# **Сущность эффективности хозяйственной деятельности предприятий торговли**

Диплом

2011

# Введение

Актуальность темы. Произошедшие за последнее десятилетие коренные экономические преобразования резко изменили характер функционирования российских предприятий. Они получили практически полную хозяйственную самостоятельность, движение товаров и цен все больше подчиняется рыночным требованиям, создается рыночная инфраструктура в денежно-финансовой сфере - широкая сеть коммерческих банков, финансовый и фондовый рынки. Значительная часть предприятий выведена из государственной собственности. Российский производитель имеет возможность выходить на внешние рынки.

Россия имеет широкие потенциальные возможности для обеспечения социально-экономического роста: квалифицированные кадры ученых, инженеров, рабочих, подавляющее большинство видов минерально-сырьевых ресурсов, созданные производственные мощности. Однако этот потенциал не может быть задействован без коренного улучшения экономического обоснования принимаемых решений.

**Вернуться в каталог готовых дипломов и магистерских диссертаций –**

[**http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml**](http://учебники.информ2000.рф/diplom.shtml)

На современном этапе для обеспечения экономического роста необходимо, прежде всего, добиться существенного повышения эффективности управления организациями. Однако организации различных форм собственности функционируют в определенной экономической среде, создаваемой государством посредством налоговой и таможенной политики, норм и правил банковской деятельности, межбюджетных отношений и отношений собственности. В этих условиях задача повышения эффективности управления организациями должна решаться по всей управленческой вертикали от федерального Центра, через субъекты Федерации и до каждого конкретной организации. При этом особая роль отводится комплексному экономическому анализу хозяйственной деятельности предприятий.

Таким образом, в условиях рыночной экономики немаловажную роль играет анализ эффективности хозяйственной деятельности предприятия, методы оценки которой в настоящее время недостаточно определены и различаются по целевому назначению и по содержательному наполнению. Вместе с тем, как показал анализ теоретических источников, до сих пор не сформулировано четкого определения понятия эффективности хозяйственной деятельности предприятия. В наиболее общем смысловом значении в экономической литературе оно трактуется как отношение эффекта или достигнутого результата к произведенным затратам и ресурсам, обусловливающим его получение.

Из определения следует, что к основным составляющим элементам любой методики расчета эффективности, в том числе эффективности хозяйственной деятельности предприятия, относятся прежде всего показатели, характеризующие результат или эффект оцениваемой деятельности или процесса (как сравниваемые показатели - числитель расчета эффективности), а также показатели, к которым относится искомый результат или эффект (как база сравнения - знаменатель расчета эффективности).

Все выше сказанное говорит об актуальности темы исследования.

Методологические аспекты оценки экономической эффективности хозяйственной деятельности нашли свое отражение в работах отечественных и зарубежных ученых, таких как Абалкин Л.И., Абрютина М.С., Баканов М.И., Балабанов И.Т., Барнгольц С.Б., Горбунова Л.И., Грачев А.В., Клейнер Г.Б., Ковалев А.И., Ковалев Л.П., Ковалев В.В., Крейнина М.Н., Негашев Е.В., Никифорова Н.А., Сайфулин Р.С, Шеремет А.Д., и др., а также зарубежных - Г.Бирман, К.Бернар и др.

Объектом исследования дипломной работы является ООО «Монетка».

Предметом исследования являются хозяйственные процессы и конечные результаты, складывающиеся в результате воздействия объективных (внешних) и субъективных (внутренних) факторов.

Цель дипломной работы - обеспечить эффективность хозяйственной деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы эффективности деятельности предприятия в современных условиях;

- дать оценку эффективности хозяйственной деятельности на примере ООО «Монетка»;

 разработать мероприятия по улучшению эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

 провести планирование основных показателей

Для решения поставленных задач использовались следующие методы исследования: теоретический анализ литературы по проблеме исследования, факторный анализ, методы сравнения и наблюдения, табличный и графический способы, способ балансовой увязки показателей и др.

В ходе написания дипломной работы широко использовались законодательные и нормативно-правовые акты РФ, труды таких авторов как: Валевич Р.П., Давыдова Г.А., Кравченко Л.И., Владимирова Л.П., Шеремет А. И. и др. Также были использованы материалы периодической печати.

В качестве практического материала привлекались данные ООО «Монетка» за 2008-2010 гг.

Работа состоит из введения, трех глав, списка использованных источников и приложений. В первой главе представлена сущность эффективности деятельности предприятия в современных условиях.

Во второй главе дана оценка эффективности хозяйственной деятельности на примере ООО «Монетка». В третьей главе разработаны мероприятия по улучшению эффективности хозяйственной деятельности предприятия, проведено планирование основных показателей.

В заключении представлены краткие выводы по работе.

## 1. Сущность эффективности хозяйственной деятельности предприятий торговли

# .1. Понятие и роль эффективности хозяйственной деятельности на предприятии

Одним из основных требовании функционирования предприятий условиях рыночной экономики являются безубыточность хозяйственной и другой деятельности, возмещение расходов собственными доходами и обеспечение в определенных размерах прибыльности, рентабельности хозяйствования. Главная задача предприятия - хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия.

Анализ хозяйственной деятельности как наука представляет собой систему знаний, связанную с исследованием взаимозависимости экономических явлений, выявлением положительных и отрицательных факторов и измерением степени их влияния, тенденций и закономерностей, резервов, упущенных выгод, с практическими обобщениями и выводами1.

Сущность метода экономического анализа хозяйственной деятельности определяется его предметом и задачами.

Под методом экономического анализа понимается способ познания, исследования, подхода к изучению хозяйственной деятельности предприятий.

Важно различать метод экономического анализа, т.е. способ подхода к изучению хозяйственной деятельности, и технические приемы, используемые при анализе.

Метод анализа имеет следующие характерные для него особенности: комплексность изучения хозяйственной деятельности; рассмотрение хозяйственных процессов в их взаимосвязи и взаимообусловленности, их движении, изменении и развитии; раскрытие факторов и измерение их влияния на хозяйственную деятельность; обобщение результатов анализа; разработка мероприятий по устранению недостатков и дальнейшее улучшение всей работы предприятий и организаций2.

Комплексное изучение хозяйственной деятельности означает, что работа каждого предприятия торговли должна анализироваться не изолированно, а в органической связи с деятельностью других предприятий, с явлениями и процессами, происходящими во всем народном хозяйстве3.

Изучать разнообразные стороны хозяйственной деятельности предприятия во взаимосвязи и взаимозависимости - значит рассматривать каждый экономический показатель хозяйственной деятельности в связи с другими показателями и с общими результатами работы.

Особенностью метода экономического анализа является также изучение не только количественных, но и качественных показателей. Это объясняется тем, что количественные показатели не могут дать полного представления о качественных изменениях, которые происходят в процессе хозяйственной деятельности. Например, при анализе абсолютной суммы и уровня затрат следует принимать во внимание и такой количественный показатель, как объем товарооборота, и качественные показатели: структура товарооборота, рост производительности труда и др.

В ходе анализа хозяйственной деятельности предприятий и организаций выявляют и измеряют факторы, нередко действующие в противоположных направлениях.

Так, размер прибыли увеличивает, например, рост объема товарооборота, сокращение затрат и др., а уменьшают - снижение уровня торговых надбавок, замедление оборачиваемости оборотных средств и др.

Чтобы полученные результаты были понятнее и давали как можно больше информации, комплексные (сложные) показатели расчленяют на составные элементы, изучают их от общего к частному, применяя дедуктивный прием исследования. Изучение отдельных элементов в увязке с общими результатами - это индуктивный прием исследования от частного к общему.

Например, оценивают выполнение плана товарооборота. Сначала применяют дедуктивный прием исследования: определяют выполнение плана по всему торговому предприятию, затем устанавливают отклонения оборотов по товарным отделам (секциям), отдельным товарам, товарным группам и т.д. и изучают факторы, вызвавшие эти отклонения. Затем применяют индуктивный прием исследования: группируют выявленные частные результаты, обобщают наиболее важные причины и факторы, повлиявшие на выполнение плана, и делают выводы.

Дедуктивный и индуктивный приемы - это две стороны исследования, они обеспечивают единство и неразрывную связь анализа и синтеза4.

Обобщение результатов анализа представляет собой существенную часть метода. После изучения отдельных сторон и показателей хозяйственной деятельности подводят итоги исследования, данные анализа обобщают так, чтобы можно было получить представление об объеме и качестве работы не только торгового предприятия в целом, но и его частей и подразделений.

Результаты анализа систематизируют по направлениям хозяйственной деятельности, по основным участкам работы торгового предприятия, дают характеристику показателей, указывают основные причины и факторы, повлиявшие на уровень отдельных показателей и общие результаты деятельности предприятия, делают выводы, дают оценку проделанной работе.

Анализ завершается разработкой мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков, на мобилизацию и использование резервов, на дальнейшее улучшение всей хозяйственной деятельности торгового предприятия. Метод экономического анализа предполагает использование специальных приемов и способов аналитической обработки цифровой информации.

Условно они объединяются в две группы: экономико-статистические (традиционные) и экономико-математические5.

К традиционным способам и приемам экономического анализа относятся: предварительная ориентировка в итогах работы предприятия; сравнение показателей; исчисление средних и относительных величин; способ корректированных показателей (цепных подстановок); графическое отражение результатов; группировка; составление аналитических таблиц; балансовая увязка различных показателей. Методические приемы данной группы просты, доступны для практического применения, многочисленны.

К экономико-математическим методам анализа относятся: корреляция, линейное программирование, моделирование и др. Они сравнительно новы, но им принадлежит большое будущее.

Предварительная ориентировка в итогах работы предприятия проводится путем рассмотрения по данным отчетности основных показателей хозяйственной деятельности: выполнение планов товарооборота, доходов, затрат, наличие собственных оборотных средств. Она дает общее представление об итогах хозяйственной деятельности и позволяет определить направления анализа факторов, обусловивших фактически сложившиеся показатели.

Сравнение показателей - наиболее широко распространенный и один из важнейших приемов экономического анализа - позволяет установить отклонение показателей и изучить причинно-следственные связи. Чтобы оценить выполнение плановых заданий, необходимо сравнить фактические показатели с плановыми, с отчетными данными за предыдущие периоды. На предприятиях торговли сравниваются данные, характеризующие товарооборот, численность торговых работников, показатели по труду (производительность труда и зарплата на одного работника), фонд оплаты труда, затраты, доходы (рентабельность), финансовое положение и др. В каждом случае сравнение зависит от цели анализа и стоящих перед ним задач.

Непременным условием сравнения должны быть сопоставимость, одинаковость по содержанию и структуре плановых и отчетных показателей. Выявленные отклонения являются объектом дальнейшего анализа. При этом выявляются обстоятельства, связанные с качеством самого планирования, так, например, значительные плюсовые отклонения от плана могут быть результатом заниженного или недостаточно напряженного плана. Дня обеспечения сопоставимости допускаются и расчетные корректировки плановых показателей.

Исчисление средних и относительных величин, которые широко применяются в экономическом анализе, позволяет объективно оценить хозяйственные процессы. Как правило, при анализе используют абсолютные (стоимостные, натуральные) величины, но часто при их сравнении трудно сделать вывод (обобщение) о качестве выполнения плана по тому или иному показателю. В этом случае используют средние и относительные величины.

Средними величинами следует пользоваться только при изучении и обобщающей характеристике массовых, качественно однородных совокупностей. Вполне обоснованно использование таких показателей, как средняя заработная плата, средний оборот на одного работника, средний запас товаров и т.п. При нарушении качественной однородности изучаемой совокупности средними величинами оперировать нельзя, так как за ними могут скрываться существенные недостатки в работе предприятия. Поэтому наряду с использованием средних величин необходимо анализировать показатели, из которых они складываются.

Относительные величины представляют собой частное от деления одного абсолютного числа на другое. Если разделить данное число на базисное, мы получим простое отношение, называемое часто коэффициентом и показывающее, во сколько раз первое больше второго. Умножив частное на 100, получим процентное отношение. Примером относительных величин являются проценты (исчисляются для характеристики выполнения плана товарооборота, издержек обращения, дохода), удельные веса (для изучения структуры показателей), коэффициенты (исчисляются для характеристики, например, оборачиваемости оборотных средств и т.д.), индексы (применяются для характеристики темпа роста товарооборота, изменения цен, производительности труда и др.).

Способ цепных подстановок используется для того, чтобы выявить, какие факторы влияли на анализируемый показатель, установить, в каком направлении и как действовал каждый фактор7.

Сущность этого приема состоит в том, чтобы из всех действующих факторов выделить основные, имеющие решающее влияние на изменение показателя. Если изменения зависели от двух и более факторов, то устанавливают последовательность их влияния. При этом, определяя действие одного фактора, другие факторы принимают неизменными. Это означает, что в расчетах последовательно заменяют частные плановые показатели отчетными, полученные результаты сравнивают с имеющимися предыдущими данными. Разность показывает размер влияния данного фактора на изменение совокупного показателя.

Группировки аналитических данных широко применяются при анализе данных плановых и отчетных показателей. Только продуманные группировки дают возможность глубоко проанализировать явления, характеризовать их черты, взаимосвязи между отдельными показателями. С их помощью можно показать зависимость уровня затрат от объема товарооборота, оборачиваемости и др. Без них нельзя узнать, за счет чего перевыполнен или недовыполнен план, как он выполняется разными типами предприятий.

В процессе аналитической работы часто нужно сгруппировать предприятия розничной торговли по размерам товарооборота, степени выполнения плана, формам обслуживания, размерам торговой площади и др., чтобы определить роль отдельных предприятий в деятельности торга, выявить резервы улучшения работы отстающих предприятий. Составление аналитических таблиц необходимо, чтобы наглядно охарактеризовать хозяйственную деятельность предприятий, полнее раскрыть изучаемые показатели в их взаимосвязи и взаимозависимости, сделать соответствующие выводы. Таблицы бывают простые, групповые и комбинационные.

Балансовая увязка различных показателей нужна для изучения отдельных сторон хозяйственной деятельности предприятий. С помощью этого приема анализируют соотношение наличия и поступления товарных фондов с их использованием и т.д.8.

Балансовый прием анализа чаще всего применяется при изучении финансового положения предприятий. С его помощью на основе бухгалтерского баланса сопоставляют данные актива (состав и размещение средств) с данными пассива (источники и целевое назначение средств), устанавливают правильность использования средств, банковских кредитов и т.д.

Способ детализации общих показателей используется с целью анализа ритмичности работы предприятий. Колеблемость товарооборота интересна не только с точки зрения его динамики, но также и для характеристики равномерности выполнения плана. Проще всего для этого непосредственно сопоставить проценты выполнения плана отдельными предприятиями по срокам реализации (в течение квартала, декады и т.д.)

Метод корреляционного анализа чаще всего используют, чтобы установить взаимосвязи между экономическими показателями, не находящимися в функциональной зависимости, т.е. когда изменение одного экономического показателя не вызывает определенное и неизбежное изменение другого. Например, на уровень средней заработной платы торгового работника влияет его квалификация, однако размер оплаты труда торговых работников с одинаковой квалификацией может быть различен, так как на него влияют и такие факторы, как организация торгового процесса, производительность труда и др. Вероятностная зависимость между явлениями, не имеющая функционального характера, называется корреляционной.

В настоящее время в аналитической работе все больше распространяются методы линейного программирования, сетевые графики, теория игр, теория массового обслуживания. С их помощью решают наиболее сложные аналитические задачи, неразрешимые традиционными методами. Например, определяют оптимальные варианты перевозки грузов из большого количества пунктов, размещения торговой сети, прикрепления розничных торговых предприятий к поставщикам и т.д. Применение этих методов стало возможным благодаря использованию электронно-вычислительных машин. В недалекой перспективе займут соответствующее место и методы экономического анализа, основанные на кибернетических подходах и решениях (методы имитации, обучения, распознания образцов), методы математической теории планирования, экстремальных экспериментов, эвристические методы (методы адаптационной оптимизации и адаптационного контроля)9.

В практике изучения хозяйственной деятельности используют различные виды анализа: по времени проведения относительно плана - предварительный, текущий (оперативный), последующий или периодический; по степени охвата - комплексный (полный) и тематический; по широте сравнения - межхозяйственный и внутрихозяйственный.

Предварительный экономический анализ позволяет оценить ожидаемое выполнение плана за текущий период, когда еще нет полной отчетности, на основе отчетных данных о работе предприятия за истекшие месяцы и предполагаемых данных выполнения плана до конца года.

Текущий (оперативный) анализ хозяйственной деятельности предприятия основан на систематическом наблюдении и изучении хода выполнения плановых заданий на день, неделю, декаду, сезон для оперативного управления хозяйственными процессами. Он проводится повседневно и позволяет быстро выявлять недочеты в работе и принимать меры по их устранению. Чтобы быть наиболее действенным, он должен быть непрерывным по всем основным показателям деятельности предприятия, и в первую очередь по наиболее важным, быстро подвергающимся изменениям. К таким показателям относятся оборот по продаже товаров в целом и по отдельным товарам, товарные запасы и др.

Последующий, или периодический, анализ проводится после изучения всех данных за отчетный период (квартал, год) в целях получения экономической оценки хозяйственной деятельности предприятия в отчетном периоде по всем основным показателям. Этот вид анализа наиболее сложный. Его можно провести только при наличии полной отчетности.

В зависимости от степени охвата хозяйственной деятельности анализ подразделяется на комплексный (полный) и тематический.

Комплексный (полный) анализ охватывает всю деятельность предприятий и организаций. Он проводится после окончания отчетного периода. В ходе его проведения оценивают результаты хозяйственной деятельности, включая выполнение планов, рассматривают экономические условия, в которых протекает хозяйственная деятельность, измеряют влияние отдельных факторов на результативные показатели, намечают конкретные меры, предусматривающие улучшение этих показателей10.

Тематический анализ предполагает детальное изучение одного или нескольких показателей хозяйственной деятельности, характеризующих наиболее актуальные ее проблемы, например эффективности использования основных или оборотных средств предприятия или и тех, и других, уровня торгового обслуживания населения.

По широте сравнения анализируемого объекта анализ подразделяется на внутрихозяйственный и межхозяйственный. Внутрихозяйственный анализ исследует хозяйственно-финансовую деятельность лишь данного предприятия или его подразделений, а при межхозяйственном анализе сопоставляются показатели работы данного и другого предприятия или группы предприятий.

Одним из видов анализа, получившим широкое распространение в последние годы, является сравнительный анализ. Основная его задача - выявлять резервы успешного выполнения планов, а также повышения качества и эффективности работы предприятий и организаций. При этом сравнивают показатели предприятий, работающих примерно в аналогичных условиях.

Хозяйственно-финансовая деятельность, происходящие в ней процессы и явления, ее результаты раскрываются через посредство различной информации, которая в совокупности образует информационную базу. Аналитическая работа всегда начинается со сбора необходимой информации. Различают плановые, учетно-отчетные и внеучетные ее источники.

Плановые источники содержат информацию о показателях, подлежащих обязательному выполнению.

К учетно-отчетным источникам информации относятся данные бухгалтерского, статистического и оперативного учета, различные оперативные сведения планового отдела, товарных отделов, баз, складов о наличии и движении товаров и т.д. При анализе хозяйственной деятельности (в зависимости от цели) используют годовую, квартальную, месячную и текущую (ежедневную, еженедельную, пятнадцатидневную) отчетность11.

Внеучетные данные подразделяются на дополнительные (акты документальных ревизий, материалы проверок и обследований, постановления вышестоящей организации, материалы финансового контроля и другие материалы); информационные (книги отзывов и предложений, решения производственных совещаний, материалы выставок-продаж, сообщения периодической печати и др.).

Особое место занимают сведения, полученные от работников предприятия (руководителей, специалистов, продавцов), которые непосредственно участвуют в выполнении плана и могут обратить внимание на недостатки в работе.

Анализ не будет полным, если не учесть общеэкономические и социально- экономические показатели района деятельности предприятия торговли: материалы о его экономике, сведения о численности населения и его составе, покупательском спросе, профессиональном, половом, возрастном и национальном составе населения и т.д. Все перечисленные материалы не исключают, а дополняют друг друга, позволяют полнее и глубже изучить и проконтролировать работу торговых предприятий.

Организация работы во многом зависит от вида анализа. Когда он охватывает длительный период (квартал, год) и все стороны хозяйственной деятельности предприятия, аналитическая работа строится в такой последовательности:

- первый этап - установление цели анализа и объема работы, составление плана аналитической работы, конкретной программы анализа; подбор документов, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид, группировки данных, составление аналитических таблиц;

- второй этап - изучение показателей, характеризующих деятельность анализируемого предприятия;

 третий этап - обобщение и оформление результатов анализа, составление аналитических записок с конкретными предложениями, принятие решений, организация контроля за выполнением предложений по результатам анализа.

От того, как будут определены цели аналитической работы, зависят ее объемы и характер. Эти цели вытекают из задач, стоящих перед торговым предприятием.

Необходимым условием анализа является составление его программы. В программе предусматриваются: сроки проведения анализа; материалы, по которым проводится анализ, а также список лиц (с указанием должности), у которых можно получить нужную информацию; порядок проведения анализа и обобщения его результатов; исполнители (плановый отдел, бухгалтерия и др.), календарные сроки выполнения работ.

В разделе "Подбор и обработка материалов" указываются материалы, которыми следует пользоваться при анализе, и порядок их проверки. В разделе "Подготовка материалов к анализу" говорится, в чем заключается эта подготовка. Например, указывается, как упростить однородные показатели, пересчитать данные, чтобы привести их в сопоставимый вид.

В разделе "Разработка материалов, изучение и контроль хозяйственной деятельности" указывается, какие аналитические таблицы должны быть составлены, какова методика расчета показателей, их анализ и т.д.

В разделе "Обобщение результатов анализа" говорится, в какой форме, как и кто обобщает результаты анализа, дается примерная схема аналитического заключения, содержание которого должно давать представление об объеме и качестве работы предприятия торговли и путях ее улучшения.

Проверка материалов, используемых при анализе, их изучение и систематизация (составление соответствующих аналитических таблиц, подбор и распределение по отдельным вопросам дополнительно привлеченных материалов и т.д.) - необходимое условие анализа. Особенно внимательно нужно проверять внеучетные материалы. Счетная проверка данных позволяет установить их достоверность, выявить и устранить приписки и разного рода ошибки, искажающие показатели выполнения плановых заданий. Сопоставимость данных предполагает сопоставимость территории, периодов времени, единиц измерения, экономического содержания показателей. Если изменились цены на товары и услуги, при сопоставлении показателей за периоды до и после этого изменения, необходимо пересчитывать фактические данные в цены и тарифы базисного периода путем их деления на соответствующий индекс цен.

Аналитической работой в предприятиях торговли и общественного питания занимаются прежде всего работники бухгалтерского учета. Главный бухгалтер отвечает за финансовое состояние предприятия и организации. Вместе со своим заместителем он готовит информационный материал и изучает хозяйственную деятельность по данным бухгалтерского учета и отчетности, контролирует выполнение планов, расходование и использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов так, чтобы предупредить потери, нерациональные расходы, обеспечить сохранность собственности. О результатах анализа докладывает руководителю предприятия. По характеру работы бухгалтеру легче, чем кому бы то ни было, выявлять резервы улучшения показателей хозяйственной деятельности. Обеспечить их мобилизацию - важная задача работников учета.

На ряде крупных предприятий торговли и общественного питания в штате имеются экономисты, которые ведут всю экономическую работу на предприятии, под их руководством и при участии проводится всесторонний экономический анализ.

Оформление результатов анализа - завершающий этап аналитической работы. Результаты анализа деятельности предприятия за год, квартал, месяц оформляют в виде аналитических записок. Формами аналитических записок являются: объяснительная записка к годовому или квартальному отчету об итогах хозяйственной деятельности предприятия и организации; заключения аудиторских организаций о работе предприятий.

В процессе экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности приходится постоянно иметь дело с системой показателей.

Хозяйственно-финансовая деятельность подсобных промышленных и сельскохозяйственных предприятий, предприятий торговли и общественного питания измеряется множеством экономических показателей, которые можно свести в определенную систему. Их можно подразделить на: а) стоимостные и натуральные - в зависимости от положенных в основу измерителей; б)количественные и качественные - в зависимости от того, какая сторона явлений, операций, процессов измеряется; в) объемные и удельные - в зависимости от применения отдельно взятых показателей или же их соотношений.

Стоимостные показатели относятся в настоящее время к числу наиболее распространенных. Использование стоимостных показателей вытекает из наличия в хозяйстве товарного производства и товарного обращения, товарно-денежных отношений.

Хозяйственные явления и процессы обычно содержат как количественные, так и качественные факторы. Задача экономиста часто сводится к необходимости отделить и измерить влияние тех или других.

Объемные показатели представляют собой первичное отражение изучаемых хозяйственных явлений и процессов с точки зрения их объема, состава и т.д. Величины розничного товарооборота, оборотных средств, издержек обращения, дохода - все это объемные показатели.

Удельные показатели являются вторичными, производными от соответствующих объемных показателей.

В торговле удельными показателями можно считать: оборот на одного работника, товарные запасы в днях оборота, уровень издержек, валового дохода, прибыли. Широко применяются в экономических расчетах и другие относительные величины, характеризующие выполнение плана, структуру, динамику, интенсивность развития.

Каждый из рассмотренных выше показателей имеет определенный смысл и свое значение для контроля и анализа. Если эти показатели рассматривать отдельно, то окажется, что некоторые из них страдают известной ограниченностью. Но экономический анализ предполагает комплексное, системное использование показателей. Только при этом условии можно всесторонне и объективно исследовать хозяйственную деятельность предприятия в той или иной области и тем более работу предприятия в целом. Анализ хозяйственной деятельности в управлении торговым предприятием занимает важное место среди экономических наук. Его рассматривают, как было отмечено ранее, в качестве одной из функций управления. Место анализа в системе управления упрощенно можно отразить схемой, изображенной на рисунке 1.



Рисунок 1 - Место экономического анализа в системе управления

Известно, что система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций:

- планирование,

- учет,

 анализ,

 принятие управленческих решений.

Планирование представляет очень важную функцию в системе управления деятельностью на предприятии. С его помощью определяются направления и содержание деятельности предприятия, его структурных подразделений и отдельных работников. Главной задачей планирования, как было сказано ранее, является обеспечение планомерности развития экономики предприятия и деятельности каждого его члена, определение путей достижения лучших конечных результатов деятельности.

Для управления любой деятельностью нужно иметь полную и правдивую информацию о ходе выполнения работ и планов. Поэтому одной из функций управления деятельностью предприятия является учет. Он обеспечивает постоянный сбор, систематизацию и обобщение данных, необходимых для управления деятельностью предприятия и контроля за ходом выполнения планов.

Однако для управления деятельностью на предприятии нужно иметь представление не только о ходе выполнения плана, результатах хозяйственной деятельности, но и о тенденциях и характере происходящих изменений в экономике предприятия. Осмысление, понимание информации достигаются с помощью экономического анализа. В процессе анализа первичная информация:

- проходит аналитическую обработку: приводится сравнение достигнутых результатов деятельности с данными за прошлые отрезки времени, с показателями других предприятий и среднеотраслевыми;

- определяется влияние разных факторов на величину результативных факторов;

 выявляются недостатки, ошибки, неиспользованные возможности, перспективы и т. д.

На основе результатов анализа разрабатываются и обосновываются управленческие решения. Экономический анализ предшествует решениям и действиям, обосновывает их и является основой научного управления деятельностью приватизированного предприятия, обеспечивает его эффективность. Таким образом, экономический анализ - это функция управления, которая обеспечивает научность практических решений.

Как функция управления экономический анализ тесно связан с планированием и прогнозированием деятельности предприятия, поскольку без глубокого анализа не возможно осуществление этих функций12.

Экономический анализ является не только средством обоснования планов, но и контроля за их выполнением. Планирование начинается и заканчивается анализом результатов деятельности предприятия. Он позволяет повысить уровень планирования, сделать его научно-обоснованным.

Большая роль отводится анализу в деле определения и использования резервов повышения эффективности деятельности. Он содействует экономному использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники и технологии на предприятии, предупреждению излишних затрат, разных недостатков в работе и т. п. В результате этого укрепляется экономика предприятия, повышается эффективность деятельности предприятия.

Таким образом, экономический анализ является важным элементом в системе управления предприятием, действенным средством выявления резервов, основой разработки научно-обоснованных планов и управленческих решений.

Роль анализ как средства управления деятельностью предприятия с каждым годом возрастает. Это обусловлено разными обстоятельствами. Во-первых, необходимостью неуклонного повышения эффективности деятельности в связи с ростом потребности, повышением науко- и капиталоемких производств. Во-вторых, отходом от командно-административной системы управления и постепенным переходом к рыночным отношениям. В-третьих, созданием новых форм хозяйствования в связи с разгосударствлением экономики, приватизации предприятий и прочими мероприятиями рыночной реформы.

В этих условиях руководитель предприятия не может рассчитывать только на свою интуицию на примерные «прикидки в уме». Управленческие решения и действия сегодня должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе. Они должны быть научно-обоснованными, мотивированными, оптимальными13.

Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

Цель анализа объемных показателей деятельности - выявление, изучение и мобилизация резервов роста доходов, прибыли, повышения рентабельности при улучшении качества обслуживания покупателей. В процессе анализа проверяют степень выполнения планов по товарообороту, доходам, издержкам, прибыли, рентабельности, изучают их динамику, определяют и измеряют влияние факторов на результаты коммерческой деятельности предприятий, выявляют и мобилизуют резервы их роста, особенно прогнозные. Одной из основных задач анализа является также изучение экономической целесообразности и эффективности распределения и использования прибыли.

Для достижения этих целей торговые предприятия должны решать такие задачи:

- оценивают, в какой степени была обеспечена максимизация прибыли;

- в случаях убыточной работы выявляют причины такого хозяйствования и определяют пути выхода из сложившейся ситуации;

 рассматривают доходы на основе их сопоставления с расходами и выявляют прибыль от реализации;

 изучают тенденции изменения доходов по основным товарным группам и в целом от торговой деятельности;

 выявляют, какая часть доходов используется на возмещение издержек обращения, налогов и образование прибыли;

 рассчитывают отклонение величины балансовой прибыли по сравнению с величиной прибыли от реализации и определяют причины этих отклонений;

 исследуют различные показатели рентабельности за отчетный период и в динамике;

 выявляют резервы увеличения прибыли и повышения рентабельности и определяют, как и когда возможно использовать эти резервы;

- изучают направления использования прибыли и оценивают, обеспечено ли финансирование за счет собственных средств развития хозяйственной деятельности.

На практике используется внешний и внутренний анализ.

Внешний анализ базируется на публикуемых отчетных данных и поэтому содержит ограниченную часть информации о деятельности предприятий. Целью его является оценки рентабельности работы предприятия, эффективности использования капитала. Итоги этой оценки учитываются во взаимоотношениях предприятия с акционерами, кредиторами, налоговыми органами и служат основой определения положения этого предприятия на рынке, в отрасли и в деловом мире. Естественно, что публикуемая информация не затрагивает всех сфер деятельности предприятии, содержит укрупненные данные, в основном об их финансовой деятельности, и в силу этого обладает способностью к сглаживанию и вуалированию негативных явлений, имеющих место в деятельности предприятий.

Поэтому внешние потребители аналитического материала стараются при возможности получить дополнительные сведения о деятельности предприятий сверх того, что ими публикуется14.

Наибольшее значение в деле оценки результатов деятельности и определении мер по увеличению прибыли и повышению рентабельности имеет внутренний анализ. Он основан на использовании всего комплекса экономической информации, первичных документов и данных аналитического, статистического, бухгалтерского учета и отчетности. Аналитик имеет возможность реально оценить состояние дел на предприятии. Он может получить из первоисточника достоверные сведения о ценовой политике предприятия и его доходах, о формировании прибыли от реализации, о структуре издержек обращения и других расходах, дать оценку положения предприятия на товарных рынках, о валовой (балансовой) прибыли т. п.

Именно внутренней анализ позволяет изучить механизм достижения предприятием максимальной прибыли. Этот вид анализа играет решающую роль в разработке важнейших вопросов конкурентной политики предприятия, которые используются при оценке выполнения поставленных задач и для разработки программ развития на перспективу.

Данный вид анализа, связанный с изучением сложившихся в прошлом тенденций, называется ретроспективным, а направленный на изучение будущего - перспективным.

Комплексный подход к изучению конечных результатов коммерческой деятельности позволяет принимать обоснованные управленческие решения по ходу текущей деятельности, способствует выбору лучших вариантов действий в перспективе.

Розничный товарооборот представляет собой объем продажи товаров населению через все каналы реализации и означает завершение процесса обращения товаров на потребительском рынке.

Данные о товарообороте позволяют оценить степень проникновения предприятия на рынок, оценить сложившуюся конъюнктуру, конкурентную позицию на рынке и темпы экономического развития торгового предприятия.

Розничный товарооборот является одним из определяющих факторов эффективного функционирования торговли, исходной основой для определения ресурсного потенциала предприятия (объема и состава трудовых, материальных и финансовых ресурсов), одним из основных факторов, определяющих величину затрат ресурсов (сумму и состав издержек обращения).

Анализ розничного товарооборота включает в себя три раздела:

1. Анализ объема и структуры товарооборота;

2. Анализ товарных запасов;

. Анализ оптовых закупок (поступления товаров).

Источниками информации для проведения экономического анализа являются бухгалтерия и статистическая отчетность, данные оперативного учета и выборочные исследования, проводимые на предприятии15.

К основным источникам формирования прибыли торговых предприятий относятся реализованные торговые надбавки, а по некоторым товарам - торговые скидки. В настоящее время предприятиям розничной и оптовой торговли предоставлено право самостоятельно определять оптовые и торговые надбавки на товары исходя из спроса, фактических издержек обращения и оптимальных уровней рентабельности (с учетом установленных предельных размеров надбавок). Свободная розничная цена товара сформируется из свободной отпускной цены (цены закупки) и с добавлением торговой и оптовой надбавок в установленных торговым предприятием размерах.

Кроме реализованных торговых надбавок, предприятия розничной торговли могут иметь доходы от биржевой и брокерской деятельности, от продажи товаров и имущества на аукционах, доходы по операциям с тарой (превышение доходов над расходами), от стоимости излишков тканей, выявленных при перемеривании, от реализации акций, облигаций, других ценных бумаг и т.п. Однако основным источником сформирования доходов розничных торговых предприятий являются реализованные торговые надбавки (валовой доход). За счет валового дохода взимаются по установленным ставкам налог на добавленную стоимость, акцизы и некоторые другие обязательные платежи. Следовательно, для определения валового дохода от реализации товаров, остающегося в распоряжения торгового предприятия, следует из общей его суммы вычесть перечисленные выше налоги и другие обязательные платежи.

Таким образом, валовой доход торгового предприятия - это выручка от реализации товаров и услуг (товарооборот) за вычетом затрат на оплату стоимости полученных от поставщиков товаров.

Валовой доход состоит из трех частей:

- сумма денежных средств, полученных от реализации товаров, за счет разности между ценой продажи товаров (товарооборотом) и ценой их приобретения. Эта часть валового дохода представляет собой торговую надбавку;

- поступления за оказанные услуги и выполненные работы (подгонка верхней одежды, раскрои тканей, доставка товаров на дом и др.);

 прочие доходы от неосновной деятельности (сальдо доходов и расходов от внереализационных операции, реализации излишков оборудования, передачи временно не используемых помещений и объектов мелкорозничной сети в аренду, доходы от долевого участия в деятельности других предприятии, от ценных бумаг, принадлежащих предприятию, и др.).

Обращение товаров требует общественных затрат, вызываемых их доставкой, хранением и реализацией: Эти затраты живого и овеществленного труда, необходимые для доведения товаров до потребителя, выраженные в денежной форме, называются издержками обращения.

Проблема издержек одна из наиболее актуальных и важных проблем экономики предприятия, так как уровень, динамика и структура издержки обращения тесно связаны со всеми сторонами хозяйственной деятельности предприятий, с вопросами планирования и организации процесса-движения товаров из сферы производства в сферу потребления.

Издержки обращения являются важнейшим, качественным показателем, который позволяет судить, насколько успешно предприятия осуществляют задачу дальнейшего развития товарооборота, улучшения культуры торговли и обслуживания населения. Правильный учет и планирование издержек обращения способствует устранению бесхозяйственности и излишеств в расходовании средств, при одновременном проведении мероприятий по повышению культуры торговли.

Не все затраты торговых, предприятий могут быть отнесены к издержкам обращения. К ним относятся только такие расходы, которые действительно с народнохозяйственной точки зрения являются издержками по, осуществлению товарооборота. Такие же расходы торговых предприятий как налоги, пени, штрафы не являются затратами в народнохозяйственном смысле, а выражают перераспределение средств. Не относятся к издержкам обращения и убытки торговых предприятий, обусловленные плохой постановкой контроля или запущенностью учета. Так, убытки от списания дебиторской задолженности, убытки, происшедшие в результате чисто случайных причин, стихийных бедствий и др. также не обусловлены торговым процессом и списываются на счет прибылей и убытков.

Не учитываются в издержках обращения торговых предприятий расходы по транспортированию товаров народного потребления промышленными предприятиями по цене Франко-станция назначения, затраты на "производство товаров широкого потребления, на выращивание сельскохозяйственной продукции и развитие животноводства в предприятиях, находящихся в ведении торговых организаций. Это такие же издержки производства, какие имеются на фабриках и заводах, в совхозах, колхозах и в других производственных предприятиях.

В силу действия феномена редкости (ограниченности всех видов ресурсов) коммерческая деятельность без некоторых издержек вообще невозможна. В силу этого обстоятельства любое решение о товародвижении вызывает необходимость отказа от использования тех же ресурсов в других целях. Таким образом - все издержки представляют собой альтернативные (или вмененные) издержки. Альтернативные издержки производства являются главным препятствием, с которым сталкивается фирма в процессе реализации своих возможностей максимизации прибыли. Классификацию издержек нужно начать с того, что в число альтернативных издержек, с которыми сталкиваются фирмы, входят выплаты рабочим, инвесторам, а так же владельцам природных ресурсов; все эти выплаты осуществляются с целью привлечь ресурсы, отвлекая их тем самым от альтернативных вариантов применения и т.д16.

Значение показателя прибыли можно рассмотреть, с одной стороны, как наиболее общий результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия, с другой стороны, как форма денежного накопления коммерческой фирмы.

Прибыль предприятия призвана выполнять ряд определенных функций.

Во-первых, прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия.

С другой стороны прибыль выполняет стимулирующие функции. Так как прибыль одновременно является финансовым результатом и основным элементом собственных средств предприятия, то реальное обеспечение принципа самофинансирования определяется полученной прибылью.

Значение прибыли в условиях рыночной экономики состоит в том, что она нацеливает товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижает затраты на производство и реализацию продукции. Этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Как отмечалось ранее, главным показателем оценки финансовых результатов хозяйственной деятельности коммерческой фирмы, является прибыль.

В практике хозяйственной деятельности предприятия различают несколько видов прибыли: балансовая (валовая) прибыль, налогооблагаемая прибыль, чистая прибыль.

Балансовая (валовая) прибыль коммерческой фирмы характеризует совокупный эффект всей хозяйственной деятельности; это сумма прибылей коммерческой фирмы, полученная от всех видов хозяйственной деятельности.

Слагаемыми балансовой (валовой) прибыли являются:

 прибыль (убыток) от реализации продукции (за выполненные работы, оказанные услуги);

- прибыль (убыток) от реализации основных средств и иного имущества предприятия;

- доходы от внереализационных операций, уменьшенные на сумму расходов по этим операциям.

В практике хозяйственной деятельности, кроме этого, выделяют налогооблагаемую прибыль, которая представляет собой величину балансовой (валовой) прибыли уменьшенной на сумму корректировок по доходам, исключаемых при расчете налога на прибыль.

Налогооблагаемая прибыль отличается от балансовой на величину превышения фактических затрат, включаемых в издержки обращения (превышение норм по командировочным расходам, по представительским расходам, по расходам на рекламу и др.) и уменьшается на сумму льгот по налогообложению прибыли и другие элементы.

Другой вид прибыли коммерческой фирмы - чистая прибыль - представляет собой разницу между балансовой прибылью и суммами, отчислений и платежей в бюджеты разных уровней.

Чистая прибыль также уменьшается на величину уплаченных в бюджет штрафов, пошлин и платежей на право торговли, в результате получаем прибыль остающуюся в распоряжении предприятия.

Показатели прибыли являются важнейшими для оценки хозяйственной деятельности предприятия. Они характеризуют степень его деловой активности и финансовое благополучие.

Результативность деятельности предприятия оценивается с помощью абсолютных и относительных показателей. С помощью показателей первой группы можно проанализировать динамику различных показателей прибыли (балансовой, чистой, нераспределенной) за ряд лет.

Относительными показателями является система показателей рентабельности, которые отражают уровень прибыльности относительно определенной базы.17

В следующей главе представим оценку эффективности хозяйственной деятельности на примере ООО «Монетка».

# 2. Оценка эффективности хозяйственной деятельности на примере ООО «Монетка»

## 2.1 Краткая характеристика предприятия

В качестве описываемого предприятия был выбран магазин розничной торговли ООО «Монетка».

Магазин «Монетка» расположен по адресу: г. Каменск-Уральский, ул. Каменская д. 48.

Первый магазин «Монетка» появился 19 апреля 2001 года - в Екатеринбурге был открыт магазин формата Cash&Carry на ул. Бархотская, 1а и в этом же месяце - универсам эконом-класса на ул. Сулимова, 29.

Сегодня торговая сеть «Монетка» - одна из лидирующих торговых сетей Екатеринбурга и Уральского региона. В составе сети на январь 2011 года - 235 магазинов. Из них 21 - универсамы «Монетка Супер» и 214 - дискаунтеры «Монетка».

В сети действует единая система скидок по дисконтным картам. Оформление всех универсамов решено в едином фирменном стиле. Торговая сеть «Монетка» постоянно обновляет ассортимент, предлагая новинки и размещая товар таким образом, чтобы покупатель тратил минимум своего времени.

ООО «Монетка» является коммерческой организацией и осуществляет свою деятельность на основе полного хозрасчета, самофинансирования и самоокупаемости, имеет самостоятельный баланс, круглую печать со своим фирменным наименованием, штампы, бланки, расчетный и иные счета в банках.

Исследуемый магазин «Монетка» - общество с ограниченной ответственностью - дочернее предприятие ООО «Элемент-Трейд».

ООО «Монетка» действует на основании устава, Гражданского Кодекса и Федерального Закона «Об обществах с ограниченной ответственностью», а также действующего законодательства.

Согласно Уставу предметом деятельности ООО «Монетка» является:

- торговля (оптовая и розничная);

- посредническая деятельность;

 другие виды деятельности, не запрещенные законодательством.

Основной целью деятельности ООО «Монетка» является: удовлетворение потребностей покупателей, поскольку именно они являются конечными потребителями товаров, реализуемых данным торговым предприятием. От их покупательной способности, уровня доходов, предпочтений и других факторов зависит во многом результат коммерческой деятельности ООО «Монетка».

В соответствии с целью деятельности Общество вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом.

Для достижения цели ООО «Монетка» выполняет следующие задачи:

- обеспечение конкурентоспособности товара;

- завоевание лидерских позиций по реализации продукции и повышение эффективности сбытовой деятельности;

 обеспечение эффективной логистики;

 обеспечение финансовой устойчивости организации;

 повышение эффективности кадровой политики.

Основные торговые функции ООО «Монетка» следующие:

 изучение покупательского спроса на товары;

- составление заявок на завоз товаров;

 формирование ассортимента товаров;

 реклама товаров и услуг.

К технологическим функциям (операциям) относят:

 прием поступивших в магазин товаров по количеству и качеству;

- обеспечение хранения товаров;

 выполнение операций, связанных с производственной доработкой товаров (фасовка, упаковка и др.);

 внутримагазинное перемещение, размещение и выкладка товаров в торговом зале;

 продажа товаров (предложение товаров и оказание помощи покупателям в их выборе, выполнение расчетных операций).

Основным видом деятельности данного предприятия является розничная торговля продовольственными и сопутствующими товарами.

Ассортимент товаров в магазине насчитывает около 7500 наименований. Скоропортящиеся товары составляют 53%, бакалейные и напитки - 42%, непродовольственные товары - 5%. Режим работы - с 8 до 22 часов.

Организационная структура ООО «Монетка» представлена на рисунке 2.



Рисунок 2 - Организационная структура ООО «Монетка»

Организационная структура ООО «Монетка» построена по функциональному принципу. Функциональный принцип построения организаций предполагает, что группировка отделений (отделов) в них происходит в соответствии с функциями, отражающими основные направления и сферы их деятельности предприятия.

В ООО «Монетка» действует линейная-функциональная структура управления.

Линейно-функциональная структура ООО «Монетка» обеспечивает такое разделение управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные - консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов.

Руководители функциональных подразделений осуществляют влияние на производственные подразделения формально. Как правило, они не имеют права самостоятельно отдавать им распоряжения. Роль функциональных служб зависит от масштабов хозяйственной деятельности и структуры управления фирмой в целом. Функциональные службы осуществляют всю техническую подготовку производства; подготавливают варианты решений вопросов, связанных с руководством процессом производства.

Достоинства структуры ООО «Монетка»:

- освобождение линейных руководителей от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, материально-техническим обеспечением и др.;

- построение связей "руководитель - подчиненный" по иерархической лестнице, при которых каждый работник подчинен только одному руководителю.

Недостатки структуры ООО «Монетка»:

 каждое звено заинтересовано в достижении своей узкой цели, а не общей цели фирмы;

- отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными подразделениями;

 чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали;

 аккумулирование на верхнем уровне полномочий по решению наряду со стратегическими множества оперативных задач (как следствие вертикальных связей «руководитель - подчиненный»).

Организационная структура магазина достаточно гибкая и постоянно совершенствуется с учётом изменения конъюнктуры рынка. Такие четкие рамки подчинения в ООО «Монетка» прослеживаются во всей организационной структуре, от этого работа предприятия становится более слаженной и эффективной. Данная организационная структура наилучшим образом позволяет магазину гибко взаимодействовать с внешней средой, продуктивно и целесообразно распределять и направлять усилия своих сотрудников, и таким образом, удовлетворять потребности клиентов и достигать своих целей с высокой эффективностью.

Хочется отметить, что ООО «Монетка» имеет тенденцию роста численности работников, осваивает все новые возможности сбыта продукции, увеличивая ассортимент товара, уделяя при этом особое внимание эффективности торгово-технологического процесса.

Далее, рассмотрим основные показатели хозяйственной деятельности предприятия и представим их в таблице 1.

Таблица 1 - Основные показатели хозяйственной деятельности ООО «Монетка» за 2009-2010 гг. (тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2009 год | 2010 год | Отклонение (+\-) | Темп отклонения, % |
| Товарооборот | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Сумма валового дохода | 43313 | 54086 | 10773 | 124,9 |
| Уровень валового дохода | 17,0 | 18,0 | 1,0 | 105,9 |
| Сумма издержек обращения | 13349 | 14226 | 877 | 106,6 |
| Уровень издержек обращения | 5,2 | 4,7 | -0,5 | 90,4 |
| Прибыль от реализации | 29964 | 39860 | 9896 | 133,0 |
| Рентабельность реализации товаров | 11,8 | 13,3 | 1,5 | 112,8 |
| Численность работников | 51 | 53 | 2 | 103,9 |
| Производительность труда | 4995,7 | 5669,4 | 673,7 | 113,5 |
| Основные фонды | 40705 | 70939 | 30234 | 174,3 |
| Фондоотдача | 6,3 | 4,2 | -2,0 | 67,7 |

По результатам таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

Положительным является рост товарооборота на 17,9% или на 45698 тыс. руб. Рост товарооборота говорит о наращивании хозяйственной деятельности ООО «Монетка».

При этом произошел рост валового дохода магазина на 10773 тыс. руб. или на 24,9%. Это говорит о росте эффективности деятельности магазина.

В результате чего произошло увеличение уровня валового дохода с 17% в 2009 г. до 18% в 2010 г. или на 1%.

Сумма издержек обращения возросла на 877 тыс. руб. или на 6,6%, при этом положительным является снижение уровня издержек обращения в товарообороте на 0,5%.

Все основные результаты хозяйственной деятельности магазина отразим на рисунке 3.



Рисунок 3 - Основные результаты хозяйственной деятельности ООО «Монетка» за 2009-2010 годы

Прибыль от реализации возросла на 33%

В результате роста прибыли от реализации рентабельность реализации товаров возросла на 1,5% и составила 13,3%. Показатель показывает сколько прибыли от продаж приходится на единицу проданных товаров.

Численность работников возросла на 2 человека в результате увеличения товарооборота. Как следствие роста товарооборота производительность труда возросла на 13,5% и составила 5669,4 тыс. рублей.

Снижение фондоотдачи на 2% - отрицательный фактор в деятельности ООО «Монетка», т.к. отражает уменьшение количества проданных товаров на 1 рубль основных фондов, что характеризуется в уменьшении доли активной части - машин и оборудования, увеличении простоев, наличием излишков непроизводительного или устаревшего оборудования.

Таким образом, на предприятии соблюдено «Золотое правило предпринимательской деятельности», при котором индексная цепочка показателей имеет вид: Јn > Јт/об > Јио, т. е. 1,330 > 1,179 > 1,066.

### .2 Оценка эффективности реализации товаров

Объем продажи товаров влияет почти на все количественные и качественные показатели деятельности ООО «Монетка», увеличение объема оборота розничной торговли способствует росту прибыли, устойчивости финансового состояния торговой организации.

Максимизация прибыли - основная цель деятельности любого торгового предприятия. Ее достижение невозможно без определения оптимального объема оборота розничной торговли, обеспечивающего достижение наибольшей прибыли. Следовательно, основной целью проведения анализа оборота розничной торговли является изучение возможностей достижения такого его объема, состава и структуры, который может обеспечить максимально возможную прибыль при условии качественного обслуживания покупателей.

Анализ эффективности реализации товаров начнем с изучения динамики товарооборота ООО «Монетка» 2009 - 2010 годы.

Таблица 2 Динамика товарооборота ООО «Монетка» за 2009 - 2010 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Год | Фактический товарооборот, тыс. р. | Цепные темпы роста товарооборота, % | Базисные темпы роста товарооборота, % |
|  | В действующих ценах | В сопоставимых ценах | В действующих ценах | В сопоставимых ценах | В действующих ценах | В сопоставимых ценах |
| 2009 | 254780 | 238112 | 116,6 | 113,9 | 116,6 | 113,9 |
| 2010 | 300478 | 275668 | 117,9 | 115,8 | 137,5 | 131,8 |
| Среднегодовой темп роста | 139,1 | 134,0 | 102,3 | 103,4 | 139,1 | 134,0 |

При анализе динамики товарооборота необходимо определить и изучить среднегодовой темп его роста. Среднегодовой темп увеличения товарооборота и других показателей хозяйственной деятельности может быть исчислен с помощью логарифмов по формуле средней геометрической:



где: Тф − фактический товарооборот;

Тб − базовый товарооборот;

п - количество анализируемых периодов.

% (в действующих ценах)

% (в сопоставимых ценах)

Таким образом, происходит рост товарооборота магазина: в действующих ценах рост произошел на 39,1%, в сопоставимых на 34%.

Цепные темпы роста товарооборота также имеют тенденцию к увеличению, что является положительным моментом: в действующих ценах в 2009 году рост произошел на 16,6%, в сопоставимых на 13,9%, в 2010 г. на 17,9% и 15,8% соответственно. Среднегодовой темп роста составил 2,3% в действующих ценах и на 3,4% в сопоставимых ценах.

Положительным является увеличения базисных темпов роста товарооборота - в целом за 2 года (2009-2010 годы) увеличение товарооборота произошло на 39,1% в действующих ценах и на 34% в сопоставимы ценах.

Рассмотрим ритмичность развития товарооборота ООО «Монетка» за 2009 - 2010 годы.

Таблица 3 - Ритмичность развития товарооборота ООО «Монетка» за 2009 - 2010 годы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Квартал | 2009 год | 2010 год | Отклонение | Темп отклонения, % |
|  | Сумма, тыс.р. | Удельный вес, % | Сумма, тыс.р. | Удельный вес, % | Сумма, тыс.р. | Удельный вес, % |  |
| Первый | 60128 | 23,6 | 73617 | 24,5 | 13489 | 0,9 | 122,4 |
| Второй | 66752 | 26,2 | 78124 | 26,0 | 11372 | -0,2 | 117,0 |
| Третий | 63695 | 25,0 | 76021 | 25,3 | 12326 | 0,3 | 119,4 |
| Четвертый | 64128 | 25,2 | 72716 | 24,2 | 8588 | -1,0 | 113,4 |
| Итого | 254780 | 100,0 | 300478 | 100,0 | 45698 | - | 117,9 |

Товарооборот магазина за 2010 год вырос на 17,9%, абсолютный прирост составил 45698 тыс. рублей. В поквартальном разрезе наблюдается следующее: товарооборот магазина «Монетка» распределяется по кварталам неравномерно. Наиболее напряженным был второй квартал, наименее напряженным - четвертый (рисунок 4).



Рисунок 4 - Ритмичность развития товарооборота ООО «Монетка» за 2009 - 2010 годы

В I квартале отчетного года товарооборот значительно увеличился, относительный прирост составил 22,4%, а абсолютное увеличение составило 13489 тыс. рублей. Во II квартале товарооборот по сравнению с плановым годом увеличился всего на 17%, прибыль составила 11372 тыс. рублей. В III квартале товарооборот по сравнению с 2009 годом вырос на 19,4%, абсолютное отклонение составило 12326 рублей. В IV квартале наблюдается рост: относительный − 13,4%, а абсолютное отклонение составило 8588 тыс. рублей.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что увеличился удельный вес I квартала (с 23,6% до 24,5%), III квартала (с 25% до 25,3%). Удельный вес II и, IV квартала снизился.

Для определения равномерности развития розничного товарооборота целесообразно также рассчитать и проанализировать среднее квадратическое отклонение () и коэффициент вариации, или неравномерности (ν) по следующим формулам:

Среднее квадратичное отклонение:



где: - процент выполнения плана или темп изменения в динамике по изучаемому показателю за каждый месяц или квартал;

- процент выполнения плана или темп повышения (снижения) в динамике по анализируемому показателю за год;

- число месяцев (кварталов) изучаемого периода.

Среднее квадратичное отклонение определяет диапазон колебания реализации товаров, т.е. максимальный и минимальный объем товарооборота предприятия в среднем за период исследования. Коэффициент вариации оценивает равномерность реализации товаров на протяжении периода, который исследуется, т.е. относительный (в %) размер отклонения объема товарооборота от среднего размера.

Коэффициент вариации:



где: - среднее квадратичное отклонение;

- темп отклонения товарооборота за квартал.

По коэффициенту вариации (неравномерности) можно проанализировать неравномерность развития исследуемого показателя.

Коэффициент ритмичности:



 - коэффициент вариации.

Для расчета этих показателей выполняется следующая таблица:

Таблица 4 - Расчеты, необходимые для определения коэффициента ритмичности ООО «Монетка» за 2010 год.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Квартал | Темп отклонения (%) | Х-Хсреднее | (Х-Хсреднее)^2 |
| I квартал | 122,4 | 4,4 | 19,2 |
| II квартал | 117,0 | -1,0 | 1,0 |
| III квартал | 119,4 | 1,3 | 1,7 |
| IV квартал | 113,4 | -4,7 | 21,7 |
| X среднее | 118,1 |  | 13936,5 |

=83,5%





Итак, колебание в развитии товарооборота составляет 83,5%. Выполнение плана товарооборота за отчетный год было равномерным только на 29,3%. Чем ближе к 100% коэффициент ритмичности, тем ритмичнее изменяется товарооборот.

Дальше рассмотрим динамику оборота ООО «Монетка» за 2009-2010 годы по товарным группам.

Таблица 5 - Динамика оборота ООО «Монетка» за 2009-2010 годы по товарным группам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | Годы | Отклонение | Темп отклонения, % |
|  | 2009 | 2010 |  |  |
|  | сумма, тыс. р. | удельный вес, % | сумма, тыс. р. | удельный вес, % | Сумма тыс.р. | удельный вес % |  |
| Мясо и птица | 23647 | 9,3 | 27409 | 9,1 | 3762 | -0,2 | 115,9 |
| Колбасные изделия | 22862 | 9,0 | 26758 | 8,9 | 3896 | -0,1 | 117,0 |
| Рыба | 13486 | 5,3 | 16252 | 5,4 | 2766 | 0,1 | 120,5 |
| Хлеб и хлебобулочные изделия | 11580 | 4,5 | 13690 | 4,6 | 2110 | 0,0 | 118,2 |
| Плоды, фрукты, ягоды, арбузы, дыни | 17607 | 6,9 | 20686 | 6,9 | 3079 | 0,0 | 117,5 |
| Пиццы | 9068 | 3,6 | 10724 | 3,6 | 1656 | 0,0 | 118,3 |
| Табачные изделия | 22471 | 8,8 | 27035 | 9,0 | 4565 | 0,2 | 120,3 |
| Кондитерские изделия | 11907 | 4,7 | 14144 | 4,7 | 2238 | 0,0 | 118,8 |
| Пиво | 21096 | 8,3 | 24691 | 8,2 | 3595 | -0,1 | 117,0 |
| Мороженое | 10894 | 4,3 | 12802 | 4,3 | 1908 | 0,0 | 117,5 |
| Водка и ликероводочные изделия | 24178 | 9,5 | 28566 | 9,5 | 4388 | 0,0 | 118,1 |
| Вина, шампанское, коньяк | 25380 | 10,0 | 30042 | 10,0 | 4662 | 0,0 | 118,4 |
| Прочие продовольственные товары | 28241 | 11,1 | 33066 | 11,0 | 4825 | -0,1 | 117,1 |
| Непродовольственные товары | 12365 | 4,9 | 14614 | 4,9 | 2249 | 0,0 | 118,2 |
| Всего оборота | 254780 | 100,0 | 300478 | 100,0 | 45698 | 0,0 | 117,9 |

Розничная реализация всех товаров в действующих ценах в динамике растет высокими темпами, что вызвано в основном повышением розничных цен.

Анализ таблицы 5 показывает, что в 2010 году произошло увеличение товарооборота на 17,9% за счет роста всех товарных групп.

Неравномерность развития розничного товарооборота в ассортиментном разрезе в динамике привела к изменению его структуры, которая характеризуется удельным весом отдельных товарных групп в общем объеме товарооборота.

Наибольший удельный вес в структуре товарных групп занимали в 2009-2010 годах прочие продовольственные товары: в 2009 году - 3,5%, в 2010 году - 3% (рисунок 5).



Рисунок 5 - Структура оборота ООО «Монетка» в 2010 году по товарным группам

Товарооборот изменился под действием следующих факторов: влияние цен, обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективности труда торговых работников; состояния и эффективности использования материально - технической базы предприятия.

Для расчета влияния цен на объем товарооборота рассчитывается сопоставимый товарооборот в ценах прошлого года:

Тс = Тф / Јцен

где: Тс - товарооборот в сопоставимых ценах;

Тф - товарооборот в фактических ценах;

Јцен - индекс цен.

Јцен в 2010 г. = 1,09

Тс = 300478 / 1,09 = 275668

Влияние изменения цен = 300478 - 275668 = 24810 тыс. рублей.

За счет увеличения ресурсов - экстенсивный путь развития, а за счет ресурсоотдачи - интенсивный.

В том числе за счет изменения физического объема товарооборота:

- 254780 = 20888 тыс. руб.

итого: 275668 + 20888 = 296556 тыс. руб.

Для определения влияния трудовых ресурсов используем метод разниц:

ПТ = Т/Ч

где: ПТ - производительность труда;

Ч - численность рабочих

ПТ (плановая) = 254780/51 = 4995,7 тыс. руб.

ПТ (фактическая) = 300478/53= 5669,4 тыс. руб.

Влияние численности работников:

(Чф-Чпл)\*ПТпл

где: Чф - численность фактическая;

Чпл - численнсоть плановая;

ПТпл - производительность труда плановая.

Влияние производительности труда:

(ПТф-ПТпл)\*Чф

где: ПТф - производительность труда фактическая;

ПТпл - производительность труда плановая;

Чф - численность фактическая.

Таблица 6 - Влияние трудовых ресурсов на динамику товарооборота ООО «Монетка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Влияние на динамику товарооборота | Сумма, тыс. р. |
| Влияние численности работников | (53-51)\* 4995,7 | 9991,4 |
| Влияние производительности труда | (5669,4 - 4995,7)\*53 | 35706,6 |
| Итого | - | 45698 |

Таким образом, за счет роста численности работников товарооборот увеличился на 9991,4 тыс. рублей, а за счет увеличения производительности труда товарооборот повысился на 35706,6 тыс. рублей. В общем, за счет трудовых ресурсов товарооборот увеличился на 45 698 рублей.

Главный фактор успешного развития товарооборота - обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Проводя анализ, прежде всего проверяют, как товарные ресурсы обеспечивали успешное выполнение плана и динамику развития розничного товарооборота, удовлетворение спроса покупателей на отдельные товары. Розничный товарооборот зависит от поступления товаров и состояния товарных запасов. На его объем оказывает влияние прочее выбытие товаров. Эта зависимость может быть выражена формулой товарного баланса:

Зн + П = Р + В + Зк

где: Зн - запасы товаров на начало отчетного периода;

П - поступление товаров;

Р - розничный товарооборот;

В - прочее выбытие товаров;

Зк − запасы товаров на конец отчетного периода.

. Зн пл. + Ппл - Впл. - Зк пл. = 3575 + 256798 - 645 - 4948 = 254780

. Зн ф. + Ппл. - Впл. - Зк. пл. = 4948 + 256798 - 645 - 4948 = 256153

. Зн ф. + Пф - Впл. - Зк. пл. = 4948 + 301847 - 645 - 4948 = 301202

. Зн ф. + Пф - Вф. - Зк. пл. = 4948 + 301847 - 584 - 4948 = 301263

. Зн ф. + Пф - Вф. - Зк. ф. = 4948 + 301847 - 584 - 5733 = 300478

. 256153 - 254780 = 1373

. 301202 - 256153 = 45049

. 301263 - 301202 = 61

. 300478 - 301263 = -785

. Итого: 1373 + 45049 + 61 - 785 = 45698

Таблица 7 - Товарный баланс розничного товарооборота ООО «Монетка» за 2009-2010 годы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение в сумме (+,-) | Влияние на динамику товарооборота, % |
| Запасы товаров на начало года, тыс.р. | 3575 | 4948 | 1373 | 138,4 |
| Поступление товаров, тыс.р. | 256798 | 301847 | 45049 | 117,5 |
| Прочее выбытие товаров, тыс.р. | 645 | 584 | -61 | 90,5 |
| Запасы товаров на конец года, тыс.р. | 4948 | 5733 | 785 | 115,9 |
| Розничная реализация товаров (товарооборот), тыс.р. | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Баланс | 260373 | 306795 | 46422 | 117,8 |

Розничный товарооборот предприятия возрос в 2010 году по сравнению с 2009 годом на 46422 тыс. руб. Это произошло не за счет завышенных товарных запасов, а за счет роста поступления товаров в магазин (45049 тыс. руб.). Увеличение прочего выбытия товаров снизило товарооборот на 61. Возможности роста товарооборота в динамике уменьшились в результате увеличения товарных запасов на конец года (45698 тыс. руб.). Недостатком использования поступающих в предприятие товарных ресурсов является их неполное вовлечение в товарооборот, что явилось следствием завоза в магазин товаров, имеющих высокую цену, что снижало спрос покупателей на них, нарушением ритмичности отгрузки товаров поставщиками, связанными с магазином договорными обязательствами. Часть товаров, поступивших в магазин в излишнем количестве и в конце года, осело на остатках товаров в магазине, что может привести к замедлению оборачиваемости оборотных средств, вложенных в товарные запасы, и возникновению потерь. На предприятии в 2010 году прочее выбытие товаров повысилось по сравнению с 2009 годом на 61.

Режим работы и торговая площадь магазина не изменились по сравнению с отчетным годом. Следовательно, материально-техническая база не повлияла на товарооборот.

Представим анализ эффективности формирования запасов.

Таблица 8 - Анализ эффективности формирования запасов ООО «Монетка» за 2009 - 2010 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | Отклонение (+\-) | Темп отклонения, % |
|  | 2009 | 2010 |  |  |
| Товарооборот, тыс. р. | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Средние товарные запасы, тыс. р. | 4261,5 | 5340,5 | 1079 | 125,3 |
| Время обращения, дни | 6,0 | 6,4 | 0,4 | 106,3 |
| Скорость обращения, оборотов | 59,8 | 56,3 | -3,5 | 94,1 |

Данные таблицы 8 свидетельствуют о том, что происходит замедление товарооборачиваемости. Время обращения увеличилось в 2010 году на 0,4 дня.

При этом число оборотов снизилось в 2010 году на 3,5 об.

В целом по результатам анализа можно сделать вывод о снижении эффективности продажи товаров магазина.

### 2.3 Оценка эффективности формирования валового дохода и издержек обращения

Основным источниками прибыли от реализации ООО «Монетка» является валовой доход от реализации товаров.

Валовой доход равен сумме торговых надбавок.

Валовой доход - это выручка от реализации товаров и услуг (товарооборот) за вычетом затрат на оплату стоимости полученных от поставщиков товаров.

Валовой доход состоит из суммы денежных средств, полученных от реализации товаров, за счет разности между ценой продажи товаров (товарооборотом) и ценой их приобретения. Эта часть валового дохода представляет собой торговую надбавку.

Качественным показателем валового дохода от реализации является уровень валового дохода:

Сумма валового дохода = сумме торговых надбавок

Увд = (Сумма ВД / То ) \* 100 %

Уровень валового дохода показывает размер доходов на один рубль товарооборота.

В таблице 9 приведен расчет валового дохода магазина «Монетка».

Таблица 9 - Динамика показателей по валовому доходу ООО «Монетка» за 2009 - 2010 годы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Годы | Отклонение (+\-) | Темп отклонения, % |
|  | 2009 | 2010 |  |  |
| Товарооборот, тыс. р. | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Сумма валового дохода, тыс. р. | 43313 | 54086 | 10773 | 124,9 |
| Уровень валового дохода (%) | 17,0 | 18,0 | 1,0 | 105,9 |
| Товарооборот на 1 рубль валового дохода | 5,9 | 5,6 | -0,3 | 94,4 |
| Сумма валового дохода на 1 рубль товарооборота | 0,17 | 0,18 | 0,01 | 105,9 |

Уровень валового дохода рассчитывается по формуле:

2009 г. -  = 

г. -  = 

Т/от на 1 рубль ВД =  = 254780 / 43313 = 5,9

Т/от на 1 рубль ВД =  = 300478 / 54086 = 5,6

∑ВД на 1 рубль Т/та =  = 43313 / 254780 = 0,17

∑ВД на 1 рубль Т/та =  = 54086 / 300478 = 0,18

В связи с увеличением товарооборота на 17,9% сумма валового дохода возросла на 10773 тыс. рублей. Данные таблицы свидетельствуют о росте суммы валового дохода над товарооборотом: 24,9% и 17,9% соответственно. В результате такого соотношения увеличился уровень валового дохода, который показывает долю валового дохода в товарообороте. Его доля повысилась с 17% до 18%. Относительное увеличение этого показателя составило 1%, а темп повышения составил 5,9%. Показателем эффективности формирования валового дохода является величина товарооборота на 1 рубль валового дохода. Этот показатель снизился с 5,9 тыс. рублей до 5,6 тыс. рублей Абсолютное снижение этого показателя составил 0,3 тыс. рублей, т.е на каждый рубль валового дохода объем товарооборота снизился на 0,3 тыс. рублей. Расчеты показали, что на каждый рубль товарооборота сумма валового повысилась на 5,9%. Таким образом, повысилась ресурсоотдача, что говорит об эффективном формировании валового дохода.

На валовой доход влияют следующие факторы:

1. Изменение цен;

2. Изменение объема товарооборота;

. Средний уровень валового дохода.

Для изучения влияния факторов на сумму валового дохода составляют следующие расчеты (таблица 10).

Таблица 10 - Расчет влияния факторов на сумму валового дохода ООО «Монетка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Расчет | Влияние на динамику товарооборота |
| Влияние товарооборота | (Тф - Тпл)\*УВДпл/100 (300478-254780)\* 17/100 | 7769 |
| за счет изменения цен | (Тф - Тс)\*УВДпл/100 (300478-275668)\* 17/100 | 4218 |
| за счет изменения физического объема товарооборота | (Тс - Тпл)\*УВДпл/100 (275668-300478)\* 17/100 | -4218 |
| Изменение уровня валового дохода | (УВДф - УВДпл)\*Тф/100 (18-17)\*300478/100 | 3005 |
| Итого |  | 10773 |

Таким образом, за счет общего товарооборота сумма валового дохода возросла на 7769 тыс. рублей . В том числе за счет изменения цен валовой доход вырос на 4218 тыс. рублей, за счет изменения физического объема товарооборота - снизился на 4218 тыс. рублей. Изменение уровня валового дохода увеличило сумму валового дохода на 3005 тыс. рублей.

В общем, сумма валового дохода за счет влияния установленных факторов возросла на 10773 тыс. рублей. Анализ издержек обращения будет произведен по данным бухгалтерской и статистической отчетности, материалам текущего их учета, первичных и сводных документов. Исходная информация об издержках обращения по торговому предприятию ООО «Монетка» представлена в таблице 11.

Таблица 11 - Анализ издержек обращения ООО «Монетка» по данным 2009-2010 годов (тыс.р.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) | Темп отклонения (%) |
| Товарооборот в действующих ценах | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| в сопоставимых ценах | 238112 | 275668 | 37556 | 115,8 |
| Сумма издержек обращения | 13349 | 14226 | 877 | 106,6 |
| Уровень издержек обращения (%) в действующих ценах в сопоставимых ценах | 5,2 5,6 | 4,7 5,2 | -0,5 -0,4 | 90,4 92,1 |
| Затратоотдача в действующих ценах в сопоставимых ценах | 19,1 17,8 | 21,1 19,4 | 2,0 -0,05 | 110,7 90,4 |
| Затратоемкость | 0,1 | 0,05 |  |  |
| Сумма валового дохода | 43313 | 54086 | 10773 | 124,9 |
| Удельный вес издержек обращения в валовом доходе | 30,8 | 26,3 | -4,5 | 85,3 |

В действующих ценах план товарооборота предприятием перевыполнен на 17,9%, а сумма издержек обращения сократилась по сравнению с планом на 9,6%. В сопоставимых же ценах товарооборот увеличился на 15,8%, а сумма издержек обращения снизилась на 7,9%. Это говорит о том, что издержки увеличиваются медленнее, чем товарооборот. Уровень издержек обращения снизился на 9,6% (100-90,4). Следовательно, управление издержками в магазине вполне эффективно.

На практике по размеру снижения (повышения) уровня издержек обращения определяют сумму их относительной экономии или перерасхода и дают оценку соблюдения сметы торговых расходов:

Э (П) = ∆ УИО\*Т/100%,

где: Э (П) - сумма относительной экономии (перерасхода);

∆ УИО - отклонение по уровню издержек обращения за отчетный период;

Т - товарооборот за 2010 год.

Э (П) = -0,5\*300478/100% = -1517,3 тыс. рублей.

Таким образом, относительная экономия в действующих ценах составила 1517,3 тыс. рублей.

Для оценки издержек обращения может применяться показатель затратоотдачи, определяемый отношением товарооборота к сумме издержек обращения. По магазину он составил:

В действующих ценах за 2009 год: 19,1 тыс. рублей.

В действующих ценах за 2010 год: 21,1 тыс. рублей.

В сопоставимых ценах за 2010 год: 19,4 тыс. рублей.

Из таблицы видно, что в действующих за отчетный период увеличилась затратоотдача на 10,7%. Увеличение затратоотдачи является положительной тенденцией, так как увеличивается сумма товарооборота, а значит и сумма прибыли предприятия. Однако, большое влияние на затратоотдачу оказывает изменение розничных цен. При повышении розничных цен растет товарооборот, а следовательно, и затратоотдача. Для измерения влияния этого фактора за затратоотдачу мы определили ее размер за отчетный год в сопоставимых ценах, она составила 19,4 тыс. рублей. Таким образом, повышение розничных цен на товары привело к росту затратоотдачи всего на 1,7 тыс. рублей. (21,1-19,4).

Факторный анализ издержек обращения

Рассчитаем влияние факторов:

За счет увеличения объема товарооборота:

(Т/от ф - Т/от пл.) \* УИО пл. / 100

(300478 - 254780) \* 5,6) / 100 = 2562 тыс. рублей.

За счет роста уровня издержек обращения:

(УИО ф. - УИО пл.) \* Т/от ф. / 100

(4,7 - 5,2) \* 300478) / 100 = -1517 тыс. рублей.

Итого: 1045 тыс. рублей.

Таким образом, оба фактора оказали влияние на рост суммы издержек обращения на 1045 тыс. рублей.

# 2.4 Анализ прибыли и рентабельности

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания широкого круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Величина прибыли, уровень рентабельности зависят от производственной, снабженческой, сбытовой и коммерческой деятельности предприятия, иначе говоря, эти показатели характеризуют все стороны хозяйствования.

Анализ прибыли представим в таблице 12.

Таблица 12

Анализ прибыли ООО «Монетка» за 2009-2010 годы (тыс. р.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) | Темп отклонения (%) |
| Выручка от продажи товаров | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Себестоимость проданных товаров | 211467 | 246392 | 34925 | 116,5 |
| Валовая прибыль | 43313 | 54086 | 10773 | 124,9 |
| Коммерческие расходы | 8478 | 9214 | 736 | 108,7 |
| Управленческие расходы | 4871 | 5012 | 141 | 102,9 |
| Прибыль от продаж | 29964 | 39860 | 9896 | 133,0 |
| Проценты к получению | 214 | 225 | 11 | 105,1 |
| Проценты к уплате | 236 | 586 | 350 | В 2,5 раза |
| Операционные доходы | 7222 | 5530 | -1692 | 76,6 |
| Операционные расходы | 5427 | 2766 | -2661 | 51,0 |
| Прибыль до налогообложения | 31737 | 42263 | 10526 | 133,2 |
| Текущий налог на прибыль | 6347 | 8453 | 2105 | 133,2 |
| Чистая прибыль отчетного года | 25389 | 33810 | 8421 | 133,2 |

На основании данных таблицы 12 можно сделать вывод, что в 2010 году по сравнению с 2009 годом выручка от продажи возросла на 17,9%. Причиной этому послужил рост востребованности товаров предприятия, а также их удорожание.

При этом себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг возросла за период на 16,5%. Это связано с ростом выручки.

Валовая прибыль магазина возросла на 24,9% или на 10773 тыс. рублей.

Произошел рост коммерческих расходов на 8,7%, управленческих расходов на 2,9%.

В связи с привлечением заемных средств произошел рост процентов к уплате в 2010 году в 2,5 раза.

Положительным моментом является рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли на 33,2%, что свидетельствует об эффективной финансовой политике предприятия.

Факторный анализ прибыли организации ведется, исходя из порядка ее формирования. Целью такого анализа является оценка динамики показателей балансовой и чистой прибыли, выявление степени влияния на финансовые результаты ряда факторов, в т.ч. роста (снижения) производства товаров, роста (снижения) объема продаж, повышения качества и расширения ассортимента товаров, повышения рентабельности; выявление резервов увеличения прибыли и др.

Таблица 13 - Исходные данные для анализа прибыли от продаж ООО «Монетка» за 2009-2010 годы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Составляющие прибыли | По отчету 2009 года, тыс. р. | По ценам предыдущего периода при объеме продаж текущего периода, тыс. р. | По отчету 2010 года, тыс. р. |
| Выручка от продажи товаров (объем продаж), (S) | 218457 | 238112 | 254780 |
| Полная себестоимость проданных товаров (C) | 179135 | 197633 | 211467 |
| Прибыль от продаж, (П) | 29063 | 28003 | 29964 |

Факторный анализ прибыли организации ведется, исходя из порядка ее формирования. Целью такого анализа является оценка динамики показателей балансовой и чистой прибыли, выявление степени влияния на финансовые результаты ряда факторов, в т.ч. роста (снижения) производства товаров, роста (снижения) объема продаж, повышения качества и расширения ассортимента товаров, повышения рентабельности; выявление резервов увеличения прибыли и др.

Расчеты проводятся в следующем порядке:

) Изменение прибыли от продаж за период (∆П):

∆П = ПТП - ППП

∆П = 39860 - 299641 = 9896 тыс.рублей.

) Влияние на прибыль изменений цен на проданные товары (∆П1):

∆П1 = SТП - S1

где: SТП объем продаж в текущем периоде в ценах текущего периода;

S1 - объем продаж в текущем периоде в ценах предыдущего периода.

∆П= 300478 - 275668 = 24810 тыс. рублей.

3) Влияние на прибыль изменений объема продаж товаров (∆П2 ):

∆П2 = ППП \*k1 - ППП = ППП (k1 - 1) ,

где: ППП - прибыль предыдущего периода;

К1 - коэффициент изменения себестоимости товаров по ценам предыдущего периода:

k 1= С1 / СПП

где: С1 - себестоимость проданных товаров за текущий период в ценах предыдущего периода;

СПП- себестоимость проданных товаров в предыдущем периоде.

k 1 = 194007 / 211467 = 0,9;

∆П2 = 29964\* (0,9 - 1) = -2474 тыс. рублей.

) Влияние на прибыль изменений в объеме продаж товаров, обусловленных изменениями в структуре товаров (∆П3):

∆П3 = ППП \* (k2 - k1)

где К2 - коэффициент роста объема продаж по ценам предыдущего периода:

k2 = S1 / SПП

где: S1 - объем продаж в текущем периоде по ценам предыдущего периода;

SПП - объем продаж в предыдущем периоде.

k 2 =275668 /254780 = 1,1;

∆П3 = 29964 \* (1,1 - 0,9)= 4931 тыс. рублей.

) Изменение прибыли от продаж за счет изменения себестоимости в связи с изменением цен на потребляемые ресурсы (∆П4):

∆П4 = С1 - СТП

где: С1 - себестоимость проданных товаров за текущий период в ценах предыдущего периода;

СТП - фактическая себестоимость проданных товаров за текущий период.

∆П4 = 194007 - 246392 = -52385 тыс. рублей.

) Влияние на прибыль изменений себестоимости за счет структурных сдвигов в составе товаров (∆П5 ):

∆П5 = СПП \*k2 - С1.

∆П5 = 211467 \* 1,1 - 194007 = 34798 тыс. рублей.

) Сложив величины изменения прибыли под влиянием каждого их факторов, получим суммарное выражение влияния всех факторов на прибыль от продаж (∆П):

∆П = , 1

где: Пi - влияние i-ого фактора;

n - количество факторов.

Таким образом, влияние всех факторов на величину прибыли от продажи товаров ∆П составило:

∆П = 24810+9896+4931-52385+34798=22050 тыс. рублей.

Полученные результаты целесообразно представить в виде таблицы 14.

Таблица 14 - Результаты факторного анализа прибыли от продаж ООО «Монетка» (тыс.р)

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы, вызвавшие изменение | 2010 год |
| 1. Изменение цен | 24810 |
| 2. Объема продаж | 9896 |
| 3. Изменение структуры продаж | 4931 |
| 4. Изменение себестоимости за счет цен на потребляемые ресурсы | -52385 |
| 5. Изменение себестоимости продаж за счет изменения структуры продаж | 34798 |
| Итого: | 22050 |

Рост прибыли на 22050 тыс.рублей в 2010 году произошел за счет изменения объема продаж на 9896 тыс. рублей, роста цен на 24810 тыс. рублей, изменения структуры продаж на 4931 тыс. рублей, изменения себестоимости продаж за счет изменения структуры продаж на 34798 тыс. рублей.

Наряду с абсолютными показателями прибыли необходимо изучить и относительные показатели (коэффициенты) рентабельности (таблица 15).

Таблица 15 - Показатели рентабельности ООО «Монетка» за 2009-2010 годы (%)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) |
| Рентабельность активов организации | 0,37 | 0,40 | 0,03 |
| Эффективность внеоборотного капитала | 3,73 | 4,05 | 0,33 |
| Рентабельность оборотного капитала | 1,93 | 1,39 | -0,55 |
| Рентабельность продаж | 0,12 | 0,13 | 0,02 |
| Коэффициент рентабельности основной деятельности | 0,13 | 0,15 | 0,02 |
| Рентабельность перманентного капитала | 0,51 | 0,53 | 0,02 |

Положительным является рост почти по всем показателей рентабельности в 2010 гг., кроме рентабельности оборотного капитала.

Рентабельность активов организации характеризует эффективность использования всего имущества предприятия. Рост показателя на 0,03 пункта свидетельствует об увеличении спроса на товары магазина.

Эффективность внеоборотного капитала характеризует эффективность использования основных средств организации, определяя, насколько соответствует общий объем имеющихся основных средств (машин и оборудования, зданий, сооружений, транспортных средств, ресурсов, вкладываемых в усовершенствование собственности, и т.п.) масштабу бизнеса организации. Рост показателя на 0,33% характеризует достаточную загруженность имеющегося оборудования.

Рентабельность оборотного капитала отражает эффективность использования оборотного капитала организации. Он определяет, сколько рублей прибыли приходится на один рубль, вложенный в оборотные активы. Кроме того, данный коэффициент показывает, насколько ликвидными являются услуги предприятия. Уменьшение значения показателя с 1,93 в 2009 году до 1,39 в 2010 году показывает снижение эффективности использования оборотного капитала и увеличение вероятности возникновения сомнительной и безнадежной дебиторской задолженности, повышение степени коммерческого риска. Рассматриваемый показатель характеризует эффективность политики организации с точки зрения сбора оплаты по продажам, осуществленным в кредит.

Рентабельность продаж определяет, сколько рублей прибыли получено организацией в результате реализации продукции на один рубль выручки. В нашем случае отмечается снижение показателя на 0,02%, что, несомненно, является отрицательным результатом.

Коэффициент рентабельности основной деятельности определяет, сколько чистой прибыли получено на 1 рубль затрат на производство и рассчитывается как отношение прибыли от продаж к затратам на производство товаров.

Этот коэффициент в значительной степени дублирует коэффициент рентабельности продаж, т. е. снижение значения данного показателя также свидетельствует о росте затрат на производство товаров или снижении цен на них с той лишь разницей, что данный коэффициент более наглядно показывает влияние роста или снижения затрат на производство и рентабельность деятельности организации. В данном случае наблюдается рост показателя.

Рентабельность перманентного капитала отражает эффективность использования капитала, вложенного в деятельность фирмы на длительный срок (как собственного, так и заемного). В отличие от рассмотренных коэффициентов, которые характеризовали различные аспекты рентабельности за отчетный период, данный коэффициент отражает эффективность использования как собственного, так и заемного капитала в долгосрочной перспективе. Рост данного показателя (на 0,02%) не является случайным, это говорит о росте эффективности использования капитала.

По результатам анализа прибыли и рентабельности магазина можно сделать вывод об эффективной экономической политике магазина: в 2010 году по сравнению с 2009 годом выручка от продажи возросла на 17,9%. Причиной этому послужил рост востребованности товаров предприятия, а также их удорожание.

Положительным моментом является рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли на 33,2%, что свидетельствует об эффективной финансовой политике предприятия.

Рост прибыли на 22050 тыс. рублей в 2010 году произошло за счет изменения объема продаж на 9896 тыс. рублей, роста цен на 24810 тыс. рублей, изменения структуры продаж на 4931 тыс. рублей, изменения себестоимости продаж за счет изменения структуры продаж на 34798 тыс. рублей.

Положительным является рост почти по всем показателей рентабельности в 2010 гг., кроме рентабельности оборотного капитала.

# 2.5 Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности на предприятии

Комплексный экономический анализ деятельности торгового предприятия может включать различное сочетание используемых показателей в зависимости от поставленных целей. В табл. 16 приведем наиболее часто используемые показатели.

Таблица 16 - Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности ООО «Монетка» за 2009-2010 годы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Показатели | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) |
| 1. Эффективность использования основных фондов | Фондоотдача (р.) | 6,3 | 4,2 | -2,0 |
|  | Фондоемкость (р.) | 0,2 | 0,2 | 0,1 |
|  | Фондорентабельность (р.) | 0,6 | 0,5 | -0,1 |
|  | Фондовооруженность (тыс. р.) | 798,1 | 1338,5 | 540,3 |
|  | Товарооборот на 1 м2 общей (торговой) площади (тыс. р.) | 424,6 | 500,8 | 76,2 |
|  | Прибыль на 1 м2 общей (торговой) площади (тыс. р.) | 42,3 | 56,4 | 14,0 |
| 2. Эффективность использования оборотных средств | Оборачиваемость оборотных средств (дни) | 23,5 | 37,0 | 13,5 |
| 3. Эффективность использования трудовых ресурсов | Производительность труда (тыс. р.) | 4995,7 | 5669,4 | 673,7 |
|  | Товарооборот на 1 р. расходов на оплату труда (р.) | 28,0 | 28,8 | 0,8 |
|  | Прибыль на одного работника (тыс. р.) | 497,8 | 637,9 | 140,1 |
|  | Прибыль на 1 р. расходов на оплату труда (р.) | 2,8 | 3,2 | 0,5 |
|  | Коэффициент трудоемкости | 0,02 | 0,02 | - |
| 4. Эффективность текущих затрат | Уровень издержек обращения (%) | 79,7 | 78,2 | -1,4 |
|  | Затратоотдача (товарооборот на 1 р. текущих затрат), р. | 1,3 | 1,3 | - |
|  | Рентабельность текущих затрат (%) | 12,5 | 14,4 | 1,9 |
|  | Коэффициент эффективности капитальных вложений | 1,6 | 30,0 | 28,5 |
|  | Срок окупаемости капитальных вложений (лет) | 0,6 | - | -0,6 |

По данным табл. 16 можно сделать следующие выводы:

Показатель фондоотдачи снизился за анализируемый период на 2 пункта. Снижение фондоотдачи - отрицательный фактор в деятельности ООО «Монетка», т.к. отражает уменьшение количества проданных товаров на 1 рубль производственных основных фондов, что характеризуется в уменьшении доли активной части - машин и оборудования, увеличении простоев, наличием излишков непроизводительного или устаревшего оборудования.

Показатель фондоемкости в 2010 году имел тенденцию к росту на 0,1 пункта. Повышение фондоёмкости свидетельствует об ухудшении использования основных фондов ООО «Монетка». И Как следствие снизился показатель фондорентабельности на 0,1 пункта.

Фондовооруженность труда в 2010 году выросла по сравнению с 2009 годом на 540,3 тыс. рублей. Рост фондовооружённости труда приводит к росту производительности труда, рентабельности производства.

Положительным является рост товарооборота на 1 м2 общей (торговой) площади в 2010 году на 76,2 тыс. рублей.

При этом прибыль на 1 м2 общей (торговой) площади возросла в 2010 году на 14,0 тыс. рублей.

Это говорит об эффективной хозяйственной деятельности магазина.

ООО «Монетка» неэффективно использует оборотные средства, т.к. происходит рост оборачиваемости оборотных средств: в 2010 году на 13,5 дней.

Трудовые ресурсы используются эффективно: производительность труда в 2010 году выросла на 673,7 тыс. рублей.

Товарооборот на 1 рубль расходов на оплату труда (р.) возрос на 0,8 рублей.

Прибыль на одного работника возросла 140,1 тыс. рублей.

Коэффициент трудоемкости не изменился и составил 0,02 пункта.

Происходит снижение уровня издержек обращения в товарообороте, что также положительно характеризует деятельность магазина: в 2010 году уровень снизился на 1,4 пункта.

В результате чего рентабельность текущих затрат возросла в 2010 году на 1,9%.

Положительным является рост коэффициента эффективности капитальных вложений в 2010 году на 28,5 пункта.

Как следствие срок окупаемости капитальных вложений снижается.

Также могут быть использованы и другие показатели (таблица 17).

Таблица 17 - Показатели оценки деловой активности ООО «Монетка» за 2009-2010 годы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-), (+) |
| Оборачиваемость основных средств в оборотах | 6,3 | 4,2 | -2,0 |
| в днях | 57,5 | 85,0 | 27,5 |
| Оборачиваемость совокупного капитала в оборотах | 3,0 | 2,9 | -0,1 |
| в днях | 119,8 | 125,3 | 5,5 |
| Оборачиваемость оборотных активов в оборотах | 15,5 | 9,9 | -5,7 |
| в днях | 23,2 | 36,5 | 13,3 |
| Оборачиваемость запасов в оборотах | 51,5 | 52,4 | 0,9 |
| в днях | 7,0 | 6,9 | -0,1 |
| Оборачиваемость денежных средств в оборотах | 42,2 | 16,7 | -25,4 |
| в днях | 8,5 | 21,5 | 13,0 |
| Оборачиваемость собственного капитала в оборотах | 4,4 | 4,0 | -0,3 |
| в днях | 82,4 | 89,4 | 7,0 |

Оборачиваемость основных средств снизилась за весь анализируемый период на 2 оборота, это свидетельствует о повышении издержек производства, либо о недостаточном доходе от реализации продукции, либо о слишком высоком уровне вложений в эти виды активов.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала также снизился на 0,3 оборота и составил в отчетном году 4 оборота, что свидетельствует о снижении эффективности использования собственных средств. В этом случае коэффициент указывает на необходимость вложения собственных средств в другой, более соответствующий данным условия источника дохода. Также можно сказать, что предприятие стало меньше рисковать своими деньгами.

Сосредоточение оборотного капитала в наименее ликвидной форме замедляет оборачиваемость, из-за чего падает объём производства и уменьшается прибыль от реализации.

Оборачиваемость запасов выросла на 0,9 оборота, что говорит об ускорении подвижности средств, которые предприятие вкладывает в создание запасов: чем быстрее денежные средства, вложенные в запасы, возвращаются на предприятие в форме выручки от реализации готовой продукции, тем выше деловая активность организации.

По итогам проведенного анализа можно судить о средней эффективности использовании оборотных средств предприятия.

Представим также сводную комплексную оценку эффективности хозяйственной деятельности магазина.

Таблица 18 - Комплексная оценка эффективности хозяйственной деятельности ООО «Монетка» за 2009-2010 годы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) | Темп отклонения (%) |
| Розничный товарооборот, тыс. р. | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Прибыль: |  |  |  |  |
| сумма, тыс. р. | 25389 | 33810 | 8421 | 133,2 |
| в % к товарообороту | 10,0 | 11,3 | 1,3 | 112,9 |
| Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. р. | 40705 | 70939 | 30234 | 174,3 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. р. | 16418 | 30479 | 14061 | 185,6 |
| Издержки обращения, тыс. р. | 13349 | 14226 | 877 | 106,6 |
| В том числе расходы на оплату труда, тыс. р. | 9104 | 10432 | 1328 | 114,6 |
| Среднесписочная численность работников, чел | 51 | 53 | 2 | 103,9 |
| Производительность труда, тыс. р. | 4995,7 | 5669,4 | 673,7 | 113,5 |
| Среднегодовая заработная плата, тыс. р. | 178,5 | 196,8 | 18,3 | 110,3 |
| Показатель эффективности использования торгового потенциала | 16,0 | 13,3 | -2,7 | 83,3 |
| Показатель эффективности финансовой деятельности | 1,6 | 1,5 | -0,1 | 94,0 |
| Показатель эффективности трудовой деятельности | 28,0 | 28,8 | 0,8 | 102,9 |
| Интегральный показатель эффективности хозяйственной деятельности | 8,9 | 8,3 | -0,6 | 93,3 |
| Оборачиваемость оборотных средств | 23,5 | 37,0 | 13,5 | 157,4 |
| Фондоотдача, р. | 6,3 | 4,2 | -2,0 | 67,7 |
| Затратоотдача, р. | 19,1 | 21,1 | 2,0 | 110,7 |

По данным таблицы 18 можно сделать вывод о снижении эффективности хозяйственной деятельности магазина - интегральный показатель эффективности хозяйственной деятельности в 2010 году снизился на 0,6 пункта.

Т.к. показатели прибыльности предприятия растут необходимо выяснить по какой причине происходит снижение эффективности хозяйственной деятельности:

Динт=[(ПТотч-ПТбаз)\*Чотч+(ФОотч-ФОбаз)\*ОФотч]/(∆РТО\*2)\*100%

где: Динт - доля прироста розничного товарооборота за счет интенсивных факторов, %:

ПТотч, ПТбаз - показатель производительности труда работников в отчетном и базисном периодах, тыс. рублей;

Чотч - среднесписочная численность работников в отчетном периоде, чел.;

ФОотч, ФОбаз - показатель фондоотдачи в отчетном и базисном периодах, рублей;

ОФотч - среднегодовая стоимость основных фондов в отчетном периоде, тыс. рублей;

∆РТО - прирост розничного товарооборота в отчетном периоде по сравнению с базисным.

Динт = ((5669,4-4995,7)\*53+(4,2-6,3)\*70939)/( 45698\*2)\*100=-118

Таким образом, снижение розничного товарооборота в 2 раза в 2010 году произошел за счет интенсивных факторов.

Рассчитаем показатель интенсивности развития торгового предприятия в целом.

Тинт=(113,5\*157,4\*67,7)/(103,9\*185,6\*174,3)\*100%=36%

Можно сделать вывод, что хотя предприятие и развивается, но темпы интенсивности этого развития снижаются.

Для комплексной обобщающей оценки уровня экономического развития анализируемого торгового предприятия рассчитаем показатель темпа его экономического роста.

Тэр==106,8

Темп экономического роста торгового предприятия составил 106,8%.

В матричную модель проведения комплексного экономического анализа включим: ресурсы, затраты и результаты.

Таким образом, построим матрицу 5х5, для этого рассчитаем основные показатели деятельности предприятия.

Таблица 19 - Основные показатели хозяйственной деятельности ООО «Монетка» за 2008-2010 годы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2009 год | 2010 год | Отклонение (-\+) | Темп отклонения (%) |
| Прибыль, тыс. р. | 25389 | 33810 | 8421 | 133,2 |
| Розничный товарооборот, тыс. р. | 254780 | 300478 | 45698 | 117,9 |
| Издержки обращения, тыс. р. | 13349 | 14226 | 877 | 106,6 |
| Торговая площадь, м2 | 450 | 450 | 0 | 100,0 |
| Среднесписочная численность работников, чел. | 51 | 53 | 2 | 103,9 |

Высокие устойчивые темпы роста эффективности хозяйственной деятельности обеспечены если:

Тп>Трто>Тио>Тs>Тч,

где: Тп - темп роста прибыли, %;

Трто - темп розничного товарооборота, %;

Тио - темп роста издержек обращения, %;

Тs - темп роста торговой площади, %;

Тч - темп роста среднесписочной численности, %.

Из таблицы 19:

,2>117,9>106,6>100<103,9

В нашем случае не выполнено последнее неравенство.

Построим матрицу 5х5.

Элементами матрицы являются относительные показатели, полученные путем деления данных каждого столбца на данные каждой строки. В первой строке каждой графы расположены соответствующие относительные показатели за 2009 год, во второй - за 2010 год, в третьей - значение индекса (темпа роста, снижения) соответствующего относительного показателя.

Таблица 20 - По показателю прибыли

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формула | 2009 год | 2010 год | Индекс (темп рост) 2010 год от 2009 года |
| П:П | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| П:РТО | 0,100 | 0,113 | 1,129 |
| П:ИО | 1,902 | 2,377 | 1,250 |
| П:S | 56,421 | 75,134 | 1,332 |
| П:Ч | 497,829 | 637,933 | 1,281 |

Таблица 21 - По показателю розничного товарооборота

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формула | 2009 год | 2010 год | Индекс (темп рост) 2010 год от 2009 года |
| П:П | \* | \* | \* |
| РТО:РТО | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| РТО:ИО | 19,086 | 21,122 | 1,107 |
| РТО:S | 566,178 | 667,729 | 1,179 |
| РТО:Ч | 4995,686 | 5669,396 | 1,135 |

Таблица 22 - По показателю издержек обращения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формула | 2009 год | 2010 год | Индекс (темп рост) 2010 год от 2009 года |
| ИО:П | \* | \* | \* |
| ИО:РТО | \* | \* | \* |
| ИО:ИО | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| ИО:S | 29,664 | 31,613 | 1,066 |
| ИО:Ч | 261,745 | 268,415 | 1,025 |

Таблица 23 - По показателю площади предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формула | 2009 год | 2010 год | Индекс (темп рост) 2010 год от 2009 года |
| S:П | \* | \* | \* |
| S:РТО | \* | \* | \* |
| S:ИО | \* | \* | \* |
| S:S | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| S:Ч | 8,824 | 8,491 | 0,962 |

Таблица 24 - По показателю среднесписочной численности работников

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Формула | 2009 год | 2010 год | Индекс (темп рост) 2010 год от 2009 года |
| Ч:П | \* | \* | \* |
| Ч:РТО | \* | \* | \* |
| Ч:ИО | \* | \* | \* |
| Ч:S | \* | \* | \* |
| Ч:Ч | 1,000 | 1,000 | 1,000 |

По результатам расчетов построим матрицу.

Элементами матрицы являются относительные показатели, полученные путем деления данных каждого столбца на данные каждой строки. В первой строке каждой графы расположены соответствующие относительные показатели за базисный год, во второй отчетный год, в третьей - значение индекса (темпа роста, снижения) соответствующего относительного показателя.

Таблица 25 - Матричная модель 5х5 проведения комплексного анализа хозяйственной деятельности

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Числитель Знаменатель | Результаты | Затраты | Ресурсы |
|  | 1. Прибыль (П) | 2. Розничный товарооборот (РТО) | 3. Издержки обращения (ИО) | 4. Торговая площадь (S) | 5. Среднесписочная численность (Ч) |
| Результаты | 1. Прибыль (П) | П:П 1,000 | РТО:П | ИО:П | S:П | Ч:П |
|  | 2. Розничный товарооборот (РТО) | П:РТО 0,100 0,113 | РТО:РТО 1,000 | ИО:РТО | S:РТО | Ч:РТО |
| Затраты | 3. Издержки обращения (ИО) | П:ИО 1,902 2,377 | РТО:ИО 19,086 21,122 | ИО:ИО 1,000 | S:ИО | Ч:ИО |
| Ресурсы | 4. Торговая площадь (S) | П: S 56,421 75,134 | РТО: S 566,178 667,729 | ИО: S 29,664 31,613 | S: S 1,000 | Ч: S |
|  | 5. Среднесписочная численность работников (Ч) | П:Ч 497,829 637,933 | РТО:Ч 4995,686 5669,396 | ИО:Ч 261,745 268,415 | S:Ч 8,824 8,491 | Ч:Ч 1,000 |

По индексам (темпам роста) относительных показателей, находящихся под диагональю матрицы, по формуле средней арифметической рассчитывается значение обобщающего показателя эффективности хозяйственной деятельности предприятия:

КЭ = (1,129+1,250+1,332+1,281+1,107+1,179+1,135+1,066+1,025+0,962) / 10 = 1,1466

В 2010 году по сравнению с 2009 годом эффективность хозяйственной деятельности ООО «Монетка» повысилась, что свидетельствует о положительной динамике развития предприятия.

## 3. Разработка мероприятий по улучшению эффективности хозяйственной деятельности предприятия

## 3.1 Мероприятия по улучшению хозяйственной деятельности предприятия

Практически не вызывает сомнения тот факт, что издержки обращения оказывают существенное влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности ООО «Монетка». Ведь именно издержки (точнее - их уровень в розничном товарообороте) определяют качественный уровень управления финансовой и хозяйственной деятельностью торгового предприятия, определяют величину важнейших показателей финансовых результатов: прибыли, рентабельности, ликвидности.

Основой формирования всех без исключения показателей работы торгового предприятия является розничный товарооборот. Следующим показателем, определяющим основу финансовых результатов является валовый доход. И, что бы перейти к рассмотрению прибыли, необходимо из валового дохода вычесть издержки обращения. Следовательно, чем точнее анализируются и планируются издержки обращения, чем экономнее они расходуются в процессе обеспечения розничного оборота, тем выше прибыльность торгового предприятия, тем выше его финансовая устойчивость, тем качественная система управления им. Процесс снижения издержек обращения (но не в ущерб качеству обслуживания) способствует повышению эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия, повышает доверие со стороны партнеров, кредиторов и, самое главное, со стороны покупателей.

Руководство магазина ООО «Монетка» вполне осознает всю важность процесса изучения, анализа и планирования основных показателей работы предприятия, в том числе издержек обращения. Для составления текущих и перспективных планов проводится глубокий анализ не только суммы издержек и их удельного веса в общем объеме розничного товарооборота, а также анализируются все факторы, которые так или иначе сказываются на величине издержек предприятия. На основании данных анализа определяются причины, вызвавшие те или иные отклонения от плановых показателей, чтобы определить основные направления оптимизации издержек обращения.

Основными путями снижения издержек обращения в торговом предприятии ООО «Монетка» будут:

- совершенствование коммерческой работы и ускорение товарооборачиваемости;

- совершенствование организации торговли и рост товарооборота;

 повышение эффективности использования производственных фондов.

К качественной характеристике коммерческой работы предприятия следует также отнести работу, связанную с определением оптимального размера партии поставок. Ведь от того, насколько точно рассчитана эта величина зависит не только ускорение товарооборачиваемости, но и величина скидки предприятия изготовителя или оптового посредника (торговой базы, оптового магазина)

Следовательно, необходимо точно соотносить расходы по хранению товарно-материальных ценностей с величиной оптовой скидки. При этом также следует учитывать расходы по завозу - транспортные расходы, расходы, связанные с погрузочно-разгрузочными работами.

При точном проведении расчетов можно определить оптимальный размер партии каждого из поставщиков.

Экономия издержек обращения является одним из наиболее важных резервов увеличения прибыли, создания наиболее благоприятных условий для самофинансирования предприятий.

Однако экономия издержек обращения сама по себе не является самоцелью в условиях формирования рыночной экономики. Она должна осуществляться без ущерба качеству торгового обслуживания. Поэтому, совокупность мероприятий, направленных на сокращение издержек обращения торгового предприятия, не должны затрагивать те статьи расходов, которые связаны с обеспечением конечной статьи торгово-технологического процесса - обслуживание потребителя. А экономию следует осуществлять за счет снижения транспортных расходов, оптимизации коммерческих расходов, снижения потерь товарно-материальных ценностей, расходов на тару, повышения экономии топливно-энергетических ресурсов, совершенствование форм и методов оплаты труда торгово-производственного персонала (связь оплаты труда с итогами работы предприятия).

Другим не маловажным направлением пути совершенствования организации торговли является повышение качества обслуживания населения, которое достигается за счет совершенствования организации работы торгово-производственного персонала.

Повышение уровня материальной заинтересованности в совокупности с ростом качества системы организации торгового места способствует как росту производительности, так и снижению уровня издержек обращения.

Одним из существенных факторов, влияющих на сокращение издержек обращения, является повышение использования производственных фондов. Для изучения влияния этого фактора на сокращение издержек торгового предприятия следует в начале проанализировать эффективность использования основных фондов.

Результаты хозяйственной деятельности постоянно улучшаются, что является результатом правильной организации торгово-закупочной деятельности и оптимизации процесса продажи. При этом уровень отдачи капитала возрастает, равно, как возрастает и прибыльность продаж.

Повышение показателей эффективности работы предприятия практически всегда (при условии умелого и рачительного хозяйствования) сопровождается снижением издержек торгового предприятия. Следовательно, магазин при условии сохранения величины издержек предприятия. На основании данных анализа определяются причины, вызвавшие те или иные отклонения от плановых показателей, чтобы определить основные направления оптимизации издержек обращения.

Процесс снижения издержек обращения (но не в ущерб качеству обслуживания) способствует повышению эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия, повышает доверие со стороны партнеров, кредиторов, и самое главное покупателей.

Безусловно, на величину издержек обращения существенное влияние оказывает рост товарооборота.

Рост товарооборота и совершенствование его структуры является одним из непременных условий снижения, как объема, так и удельного веса издержек обращения в структуре розничного товарооборота торгового предприятия. Только сопутствующие товары могут привести (как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения) к изменению на 10-15 % розничного товарооборота ООО «Монетка». При этом рост затрат, связанных с реализацией сопутствующих товаров составит 8-9 %. Таким образом, в результате увеличения предложения сопутствующих товаров есть возможность существенно увеличить розничный товарооборот с незначительным ростом издержек обращения.

Управление доходами предприятия наряду с их анализом, планированием и обоснованием размеров торговых надбавок (наценок) предполагает разработку мер по увеличению доходов. Основными направлениями повышения доходности ООО «Монетка» могут быть следующие:

- увеличение объема оборота;

- совершенствование структуры оборота, расширение и обновление ассортимента товаров (продукции собственного производства и покупных товаров предприятий питания) в соответствии со спросом потребителей;

- поиск наиболее выгодных поставщиков товаров, увеличение объема закупок непосредственно у предприятий-производителей и уменьшение числа посредников;

- использование системы скидок по договоренности с поставщиками;

 повышение качества торгового обслуживания, расширение перечня услуг, оказываемых покупателям;

 пересмотр размеров торговых надбавок (наценок предприятий питания) с целью повышения их экономической обоснованности, гибкое маневрирование размерами торговых надбавок и наценок;

 использование эффективной маркетинговой политики, осуществление рекламной и информационной деятельности;

 изыскание возможностей получения дополнительных доходов и др.

## 3.2 Планирование показателей эффективности хозяйственной деятельности предприятия

Одним из методов расчета общего объема розничного товарооборота торгового предприятия является экономико-статистический метод, основанный на сглаживании данных о приросте товарооборота за ряд лет, предшествующих планируемому году. Рассмотрим пример такого расчета (таблица 26).

Таблица 26 - Исходные данные для сглаживания прироста объема товарооборота ООО «Монетка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Год | Фактический товарооборот, тыс.р. | Среднегодовой темп роста (К), % |
| 2008 | 218457 | 100,0 |
| 2009 | 254780 | 116,6 |
| 2010 | 300478 | 117,9 |

g =  = \* 100 = 117,3%

Т.е. в среднем каждый год товарооборот увеличивается на 17,3%.

Т/т план. =  =  = 352400 тыс.рублей.

Таким образом, в 2011 году по сравнению с 2010 годом товарооборот торгового предприятия должен увеличиваться в действующих ценах на 51922 тыс. рублей.

Аналогичным образом рассчитаем планируемый валовой доход магазина.

Таблица 27 - Исходные данные для сглаживания прироста объема валового дохода ООО «Монетка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Год | Фактический валовой доход, тыс. р. | Среднегодовой темп роста (К), % |
| 2008 | 39322 | 100,0 |
| 2009 | 43313 | 110,1 |
| 2010 | 54086 | 124,9 |

g = \* 100 = 117,3%

Т.е. в среднем каждый год валовой доход увеличивается на 17,3%.

Т/т план. =  =  = 63432 тыс.рублей.

Таким образом, в 2011 году по сравнению с 2010 годом валовой доход торгового предприятия должен увеличиваться в действующих ценах на 9346 тыс. рублей.

Рассчитаем планируемую сумму издержек обращения.

Таблица 28 - Исходные данные для сглаживания прироста объема издержек обращения ООО «Монетка»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Год | Фактические издержки обращения, тыс. р. | Среднегодовой темп роста (К), % |
| 2008 | 19374 | 100,0 |
| 2009 | 13349 | 68,9 |
| 2010 | 14226 | 106,6 |

g = \* 100 = 85,7%

Т.е. в среднем каждый год издержки обращения снижаются.

Т/т план. =  =  = 12190 тыс.рублей.

Таким образом, в 2011 году по сравнению с 2010 годом издержки обращения торгового предприятия должны снизится на 2036 тыс. рублей.

Обобщающие показатели представим в таблице 29.

Таблица 29 - Планируемые показатели хозяйственной деятельности ООО «Монетка» на 2011 год (тыс.р.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2010 год | 2011 год | Отклонение (-\+) | Темп отклонения (%) |
| Товарооборот | 300478 | 352400 | 51922 | 117,3 |
| Сумма валового дохода | 54086 | 63432 | 9346 | 117,3 |
| Уровень валового дохода | 18,0 | 18,1 | 0,1 | 100,1 |
| Сумма издержек обращения | 14226 | 12190 | -2036 | 85,7 |
| Уровень издержек обращения | 26,3 | 19,2 | -7,1 | 73,1 |
| Прибыль от реализации | 39860 | 51242 | 11382 | 128,6 |

Таким образом, по результатам расчетов и в целом по главе можно сделать следующие выводы:

Разработанные нами мероприятия помогут повысить товарооборот магазина на 17,3% или на 51922 тыс. рублей. В результате чего уровень валового дохода возрастет на 0,1% и составит 18,1%

Произойдет снижение издержек обращения на 2036 тыс. рублей или на 14,3%, при этом уровень издержек обращения снизится на 7,1%.

Прибыль от реализации вырастет на 11382 тыс. рублей или на 28,6%.

Проведенные расчеты позволяют судить о высокой эффективности предложенных мероприятий.

## Заключение

По результатам работы можно сделать следующие выводы:

Анализ хозяйственной деятельности как наука представляет собой систему знаний, связанную с исследованием взаимозависимости экономических явлений, выявлением положительных и отрицательных факторов и измерением степени их влияния, тенденций и закономерностей, резервов, упущенных выгод, с практическими обобщениями и выводами.

Основными показателями, характеризующими результаты коммерческой деятельности торговых предприятий, выступают товарооборот, валовой доход, другие доходы, издержки обращения, прибыль и рентабельность.

В качестве описываемого предприятия был выбран магазин розничной торговли ООО «Монетка».

Положительным является рост товарооборота на 17,9% или на 45698 тыс. рублей, что является положительным моментом. Рост товарооборота говорит о наращивании хозяйственной деятельности ООО «Монетка».

При этом произошел рост валового дохода магазина на 10773 тыс. рублей или на 24,9%. Это говорит о росте эффективности деятельности магазина.

В результате чего произошло увеличение уровня валового дохода с 17% в 2009 году до 18% в 2010 году или на 1%.

Сумма издержек обращения возросла на 877 тыс. рублей или на 6,6%, при этом положительным является снижение уровня издержек обращения в товарообороте на 0,5%.

Таким образом, на предприятии соблюдено «Золотое правило предпринимательской деятельности», при котором индексная цепочка показателей имеет вид: Јn > Јт/об > Јио, т. е. 1,330 > 1,179 > 1,066.

Происходит рост товарооборота магазина: в действующих ценах рост произошел на 39,1%, в сопоставимых на 34%.

Цепные темпы роста товарооборота также имеют тенденцию к увеличению, что является положительным моментом: в действующих ценах в 2009 году рост произошел на 16,6%, в сопоставимых на 13,9%, в 2010 году на 17,9% и 15,8% соответственно. Среднегодовой темп роста составил 2,3% в действующих ценах и на 3,4% в сопоставимых ценах.

Товарооборот магазина за 2010 год вырос на 17,9%, абсолютный прирост составил 45698 тыс. рублей. В поквартальном разрезе наблюдается следующее: товарооборот магазина «Монетка» распределяется по кварталам неравномерно. Наиболее напряженным был второй квартал, наименее напряженным - четвертый.

Колебание в развитии товарооборота составляет 83,5%. Выполнение плана товарооборота за отчетный год было равномерным только на 29,3%. Чем ближе к 100% коэффициент ритмичности, тем ритмичнее изменяется товарооборот.

За счет роста численности работников товарооборот увеличился на 9991,4 тыс. рублей, а за счет увеличения производительности труда товарооборот повысился на 35706,6 тыс. рублей. В общем, за счет трудовых ресурсов товарооборот увеличился на 45 698 рублей.

Происходит замедление товарооборачиваемости. Время обращения увеличилось в 2010 году на 0,4 дня.

При этом число оборотов снизилось в 2010 г. на 3,5 оборота.

За счет общего товарооборота сумма валового дохода возросла на 7769 тыс. рублей. В том числе за счет изменения цен валовой доход вырос на 4218 тыс. рублей, за счет изменения физического объема товарооборота - снизился на 4218 тыс. рублей. Изменение уровня валового дохода увеличило сумму валового дохода на 3005 тыс. рублей.

В общем, сумма валового дохода за счет влияния установленных факторов возросла на 10773 тыс. рублей.

В действующих ценах план товарооборота предприятием перевыполнен на 17,9%, а сумма издержек обращения сократилась по сравнению с планом на 9,6%. В сопоставимых же ценах товарооборот увеличился на 15,8%, а сумма издержек обращения снизилась на 7,9%. Это говорит о том, что издержки увеличиваются медленнее, чем товарооборот. Уровень издержек обращения снизился на 9,6% (100-90,4). Следовательно, управление издержками в магазине вполне эффективно.

По результатам анализа прибыли и рентабельности магазина можно сделать вывод об эффективной экономической политике магазина: в 2010 году по сравнению с 2009 годом выручка от продажи возросла на 17,9%. Причиной этому послужил рост востребованности товаров предприятия, а также их удорожание.

Положительным моментом является рост прибыли до налогообложения и чистой прибыли на 33,2%, что свидетельствует об эффективной финансовой политике предприятия.

Рост прибыли на 22050 тыс. рублей в 2010 году произошел за счет изменения объема продаж на 9896 тыс. рублей, роста цен на 24810 тыс. рублей, изменения структуры продаж на 4931 тыс. рублей, изменения себестоимости продаж за счет изменения структуры продаж на 34798 тыс. рублей.

Положительным является рост почти по всем показателей рентабельности в 2010 гг., кроме рентабельности оборотного капитала.

Интегральный показатель эффективности хозяйственной деятельности в 2010 году снизился на 0,6 пункта.

Темп экономического роста торгового предприятия составил 106,8%.

В 2010 году по сравнению с 2009 годом эффективность хозяйственной деятельности ООО «Монетка» повысилась на 1,1466 пункта, что свидетельствует о положительной динамике развития предприятия.

Основными направлениями повышения доходности ООО «Монетка» могут быть следующие:

- увеличение объема оборота;

- совершенствование структуры оборота, расширение и обновление ассортимента товаров (продукции собственного производства и покупных товаров предприятий питания) в соответствии со спросом потребителей;

 поиск наиболее выгодных поставщиков товаров, увеличение объема закупок непосредственно у предприятий-производителей и уменьшение числа посредников;

 использование системы скидок по договоренности с поставщиками;

 повышение качества торгового обслуживания, расширение перечня услуг, оказываемых покупателям;

 пересмотр размеров торговых надбавок (наценок предприятий питания) с целью повышения их экономической обоснованности, гибкое маневрирование размерами торговых надбавок и наценок;

 использование эффективной маркетинговой политики, осуществление рекламной и информационной деятельности;

 изыскание возможностей получения дополнительных доходов и др.

Разработанные нами мероприятия помогут повысить товарооборот магазина на 17,3% или на 51922 тыс. рублей. В результате чего уровень валового дохода возрастет на 0,1% и составит 18,1%

Произойдет снижение издержек обращения на 2036 тыс. рублей или на 14,3%, при этом уровень издержек обращения снизится на 7,1%.

Прибыль от реализации вырастет на 11382 тыс. рублей или на 28,6%.

Проведенные расчеты позволяют судить о высокой эффективности предложенных мероприятий.

товар доход издержки эффективность

# Список использованных источников

1. Баканов, М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 416 с.

2. Борисов, А.Б. Большой экономический словарь / А.Б. Борисов. - М.: Книжный мир, 2009. - 895 с.

. Бородина, Е.И. Прибыль и рентабельность в системе показателей / Е.И. Бородина. - М.: Финансы, 2010. - 251 с.

. Бороненкова, С.А. Экономический анализ - основа поиска резервов / С.А. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 90 с.

. Вахрушина, М. Точка безубыточности - опора для прибыли / М. Вахрушина // Экономика и жизнь: бухгалтерское приложение. - 2010 - №35. С. 19 - 20.

. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для вузов / Под. ред. Л.Е. Стровского. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 823 с.

. Ворст, И. Экономика фирмы / И. Ворст, П. Ревентлоу. - М.: Высшая школа, 2009. - 294 с.

. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия / Л.Т. Гиляровская, А.А. Вехорева. - С-Пб.: Питер, 2008. - 256 с.

. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика, 2010. - 432 с.

. Половинкин, С.А. Управление финансами предприятия: учебно-практическое пособие / С.А. Половинкин. - М.: ИД ФБК - ПРЕСС, 2008. - 376 с.

. Раицкий, К.А. Экономика предприятия / К.А. Раицкий. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. - 1012 с.

. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. - Мн.: Новое знание, 2009. - 704 с.

. Севрук, М.А. Экономический анализ в условиях самостоятельности предприятий / М.А. Севрук. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 191 с.

. Стратегическое планирование и развитие предприятий / Тезисы докладов и сообщений Третьего всероссийского симпозиума. - М.: ЦЭМИ РАН, 2007. - 136 с.

. Шеремет, А.Д. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / А.Д. Шеремет, РУБ.С. Сайфулин. - М.: Экономика, 2009. - 232 с.

. Экономический справочник руководителя предприятия / сост.: С.В. Рыжиков, В.Г. Золотогоров, В.С. Рыжиков. - Ростов на дону: Издательство «Феникс», 2008. - 320 с.

17. Абрамова Е.В. Правовое регулирование в розничной торговле//Справочник руководителя торгового предприятия. - 2005. - № 9. - С. 54-77.

18. Александров Ю.Л. Издержки обращения торгового предприятия: анализ и экономическое обоснование./Ю.Л. Александров - Красноярск, 2007. - 124с.

. Альбеков А.У. Экономика предприятия./А.У. Альбеков - Ростов н/Д: Феникс, 2006. - 448с.

. Соломатина А.Н. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2010. - 560 с.: ил.

. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник / Л.И. Кравченко. - 6-е изд., перераб. - М.: Новое знание, 2003. - 526 с. - (Экономическое образование)

. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник / Под общ. Ред. А.Н. Соломатина. - 2-е изд., перераб. И доп. - М.: ИНФРА-М, 2003. - 292 с. - (Серия «Высшее образование»).

. Аниськова О.Г. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли./О.Г. Аниськова - М.: Издательско-книготорговый центр Маркетинг, 2006. с.425

. Баканов М.И. Курс экономического анализа./Под ред. М.И. Баканова, А.Д. Шеремета. - М.: Финансы и статистика, 2007.

. Белявский И.К. Основы коммерции: Учебно-практическое пособие / МГУ./И.К. Белявский - М.: МЭСИ, 2005. - 423с.

. Брагин Л.А. Торговое дело - экономика и организация. - М.: ИНФРА/Л.А. Брагин - М.: ИНФРА-М, 2006. -256с.

. Брагин Л.А. Экономика торгового предприятия: Торговое дело/ Л.А. Брагин. - М.: ИНФРА-М, 2008. -314с.

. Федеральный Закон Российской Федерации «О регулировании розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в Российской Федерации»//Современная торговля. - 2005. - № 6. - С. 4-12.

. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность./С.Н. виноградова - Минск: «Высшая школа», 2006 . - 176 с.

. Дзахмишева И.Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуги в розничной торговой сети//Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 3. - С.93-107.

. Егоров В.Ф. Организация торговли./В.Ф. Егоров - СПб.: Питер, 2006. - 344 с.

. Ерчак А.И. О взаимосвязи цены и качества товаров в розничной торговле и обоснованности ее учета со стороны потребителей // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 5. - С. 7-11.

. Заикин А.А. Маркетинг в розничной торговле// Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 1. - С.60-70.

. Ильин А. И. Планирование на предприятии./А.И. Ильин - М.: ДиС, 2007 225с.

. Каплина С. А. Организация коммерческой деятельности./С.А. Каплина - Ростов н/ Д: Феникс, 2006. - 414 c.

. Ковалев В.В. Финансовый анализ. Методы и процедуры./В.В. Ковалев - М.: Финансы и статистика, 2006.

. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в розничной торговле./Г.А. Николаева - М.: Приор-издат , 2006. - 257 с.

. Ньюмэн Э. Розничная торговля: организация и управление : пер. с англ. / Э. Ньюмэн, П. Каллен. - СПб. : Питер , 2005. - 416 с.

. Панкратов Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности./Ф.Г. Панкратов и др. - М.: Маркетинг, 2006 - 248 с.

. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность./Ф.Г.Панкратов, Т.К.Серегина. - М.: ИВЦ «Маркетинг», 2007 г.

. Патров В.В. Розничная торговля./В.В. Патров - М.: МЦЭФР, 2007. - 298

. Плиханов Г.В. Торговое дело./Г.В. Плиханов - Москва, 2006. - 452с.

. Покровский А.И. Экономика торговли./А.И. Покровский - М., 2005. - 354с.

. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность./Ф.П. Половцева - М.: ИНФРА - М, 2007. - 257с.

. Раицкий К.А. Экономика предприятия./К.А. Раицкий - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2005. - 693с.

. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия./Г.В. Савицкая - М.: ИСЗ, 2006.

. Сидорова Ю. Аудит в торговле//Современная торговля. - 2005. - № 8. - С. 82-84.

. Снегирева В.И. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям./В.И. Снегирева - СПб. : Питер , 2007. - 411 с.

. Хасис Л.А. Закономерности развития российских розничных торговых сетей./Л.А. Хасис - М.: Едиториал УРСС, 2007. - 72 с.

. Хисамова З. Возрождение универмага//Эксперт. - 2005. - № 32. - С. 26

. Хисрик Роберт Д. Торговля и менеджмент продаж./ Роберт Д. Хисрик, Ральф В. Джексон - М.: «Филинъ», 2006.

. Шухгальтер М.Л. Экономика предприятия/ М.Л. Шухгальтер, А.Е. Карлик - М.: ИНФРА-М, 2006. - 432с.