магазинов сниженных цен, магазинов-складов, постепенно вытесняющих торговлю на рынках (кроме сельхозпродукции), возрождение посылочной торговли, развитие других внемагазинных форм торговли.

Организация ярмарочной, выставочной и аукционной торговли нуждается в действенном управлении со стороны государства, т. е. в создании единого органа - центра, координирующего и обладающего достоверной информацией о деятельности этих прогрессивных форм торговли не только в России, но и во всём мире. Работа таково координирующего центра позволила бы участникам оптовой торговли согласовать свои действия и осуществить право оптимального выбора.

Современное развитие многочисленных форм оптовой и розничной торговли формируется в крайне сложных и неблагоприятных условиях политической, экономической, и социальной нестабильности, практически прекратившихся инвестиций в объекты торговли, вымывание из отечественного ассортимента многочисленных важных видов средств производства и товаров народного потребления с заменой их на импортные. И главное, процесс российской торговли осуществляется в условиях криминального фона, когда любой торговец в обязательном порядке должен платить дань криминальным структурам, так называемой «крыше».

В связи с данными проблемами, необходимость в современных условиях приобрело более широкое использование внутренних резервов всех участников рыночного оборота, совершенствование налоговых и финансово-кредитных механизмов, всемерное ускорение решения задачи по формированию развитой рыночной инфраструктуры.

## Список использованных источников

1. Баканов М.И., Теория экономического анализа/ Баканов М.И., Шеремет А.Д. –Учебник – М.: Финансы и статистика, 2004. – 156 с.
2. Виноградова С. Н. Организация и технологии торговли. – Минск.: Высшая школа, 2014. - 518 с.
3. Щур Д. Л., Основы торговли, оптовая торговля, издательство «Дело и Сервис», 2015. – 193 с.
4. Экономика предприятия: Учеб. для вузов / Б. Я. Горфинкель, Е. М. Куприянов, В. П. Прасолова др. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2012. – 273 с.
5. Академия рынка: Оптовая продажа: Пер. с фр. / Под ред. А.П.Клешнева. - М.: Экономика, 2009. – 574 с.
6. Все о оптовой торговле: Сборник материалов для руководителей предприятий, экономических и коммерческих служб / Под ред. С.К. Минина. М.: Азимут-Центр, 2009. – 367 с.
7. Лебедев О.Т.Основы оптовой торговли Лебедев О.Т., Филипова Т.Ю – Учебное пособие. – 2-е изд., доп. – СПб.: МиМ, 2010. – 215 с.
8. А.Е.Суринов Оборот оптовой торговли [Электронный курс] //Федеральная служба государственной статистики  
URL:[http://http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2018/rusfig/rus18](http://http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/rusfig/rus18) (дата обращения: 22.05.2019).
9. Торговля в России [Электронный ресурс] // Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики. – URL: [http:// http://www.gks.ru/bgd/regl/b17\\_58/Main.htm/](http://http://www.gks.ru/bgd/regl/b17_58/Main.htm/) (дата обращения 25.05.2019).
- 10.С.Н. Диянова. Оптовая торговля. Организация и управление коммерческой деятельностью. С.Н. Диянова, Н.И. Денисова – Учебное пособие. – М.: Инфра-М, Магистр, 2015. – 384 с.
- 11.Число хозяйствующих субъектов торговли в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Центральная база статистических данных

- Федеральной службы государственной статистики. – URL: [http://http://voronezhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/voronezhstat/resources/0f36088041036666b94cbda3e1dde74c/Число+хозяйствующих+субъектов+торговли.pdf](http://http://voronezhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/voronezhstat/resources/0f36088041036666b94cbda3e1dde74c/Число+хозяйствующих+субъектов+торговли.pdf).( дата обращения 25.05.2019).
- 12.Оборот оптовой торговли в России за период 2016-2018 гг.[Электронный ресурс]Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики.URL:[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/wholesale](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/wholesale) ( дата обращения 25.05.2019).
- 13.Ирина Шульженко. Правовое регулирование оптовой торговли в законодательстве России. – М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. –173 с.
- 14.Г.Г.Иванов. Оптовая торговля. Г.Г. Иванов, А.Ф. Никишин, С.С. Шипилова. – Учебное пособие. – М.: Форум, Инфра-М, 2016. – 96 с.
- 15.Платонов В. Н. Организация оптовой торговли: Учеб. пособие. Мн.: БГЭУ, 2012 – 127 с.
- 16.Гребнев А.И. Экономика торгового предприятия. - М., 2002. – 365 с.
- 17.Парабеллум, Андрей Двухшаговые продажи. Практические рекомендации / Андрей Парабеллум , Евгений Колотилов. - М.: Альпина Паблишер, 2015. – 160 с.
- 18.Кеннеди, Дэн Продающее письмо. Как правильно написать рекламное письмо, чтобы привлечь максимальное число клиентов / Дэн Кеннеди. – М.: Гиппо, 2014. – 208 с.
- 19.Асланов, Тимур Как увеличить объем продаж / Тимур Асланов. - М.: Имидж-Медиа, 2015. – 202 с.
- 20.Джефффри, Г. Шатт Управление товарным потоком. Руководство по оптимизации логистических цепочек / Джефффри Г. Шатт. – М.: Гревцов Паблишер, 2013. – 352 с.

- 21.Завод «ЛАТАТ» [Электронный ресурс] // ООО «Монолит-Строй»: официальный сайт. - URL: <http://www.latat.org> (дата обращения: 03.05.2019).
- 22.Даненбург В. и др. Основы оптовой торговли. – СПб.: Нева-Ладога-Онега, 1993. -448 с.
- 23.Крейнина М.Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки/М.Н. Крейнина. – М.: ИКЦ "Дис", 2013г. – 353с.
- 24.Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций/ А.Д.Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2010г. – 463с.