Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Хабаровская государственная академия экономики и права

Факультет «Международные экономические отношения»

Кафедра коммерческой деятельности

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

по дисциплине:

*«Экономика предприятия»*

**Тема: Организация аналитической работы на предприятии торговли**

**(на примере магазина «Спорт-Интур»)**

Выполнила: студентка *гр. К-51 (с), 5 курс*

*Бутяева Ирина Владимировна*

№ зачетной книжки: *з-05114001с*

Проверил (а):

Хабаровск 2007

**Реферат**

**Содержание**

[Введение 4](#_Toc162436436)

[1. Основные правила организации аналитической работы на предприятии торговли 6](#_Toc162436437)

[***1.1.*** ***Сущность аналитической работы на предприятиях торговли*** 6](#_Toc162436438)

[***1.2. Задачи и методы проведения аналитической работы*** 9](#_Toc162436439)

[***1.3. Методика аналитической работы, информационное обеспечение, технические приемы и способы*** 13](#_Toc162436440)

[2. Проведение аналитической деятельности 21](#_Toc162436441)

[в магазине "Спорт-Интур" 21](#_Toc162436442)

[***2.1. Организационно-экономическая характеристика магазина*** 21](#_Toc162436443)

[***2.2. Анализ доходов предприятия в динамике*** 26](#_Toc162436444)

[***2.3. Анализ ритмичности получения валового дохода*** 27](#_Toc162436445)

[***2.4. Анализ валового дохода по направлениям деятельности*** 30](#_Toc162436446)

[***2.5. Сводная оценка анализа валового дохода на предприятии*** 33](#_Toc162436447)

[***2.6. Анализ расходов предприятия в динамике*** 34](#_Toc162436448)

[***2.7. Анализ состава и структуры расходов предприятия*** 36](#_Toc162436449)

[***2.8. Факторный анализ расходов предприятия*** 37](#_Toc162436450)

[***2.9. Анализ эффективности использования текущих затрат*** 41](#_Toc162436451)

[3. Совершенствование аналитической работы в магазине "Спорт-Интур" 43](#_Toc162436452)

[**3.1. *Планирование валового дохода*** *в* ***магазине*** 43](#_Toc162436453)

[***3.2. Планирование расходов по реализации продукции*** 45](#_Toc162436454)

[Заключение 48](#_Toc162436455)

[Список использованных источников 50](#_Toc162436456)

[Приложение 53](#_Toc162436457)

**Введение**

Результативность анализа хозяйственной деятельности во многом зависит от правильной его организации, которая должна соответствовать ряду требова­ний. Она должна носить научный характер, строиться на плановой основе, ос­новываться на новейших методиках, обеспечивать действенность и эффектив­ность аналитического процесса.

Аналитическая работа входит в служебные обязанности каждого руково­дителя, каждого менеджера, принимающего управленческие решения. Отсюда важным принципом ее организации является четкое распределение обязан­ностей по проведению анализа между отдельными исполнителями. От того, на­сколько рационально распределены обязанности, зависит, с одной стороны, полнота анализа, а с другой - предупреждается дублирование одной и той же работы различными службами, более эффективно используется служебное вре­мя различных специалистов.

Одним из принципов организации анализа на предприятиях торговли яв­ляется обеспечение экономичности и эффективности аналитического процесса, т.е. выполнение наиболее полного и всестороннего исследования при миниму­ме затрат на его проведение. С этой целью при его проведении должны широко использоваться новейшие методики анализа, компьютерные технологии обра­ботки информации, рациональные методы сбора и хранения данных.

Важным принципом в организации аналитической работы на предпри­ятии является ее регламентация и унификация. Регламентация предусматривает разработку для каждого исполнителя обязательного минимума таблиц и выход­ных форм анализа. Унификация (стандартизация) анализа предполагает созда­ние типовых методик и инструкций, выходных форм и таблиц, стандартных программ, единых критериев оценки, что обеспечивает сопоставимость, своди­мость результатов анализа на более высоком уровне управления, повышает объективность оценки деятельности внутрихозяйственных подразделений, уменьшает затраты времени на анализ и в итоге способствует повышению его эффективности.

Основная цель работы - проанализировать процесс организации аналитической работы на предприятии торговли. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

* определить экономическую сущность аналитической работы,
* произвести аналитическую работу на предприятии торговли,
* предложить рекомендации по совершенствованию аналитической деятельности на предприятии.

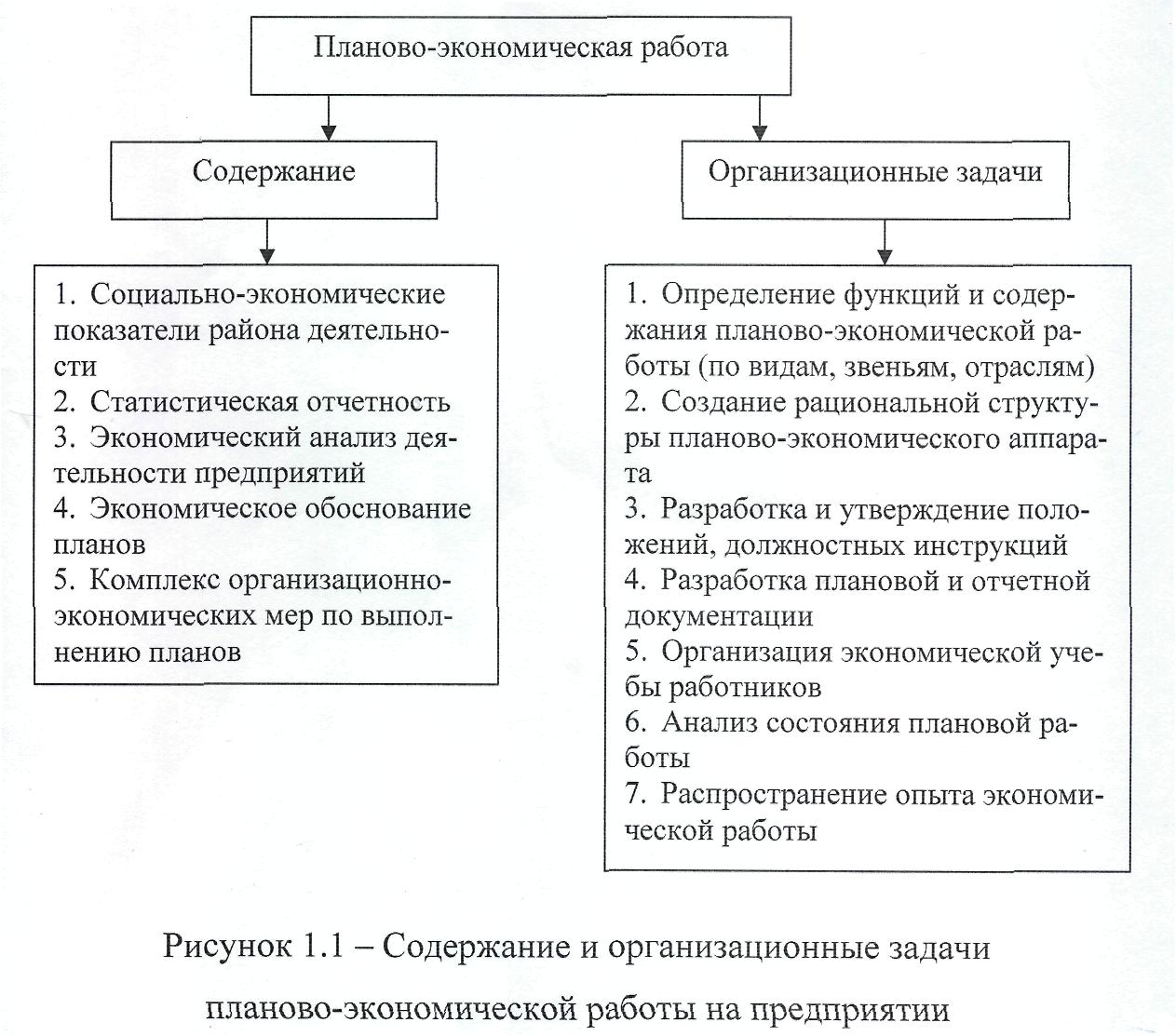
Объектом исследования является предприятие розничной торговли - магазин "Спорт-Интур". Период исследования 2005-2006 гг.

**1. Основные правила организации аналитической работы на предприятии торговли**

* 1. ***Сущность аналитической работы на предприятиях торговли***

От результативности работы экономической службы во многом зависит эффективность деятельности торговых предприятий. Она призвана оказывать влияние на: формирование и выполнение плановых заданий; эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; соблюдение режима экономии и оптимизации издержек обращения; укрепление дисципли­ны.

Основная задача экономической службы - обеспечение удовлетворения спроса населения и максимизация прибыли предприятия (рисунок 1.1).



Таким образом, экономическую работу на торговых предприятиях можно условно подразделить на два вида: аналитическая и плановая работа.

Аналитическая работа - научно разработанная система методов и прие­мов, посредством которых изучается экономика предприятия, выявляются ре­зервы производства на основе учетных и отчетных данных, разрабатываются пути их наиболее эффективного использования.

Экономический анализ - это исследование экономических явлений в их многообразных связях и зависимостях.

Виды анализа хозяйственной деятельности приведены на рисунке 1.2.



Анализ хозяйственной деятельности проводится:

* при подведении итогов работы за определенный период;
* составлении планов и в ходе их выполнения;
* прогнозировании хозяйственной деятельности.

Аналитическая работа (по Баканову) строится в следующей 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.

Ответственным этапом в аналитической работе (по Савицкой) является подготовка информации, которая включает проверку данных, обеспечение их сопоставимости, упрощение числовой информации.

В первую очередь информация, собранная для анализа, должна быть про­верена на доброкачественность. Проверка проводится с двух сторон. Во-первых, аналитик проверяет, насколько полными являются данные, которые содержат планы и отчеты, правильно ли они оформлены. Обязательно проверя­ется правильность арифметических подсчетов. Аналитик должен обратить вни­мание и на то, согласуются ли показатели, приведенные в разных таблицах плана или отчета и т.д. Такая проверка носит технический характер.

Во-вторых, проводится проверка всех привлеченных к анализу данных по существу. В процессе ее определяют, насколько тот или иной показатель соот­ветствует действительности. Главный вопрос, который решается аналитиком, можно сформулировать так: может ли такое быть на самом деле? Средствами этой проверки являются как логическое осмысление данных, так и проверка со­стояния учета, взаимосогласованности и обоснованности показателей разных источников.

Аналитическая обработка данных - это уже непосредственно анализ. Поэтому она является более ответственным этапом работы аналитика. Здесь производят сравнение фактических данных отчетного периода с данными про­шлых лет, бизнес-плана, конкурирующих предприятий, средними по отрасли, изучают внутренние и внешние факторы, определяющие результаты деятельно­сти предприятия, изыскивают и обосновывают величину резервов повышения ееэффективности. От того, насколько глубоко и качественно проведен анализ, зависят выводы и корректирующие действия по его результатам, стратегия и тактика бизнеса на перспективу. Поэтому очень важно в процессе обработки информации использовать наиболее совершенный инструментарий анализа, по­зволяющий глубоко и комплексно исследовать экономические процессы, более точно измерить влияние факторов и величину хозяйственных резервов.

***1.2. Задачи и методы проведения аналитической работы***

Теория и практика, выработанные веками наглядно доказывают, что нель­зя дать реальную оценку развития определенного экономического явления, ка­тегории без проведения соответствующего анализа в динамике.

Цель проведения аналитической работы: дать руководству предприятия картину его действительного состояния, а лицам, непосредственно не рабо­тающим на данном предприятии, но заинтересованных в его экономическом и финансовом состоянии, - сведения, необходимые для беспристрастного сужде­ния, например, о рациональности использования вложенных в предприятия до­полнительных инвестиций и тому подобное; разработка и принятие обоснован­ных управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности хозяйствующего субъекта; получение наибольшего числа ключе­вых (наиболее информативных) параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изме­нений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами, при этом аналитика и управляющего (менеджера) может интересовать как те­кущее финансовое состояние предприятия, так и его проекция на ближайшую или более отдаленную перспективу.

Необходимо обратить внимание на то, что не только временные границы определяют альтернативность целей экономического анализа. Они зависят так­же от целей субъектов экономического анализа, т. е. конкретных пользователей экономическо-финансовой информации.

Цель аналитической работы достигается в результате решения опреде­ленного взаимосвязанного набора аналитических задач. Аналитические задачи представляют собой конкретизацию цели анализа с учетом организационных, информационных, технических и методических возможностей проведения ана­лиза.

Основными задачами аналитической работы являются: контроль за вы­полнением планов реализации продукции и получения прибыли, изучение динамики; определение влияния как объективных, так и субъективных факто­ров на формирование финансовых результатов; выявление резервов роста прибыли; оценка работы предприятия по использованию возможностей увели­чения прибыли и рентабельности; разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

В процессе проведения аналитической работы используется целая систе­ма важнейших показателей, которые объединяются в 5 макро групп в зависи­мости от экономического содержания: показатели затрат; показатели затрато-емкости; показатели результатов; показатели - факторы; обобщающие показа­тели.

Основными приёмами (методами) аналитической работы являются: срав­нение отчётных показателей с плановыми (сметными), созданными за прошлые периоды (динамические ряды), с проектными и нормативными показателями, с показателями работы других организаций. Широко применяются при анализе экономические группировки хозяйственных операций в разрезах, позволяющих рассмотрение показателей во взаимосвязи и взаимном влиянии, абсолютные и относительные показатели (средние величины, проценты, коэффициенты, ин­дексы и т. д.). Иногда в экономическом анализе применяются выборочные на­блюдения, дополнительные экономические группировки и обобщающие показатели.

Для наглядного изображения в аналитической работе используются схе­мы, диаграммы, плакаты. При детализации общих (синтетических) показателей состав их рассматривается по отдельным частям, по времени возникновения и т. д., т. е. анализ проводится в обратном порядке по сравнению с учётом, при котором происходит образование анализируемых показателей путём синтети­ческих накопительных группировок хозяйственных операций с установлением их взаимосвязи (корреспонденция счетов бухгалтерского учёта). Данные анали­за в свою очередь синтезируются в порядке их взаимосвязанных обобщений.

На основе данных экономического анализа вносятся конкретные предло­жения по устранению установленных недостатков, узких мест и дальнейшему улучшению работы анализируемых строительных организаций. Результаты анализа оформляются заключениями, объяснительными записками, постанов­лениями или решениями.

Основным фактором, в конечном счете, является объем и качество исход­ной информации. При этом надо иметь в виду, что периодическая бухгалтер­ская или финансовая отчетность предприятия - это лишь "сырая информация", подготовленная в ходе выполнения на предприятии учетных процедур.

Чтобы принимать решения по управлению в области производства, сбы­та, финансов, инвестиций и нововведений руководству нужна постоянная дело­вая осведомленность по соответствующим вопросам, которая является резуль­татом отбора, анализа, оценки и концентрации исходной сырой информации. необходимо аналитическое прочтение исходных данных исходя из целей анали­за и управления.

Основной принцип аналитического чтения экономическо-финансовых отчетов - это дедуктивный метод, т. е. от общего к частному, Но он должен применяться многократно. В ходе такого анализа как бы воспроизводится историко-логическая последовательность хозяйственных фактов и событий, направ­ленность и сила влияния их на результаты деятельности.

Практика экономического анализа уже выработала основные правила чтения (методику анализа) финансовых отчетов. Среди них можно выделить 6 основных методов:

* горизонтальный (временной) анализ - сравнение каждой позиции отчет­ности с предыдущим периодом;
* вертикальный анализ - определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния позиции отчетности на результат в целом;
* трендовый анализ - сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т. е. основной тенденции ди­намики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных осо­бенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируют возможные значения показателей в будущем;
* анализ относительных показателей (коэффициентов) - расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей;
* сравнительный (пространственный) анализ - это как внутрихозяйствен­ный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений, цехов, так и межхозяйственный анализ показа­телей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними хозяйственными данными;
* факторный анализ - анализ влияния отдельных факторов (причин) на ре­зультативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. Причем факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), когда дробят на составные части, так и обратным (синтез), когда его отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель.

***1.3. Методика аналитической работы, информационное обеспечение, технические приемы и способы***

При анализе ряда экономических явлений, процессов используются не один - три показателя, а целая система показателей, что вызывает объективную необходимость разработки или использования готовой методики его проведе­ния.

Под методикой понимается совокупность способов, правил наиболее це­лесообразного выполнения какой либо работы. В экономическом анализе мето­дика представляет собой совокупность аналитических способов и правил ис­следования экономики предприятия. Различают общую и частную методику. Первая представляет систему исследования, используемая при изучении раз­личных объектов экономического анализа в различных отраслях экономики. Частная методика, в свою очередь, конкретизирует общую относительно к оп­ределенным отраслям экономики.

Любая методика анализа будет представлять собой наказ или методоло­гические советы по исполнению аналитического исследования. Методика включает: задачи и формулировки целей анализа; объекты анализа; системы показателей, с помощью которых будет исследоваться объект; советы по по­следовательности и периодичности проведения анализа; описание способов ис­следования изучаемых объектов; источники данных, на основании которых производится анализ; указания по организации анализа (какие лица, службы будут проводить отдельные части анализа); технические средства, которые це­лесообразно использовать для аналитической обработки информации; характе­ристики документов, которыми лучше всего оформлять результаты анализа.

Различают несколько методологических приемов (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Основные методы анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Название методов** | **Содержание методов** | |
| **Неформализованные методы** | Логическое, субъективное исследование | |
| - экспертный | Оценка ситуации высококлассными специалистами | |
| - морфологический | Систематизация наборов альтернативных решений по возможным сочетаниям вариантов и выбор сначала приемле­мых, а затем наиболее эффективных вариантов | |
| - рейтинговый | Систематизация, ранжирование и определение наилучших результатов по ряду показателей |
| - фактографический | Анализ зафиксированных фактов в СМИ, научных работах |
| - мониторинг | Детальный, систематический анализ изменений |
| - логическое моделирование | Построение сценариев, систем показателей, аналитических таблиц |
| - фундаментальный | Изучение основных тенденций и определение основных на­правлений динамики |
| - технический | Отражение желаемых сглаженных результатов |
| **Формализованные методы** | Строгие формализованные аналитические зависимости |
| - факторный | Выявление, классификация и оценка степени влияния от­дельных факторов |
| - конъюнктурный | Установление текущего состояния с позиций соотношения спроса и предложения |
| - математический | Цепные подстановки, арифметическая разница, процентные числа, дифференциальный, логарифмический, интеграль­ный анализ, расчет простых и сложных процентов, дискон­тирование. |
| - статистический | Корреляционный, регрессионный, дисперсионный, кла­стерный, экстраполярный, ковариационный анализ; методы главных компонент, средних и относительных величин, группировки; графический и индексный методы обработки рядов динамики |
| - методы исследования опера­ций и принятия решения | Использование теории графов, игр, массового обслужива­ния; построение деревьев целей и ресурсов, байесовский анализ, сетевое планирование |
| - экономические | Матричный, гармонический, спектральный анализ, произ­водственные функции, межотраслевой бизнес |
| - экономико-математическое моделирование и оптимальное программирование | Дескриптивные (описательные), предикативные (предсказа­тельные, прогностические) и нормативные модели; систем­ный анализ, машинная интуиция; линейное, нелинейное, динамическое, выпуклое программирование |

Рассмотрим отдельные методы анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия подробнее.

Экспертный метод (экспертные оценки) применяется в случаях, когда решение поставленной задачи параметрическим методом невозможно.

Морфологический метод относится к перспективным методам, широко использующимся на практике. Он позволяет систематизировать полученный набор альтернативных решений по всем возможным сочетаниям вариантов и выбрать из них сначала приемлемые, а затем наиболее эффективные.

Факторографический метод основан на изучении всех опубликованных, зафиксированных фактов, характеризующих финансово-хозяйственное состоя­ние предприятия.

Мониторинг является постоянным, систематизированным, детальным те­кущим наблюдением за финансово-хозяйственным состоянием предприятия.

Логическое моделирование используется, как правило, для качественного описания финансово-хозяйственного развития предприятия. Оно основано на использовании таких способов, как аналогия, экстраполяция, экспертная оценка возможного или желаемого состояния объекта моделирования. Основой логи­ческого моделирования является модернизация или поддержание на требуемом уровне технико-экономического состояния предприятия.

Целью фундаментального анализа и диагностики хозяйственной деятель­ности предприятия является определение внутренней стоимости его имущест­венного комплекса как общего результата технико-экономической деятельно­сти. Технический анализ имеет своей целью выполнение детального, всесто­роннего анализа динамики отдельных параметров, показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Этот метод основан на построении диаграмм и графиков, изучении показателей и факторов, их определяющих.

Факторный анализ основан на многомерном статистическом исследова­нии ряда факторов, имеющих как отрицательное, так и положительное влияние на результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Цель этого метода состоит в выявлении генеральных, главных факторов, определяющих основные результаты финансово-хозяйственной деятельности анализируемого предприятия.

Математический анализ предполагает использование математических приемов и способов анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятель­ности предприятия.

Статистический анализ является основой диагностики финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Методы исследования операций и принятия решений включают: теорию графов, которая используется в анализе и диагностике финансово-хозяйственной деятельности предприятия, как основа графического моделиро­вания; теорию игр, которая является одним из подходов к оптимизации вариан­тов финансово-хозяйственной деятельности предприятия и основана на выборе оптимальных решений в условиях рыночной конкуренции и неопределенности; теорию массового обслуживания, в соответствии с которой финансово-хозяйственная деятельность предприятия рассматривается как процесс обслу­живания отдельных подразделений предприятия, различных технологических процессов; построение деревьев целей и ресурсов, которое осуществляется в рамках системного подхода к анализу и диагностике финансово-хозяйственной деятельности предприятия; байесовский (бейесовский) анализ, который исполь­зуется в анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия для по­стоянного пересмотра, корректировки стратегии его развития в зависимости от новой информации; сетевое планирование - распространенный метод, основан­ный на сетевых графиках.

К экономическим методам относятся: матричный анализ используется для анализа и диагностики финансово-хозяйственной деятельности предпри­ятия при определении соотношения между затратами и результатами, при оценке эффективности затрат; гармонический анализ является разложением функциональных зависимостей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия, по отдельным функциям, гармоническим колебани­ям; спектральный анализ означает разложение финансово-хозяйственной деятельности предприятия по составу (спектру), т.е. по совокупности всех значе­ний показателей, характеризующих эту деятельность; производственные функ­ции необходимы для определения количественной взаимосвязи объема выпуска продукции с переменными величинами затрат.

Экономико-математическое моделирование отражает преимущественно производственный аспект прогноза, а также социальные аспекты развития.

Оптимальное программирование имеет целью нахождение оптимального значения целевой функции, переменные которой должны принадлежать неко­торой области допустимых значений. Оно включает построение дескриптив­ных, предикативных и нормативных моделей, машинную имитацию; линейное, нелинейное, динамическое и выпуклое программирование.

Значительная часть приведенных методов найдет свое практическое вы­ражение почти во всех главах проводимого исследования.

Усовершенствование инструментария научного исследования имеет очень большое значение и является основой успеха и эффективности аналити­ческой работы. Более глубокое проникновение в сущность изучаемых явлений позволяет получить более точные результаты и спрогнозировать дальнейшее существование исследуемого объекта.

Экономический анализ - глубокое исследование экономических явлений на предприятии, т. е. выявление причин отклонения от плана и недостатков в работе, вскрытие резервов, их изучение, содействие комплексному осуществле­нию экономической работы и управлению производством, активное воздейст­вие на ход производства, повышение его эффективности и улучшение качества работы.

Анализ экономического состояния показывает, по каким конкретным на­правлениям надо вести эту работу, дает возможность выявления наиболее важ­ных аспектов и наиболее слабых позиций в экономического состоянии именно на данном предприятии. В соответствии с этим результаты анализа дают ответ на вопрос, каковы важнейшие способы улучшения экономического состояния конкретного предприятия в конкретный период его деятельности.

В процессе анализа розничного товарооборота используют данные планов, бизнес-планов предприятия, бухгалтерской и статистической отчетности, текуще­го учета, норм, нормативов, тактических и стратегических прогнозов экономиче­ского и социального развития, внеучетные источники информации, материалы личных наблюдений и хронометража. При машинной обработке экономической информации используют данные машинограмм, или информация непосредствен­но считывается с дисплеев и других технических средств.

Основными формами статистической отчетности, используемыми при ана­лизе розничного товарооборота, являются форма № 1-торг «Отчет о товарооборо­те и запасах товаров» (срочная, месячная), форма № 3-торг (краткая) «Отчет о продаже и запасах товаров» (срочная, месячная), форма № 3-торг «Отчет по розничной торговле» (полугодовая и годовая). В «Отчете о товарообороте и запа­сах товаров» содержится информация о розничной реализации товаров за месяц и нарастающим итогом с начала года. Причем отчетная информация приводится за прошлый и текущий (отчетный) периоды, что позволяет проанализировать динамику развития розничного товарооборота. В «Отчете о товарообороте и запасах товаров» раздельно показывается розничный товарооборот торговой сети и предприятий общественного питания. В нем также выделяются розничная реализация продукции собственного производства,- продажа продовольст­венных товаров, в том числе алкогольных напитков.

В «Отчете о продаже и запасах товаров» содержится информация о реализации продовольственных товаров в ассортиментном разрезе (в натуральных изме­рителях) и непродовольственных товаров — в стоимостных показателях. Кроме того, в нем отражаются фактические запасы товаров в розничной сети, на складах на конец отчетного месяца (в разрезе основных товарных групп и товаров).

«Отчет по розничной торговле» составляется нарастающим итогом с нача­ла года. В первом разделе годового отчета приводится информация о розничной продаже товаров и товарных запасах в розничной сети и на складах на конец от­четного периода; во втором разделе содержатся сведения в натуральных и стои­мостных измерителях о продаже населению и запасах товаров длительного пользования; в третьем разделе о продаже населению и запасах строительных материалов в розничной торговой сети и на складах на конец отчетного периода; в четвертом разделе годового отчета показывается наличие торговой сети (вклю­чая сезонную сеть) на конец отчетного года.

В «Отчете о продаже и запасах товаров» и в «Отчете по розничной торгов­ле» розничная реализация товаров указывается вместе с их прочим недокумен­тированным расходом, что следует учитывать при анализе.

Анализ издержек обращения проводят по данным бухгалтерской и стати­стической отчетности, текущего их учета, первичных и сводных документов, внеучетных источников информации и личных наблюдений. Фактическая сумма издержек обращения показывается в квартальных и годовом «Отчете по прибылям и убыткам» (форма № 2), «Отчете о финансовых результатах» (форма № 5-Ф) и «Отчете о затратах на производство и реализацию продукции (работ, ус­луг) предприятия» (форма № 5-3). Месячные данные об издержках обращения» (в целом по торговому предприятию, хозрасчетным подразделениям и отдельным статьям расходов) можно получить из регистров их синтетического и аналитиче­ского учета и машинограмм. Для изучения причин выявленных отклонений от плана и в динамике по издержкам обращения используются данные первичных документов (товарно-транспортных накладных, расчетно-платежных ведомостей на оплату труда и др.), материалы проверок, обследований, личных наблюдений.

Анализ финансовых результатов деятельности торгового предприятия прово­дят по данным планов, бизнес-планов и прогнозов экономического и социального развития, бухгалтерской и статистической отчетности, регистров учета, машино­грамм, других-источников информации. Формирование прибыли (полученных убытков) подробно показывается в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках». В нем справочно показываются уплаченные из прибыли налоги и иные обязательные платежи, использование прибыли предприятием и нераспределенная прибыль (убыток) отчетного года. Предприятия всех отраслей национальной экономики и форм собственности представляют месячный (срочный) «Отчет о финансовых ре­зультатах» (форма № 5-ф), который составляется нарастающим итогом.

**2. Проведение аналитической деятельности**

**в магазине "Спорт-Интур"**

***2.1. Организационно-экономическая характеристика магазина***

Полное фирменное название предприятия - магазин "Спорт-Интур". Юридический адрес г. Хабаровск, 680000, Амурский бульвар, 3

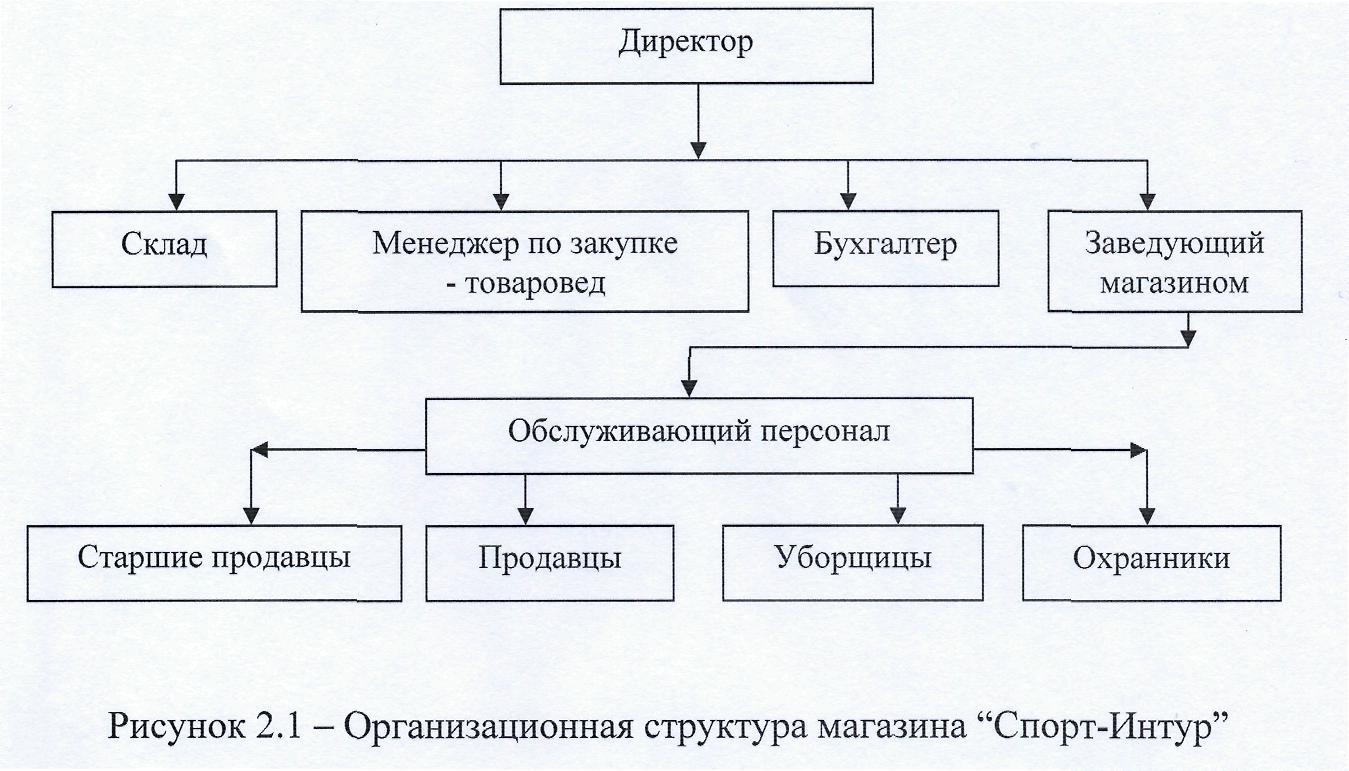
Магазин является филиалом компании ОАО "Интур-Хабаровск". Данная компания - крупнейшая туристическая компания на Дальнем Востоке, органи­зованная в 1958 году, является владельцем гостиничного комплекса "Инту­рист", включающего в себя большой автопарк и рестораны - "Красный Зал" - русская и европейская кухни, "Юнихаб" - японская кухня, "Корея Хаус" - ко­рейская кухня. Основой бизнеса ОАО "Интур-Хабаровск'1 является въездной и выездной туризм, коммерческая деятельность и торговля. Компания является владельцем сети магазинов - торговый дом "Интур", магазины "Детский Мир", аСпорт-Интур", "Тысяча мелочей", "Мир подарков" и торговый комплекс "Фуджи-Алькор". В компании работают 650 профессиональных специалистов в области туризма и коммерции.

Целями деятельности магазина "Спорт-Интур" являются расширение рынка товаров для спорта и туризма, а также извлечение прибыли. Основной целью магазина является получение прибыли. Обеспечение потребности насе­ления в товарах с высокими потребительскими свойствами и качеством.

Предметом деятельности магазина является розничная торговля.

Численность персонала магазина "Спорт-Интур" составляет 30 человек, из них 3 человека - управленческий персонал.

Организация процессов управления магазина "Спорт-Интур" построена на сочетании принципов линейно-функционального построения управленче­ских структур. Линейная структура управления магазина "Спорт-Интур": ниже­стоящее звено (работник) полностью подчиняется вышестоящему руководите­лю (рисунок 2.1)



Планирование и контроль за финансовой деятельностью предприятия осуществляется бухгалтером. Бухгалтер осуществляет ведение бухгалтерского учета, поддерживает книги учета и документы бухгалтерской и статистической отчетности в соответствии с действующим законодательством. Кроме того, бухгалтер выполняет основные функции финансового управления: своевремен­но предоставляет финансовые данные требуемого характера; анализ финансо­вого положения предприятия, выявления возможностей повышения эффектив­ности, общее руководство финансового планирования, составление бюджетов и другое.

Заведующий магазином отвечает за всю торговую деятельность магазина, организует торговый процесс, контроль работы персонала, подбор персонала, осуществляет ведение переговоров и заключение договоров с поставщиками, контроль закупаемого ассортимента товаров и текущих остатков, оформляет кассовую документацию.

Старший продавец осуществляет заказ товара, ведение отчетности, за­полнение кассовых книг, поддержание порядка в торговом зале.

Продавцы выполняют следующие функциональные обязанности в магазине:

1. Подготовка рабочего места к работе
2. Контроль за работой продавцов-консультантов и организация их дея­тельности
3. Участие в получении товаров
4. Подготовка товара к продаже
5. Обслуживание покупателей, консультирование
6. Изучение спроса покупателей
7. Участие в составлении товарных отчетов, инвентаризации
8. Обучение стажеров
9. Посещение профессиональных семинаров
10. Завершение работы

Уборщица магазина выполняет следующие обязанности: уборка помеще­ний, коридоров, лестниц, санузлов, удаление (вытирание) пыли, подметание, мой­ка вручную полов, стен, потолков, лестниц, подоконников, оконных рам и стекол, дверных блоков, мебели и ковровых покрытий.

Охранник магазина обеспечивает безопасность магазина и сотрудников в соответствии с положениями, инструкциями, приказами, распоряжениями и другими руководящими документами, регламентирующими деятельность службы по организации охраны объектов в пределах должностных обязанно­стей. Регулярно проверяет территорию магазина с целью выявления наруше­ний, хранения материальных ценностей, состояния противопожарной безопас­ности, пресечения хищений.

Магазин является достаточно крупным предприятием в своем районе г. Хабаровска, реализующим в розницу спорттовары. Предлагает в широком ас­сортименте спортивные, туристические и рыболовные товары отечественных и зарубежных товаропроизводителей.

* Тренажеры американской фирмы "Housefit".
* Товары туристические: надувные матрацы и кровати, изделия для ак­тивного отдыха, пляжные кресла, зонты, палатки, мешки спальные, рюкзаки.
* Одежда и обувь для занятий спортом и отдыха фирмы "Campus".
* Кемпинговая мебель, посуда, изотермические контейнеры, грили, ман­галы, автохолодильники, биотуалеты.
* Лодки надувные.
* Моторы подвесные для лодок.
* Рыболовные товары.
* Товары для большого и настольного тенниса.
* Бильярдные столы и аксессуары.

Ассортимент товаров значительно изменился за последнее время в луч­шую сторону. Взять хотя бы, к примеру, отдел товаров для туристов. Различные надувные лодки (отечественного производства), рюкзаки (двадцать видов), по­суда, мангалы, даже древесный уголь в мешочках для костра. Для рыбаков-любителей магазин - просто настоящий кладезь: удилища для спиннинга, крючки, воблеры, лески, блесны и прочую атрибутику рыбной ловли.

Если раньше, до реконструкции магазина, весь товар (по причине не­больших торговых площадей) как-то терялся для покупателя, то теперь он весь рассредоточен по направлениям. То есть товары для туризма расположены в одном месте, а футбольная и хоккейная атрибутика, к примеру, - в другом.

Самое шикарное место отведено под тренажеры. Еще лет пять назад ув­лечение ими хабаровчан не достигало такого размаха, как сейчас. Сегодня тре­нажеры все больше входят в хорошую моду. Спрос на них растет. И у магазина даже иногда возникают небольшие проблемы с их приобретением. Просят одно количество у поставщика, а получают другое, меньшее.

Надо заметить, что, как и всякая уважающая себя торговая точка, магазин "Спорт-Интур" изучает покупательский спрос. Поэтому, если сегодня в "Спорт-Интуре" покупатель не нашел то, что желал, то сделать это завтра ему помогут опытные продавцы-консультанты. В магазине ведется обязательный учет поку­пательских желаний.

Объективная оценка деятельности магазина необходима в целях опреде­ления степени надежности финансового положения (таблица 2.1).

Таблица 2.1 - Показатели финансово-хозяйственной деятельности магазина "Спорт-Интур" за 2005-2006 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **2005 г** | **2006 г** | **Отклонение, тыс. руб.** | **Темп роста, %** |
| Выручка от продаж, тыс. руб. | 13204,1 | 15458,0 | 2253,9 | 117.1 |
| Валовой доход, тыс. руб. | 2352.8 | 1738,2 | - 614,6 | 73,9 |
| Уровень валового дохода, % | 17,82 | 11,24 | - 6,57 | 62,9 |
| Издержки обращения, тыс. руб. | 1134,7 | 1701,2 | 566.5 | 149,9 |
| Уровень издержек, % | 8.6 | 11 | 2.41 | 127.9 |
| Прибыль от продажи, тыс. руб. | 1218,1 | 37,0 | - 1181,1 | 3,0 |
| Уровень рентабельности, % | 9,2 | 0,24 | - 8,98 | 2,6 |
| Расходы от прочих видов деятельности, т. руб. | 38,2 | 4,4 | - 33.8 | 11,5 |
| Доходы от прочих видов деятельности, т. руб. | 5,8 | - | - 5,8 | - |
| Внереализационные доходы, тыс. руб. | 52,0 | 163,4 | 111,4 | 314,2 |
| Внереализационные расходы, тыс. руб. | 54.0 | 286,8 | 232,8 | 531,1 |
| Прибыль до налогообложения, тыс. руб. | 1183,7 | - 90,8 | - 1274,5 | - |

Особое внимание уделим сложившимся темпам роста между:

а) выручкой и величиной валового дохода;

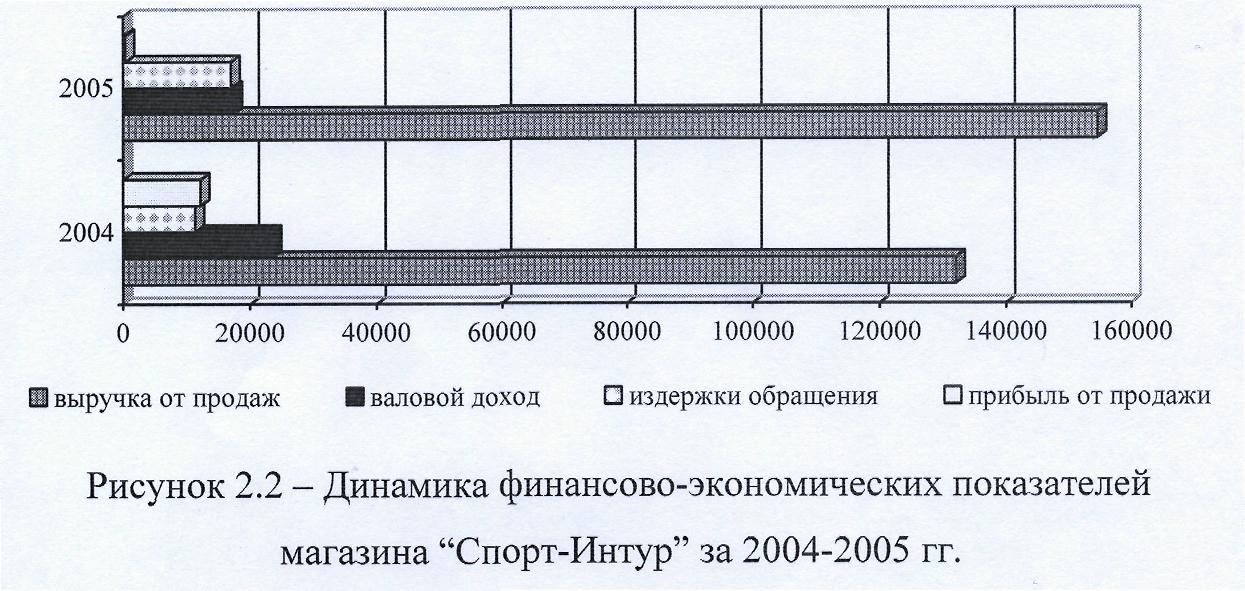
б) выручкой и издержками обращения;

в) выручкой и величиной полученной прибыли от продажи товаров.

Выручка увеличился в динамике на 17,1, а валовой доход, наоборот, со­кратился на 26,1 % (100 - 73,9). Опережение выручки составляет более 1 %, что расценивается положительно.

Издержки обращения растут очень высокими темпами - на 49,9 % или на 566,5 тыс. руб. Это расценивается отрицательно, так как темп роста выручки должен опережать темп роста издержек хотя бы на 1-1,5 %.

Прибыль от продажи сократилась на 97 % (100 - 3) или на 1181,1 тыс. руб. и составила 37,0 тыс. руб. Данная тенденция расценивается отрицательно и позволяет сделать вывод о том, что деятельность магазина "Спорт-Интур" убы­точная. На рисунке 2.2 представим динамику экономических показателей пред­приятия.



Аналитическую работу по магазину проведем в следующей последова­тельности:

1. Проанализируем динамику доходов магазина

2. Проанализируем ритмичность получения доходов

3. Проанализируем доходы магазина по ассортиментным направлениям

4. Подведем обобщение итогов аналитической работы в области доходов

5. Проанализируем динамику расходов магазина

6. Проанализируем состав и структуру расходов магазина

7. Проведем факторный анализ расходов магазина

8. Подведем обобщение итогов аналитической работы в области расходов.

***2.2. Анализ доходов предприятия в динамике***

Целью анализа доходов на предприятии является поиск резервов роста доходов, а также достижение оптимальной величины доходов и достижение оп­тимального сочетания доходов и финансовых результатов.

Рассмотрим изменение формирования величины валового дохода за отно­сительно большой промежуток времени, т.е. в динамике в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Динамика валового дохода на предприятии за 2004-2006 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **2004 г.** | **2005 г.** | **2006 г.** |
| Выручка от продаж, тыс. руб. | 10610,2 | 13204,1 | 15458,0 |
| Валовой доход:  Сумма  Уровень | 1696,3  16,0 | 2352,8  17,82 | 1738,2  11,24 |
| Темпы роста в % к 2001 году:  - выручки  - валового дохода | 100  100 | 124,4  138,7 | 145,7  102,5 |

При росте выручки в динамике на 45,7 % сумма валового дохода возросла на 2,5 % (102,5 %). Объяснением тому служит снижение (при снижении уровня физического объема продаж товара) среднего размера торговой надбавки, вели­чина которой в динамике уменьшилась на 4,76 % к обороту (11,24 - 16).

В течение исследуемого периода темп роста суммы выручки намного пре­вышал темп роста валового дохода.

Общая тенденция развития дохода предприятия от продажи товаров не соответствует оптимальному соотношению валового дохода и выручки:

J b.д.. < J выручки в динамике: 1,025 < 1,457.

***2.3. Анализ ритмичности получения валового дохода***

Проанализируем валовой доход по месяцам и кварталам. Данный анализ необходим для оценки складывающейся рентабельности продаж товаров (соот­ношение доходов и расходов по их реализации) не только за относительно большой период времени - год, но и за относительно короткий его срок - квар­тал, месяц (таблица 2.3). По кварталам доход предприятия распределялся не­равномерно. Наибольший удельный вес в валовом доходе занимает доход чет­вертого квартала - свыше 27,0 %, а наименьший удельный вес в валовом дохо­де приходится на первый квартал - свыше 23,0 %. И распределение валового дохода по кварталам года продолжает изменяться.

Таблица 2.3 - Доходы предприятия по кварталам

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Кварталы** | **2004 год** | | **2005 год** | | **2006 год** | |
|  | **сумма,**  **тыс. руб.** | **уд вес.,**  **%** | **сумма,**  **тыс. руб.** | **уд вес,**  **%** | **сумма,**  **тыс. руб.** | **уд вес,**  ***%*** |
| 1 | 391,85 | 23,1 | 548,20 | 23,3 | 399,79 | 23.0 |
| 2 | 430,86 | 25,4 | 588.20 | 25,0 | 431,07 | 24,8 |
| ***5*** | 417,29 | 24,6 | 581,14 | 24,7 | 431,07 | 24.8 |
| 4 | 456,30 | 26,9 | 635,26 | 27,0 | 476,27 | 27,4 |
| Всего | 1696,3 | 100.0 | 2352,8 | 100,0 | 1738.2 | 100 |

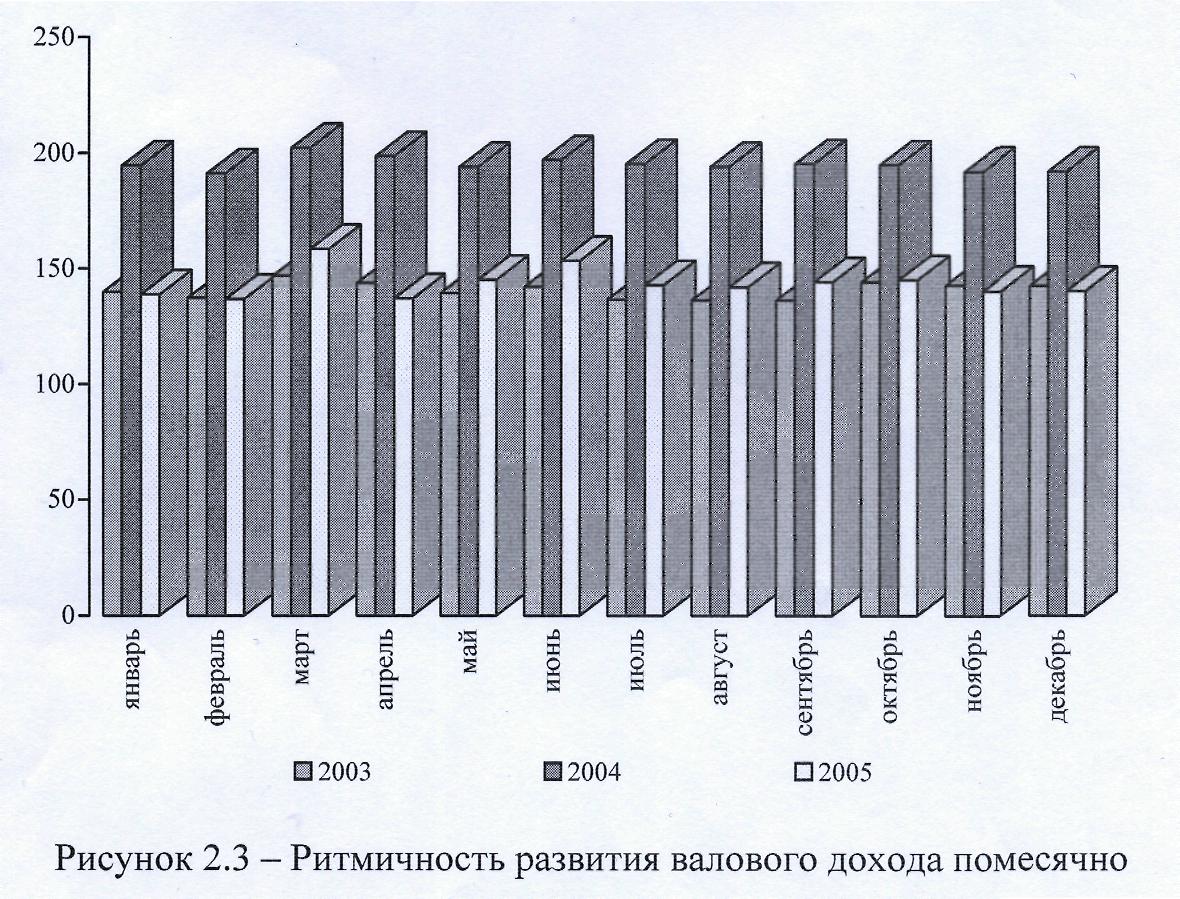
Данные таблицы свидетельствуют о неритмичном развитии валового до­хода предприятия по кварталам: наиболее напряженным был четвертый квар­тал, а наименее напряженным - первый. Неритмичное развитие валового дохо­да по кварталам привело к изменению удельного веса дохода каждого квартала в годовом объеме валового дохода. Так, снизился удельный вес дохода первого квартала на 0,3 % (23 - 23,3) и второго квартала - на 0,2 % (24,8 - 25) по срав­нению с 2005 годом, потому что в этих кварталах темпы роста валового дохода ниже, чем в целом за год. Таким образом, валовой доход предприятия по квар­талам года распределялся неравномерно и развивался неритмично, что отража­ется на деятельности предприятия отрицательно. Еще более неритмичное раз­витие получил валовой доход по месяцам года (таблица 2.4).

Размах колебаний роста валового дохода еще больше, чем по кварталам. Темп роста доходов колеблется от 69,1 % в апреле (137,18 / 198,63) до 78,3 % в марте (158,41/202,27).

Самыми напряженными периодами реализации в каждом квартале явля­ются последние месяцы квартала, что связано с предстоящими новогодними праздниками (рисунок 2.3). Например, рост доходов в целом за первый квартал составил 73,8 % (434,0 / 588,0), а в марте - 78,3 %, за второй квартал - 73,9 % (435,5 / 589,4), за третий квартал - 73,3 % (428,5 / 584,2) и за четвертый квартал − 74,5% (440,2 / 591,2).

Таблица 2.4 - Ритмичность развития валового дохода по месяцам

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Кварталы** | **2003 год** | | **2004 год** | | **2005 год** | |
| **сумма, т. р.** | **уд вес, %** | **сумма, т. р.** | **уд вес, %** | **сумма, т. р.** | **уд вес, %** |
| Январь | 139,92 | 33,0 | 194,63 | 33,1 | 138,88 | 32,0 |
| Февраль | 137,38 | 32,4 | 191,10 | 32,5 | 136,71 | 31,5 |
| Март | 146,70 | 34,6 | 202,27 | 34,4 | 158,41 | 36,5 |
| Итого | 424,00 | 100 | 588,00 | 100,0 | 434,00 | 100,0 |
| Апрель | 143,62 | 33,8 | 198,63 | 33.7 | 137,18 | 31.5 |
| Май | 139,37 | 32,8 | 193,91 | 32,9 | 145,02 | 33,3 |
| Июнь | 141.92 | 33,4 | 196.86 | 33,4 | 153.29 | 35.2 |
| Итого | 424,90 | 100 | 589,40 | 100,0 | 435,50 | 100,0 |
| Июль | 136.54 | 33,4 | 195,12 | 33,4 | 142,69 | 33,J |
| Август | 136,13 | 33,3 | 193,95 | 33,2 | 141,83 | 33,1 |
| Сентябрь | 136,13 | 33,3 | 195,12 | 33,4 | 143.98 | 33.6 |
| **Итого** | **408,80** | **100** | **584,20** | **100,0** | **428,50** | **100,0** |
| Октябрь | 143,86 | 32,8 | 194,50 | 32,9 | 144,8,26 | 32,9 |
| Ноябрь | 142,55 | 32.5 | 191,55 | 32,4 | 139,98 | 31.8 |
| Декабрь | 142,11 | 32.4 | 191,55 | 32,4 | 139,98 | 31,8 |
| Итого | 438,60 | 100,0 | 591,20 | 100,0 | 440,20 | 100,0 |
| Всего | 1696,30 | - | 2352,80 | - | 1738,20 | - |



Эта напряженность в работе последних месяцев квартала ведет к неравномерному удовлетворению спроса покупателей на товары. Причинами этого были недостатки в снабжении товарами и в организации торговли.

***2.4. Анализ валового дохода по направлениям деятельности***

Проанализируем валовой доход в разрезе отдельных товарных групп, что позволит получить ответы на следующие вопросы: в какой степени (удельные веса торговых надбавок) та или иная товарная группа участвует в формирова­нии валового дохода; какие товарные группы в основном формируют валовой доход; продажа каких ассортиментных групп приносит предприятию мини­мальный доход (таблица 2.5).

Таблица 2.5 - Анализ валового дохода по направлениям деятельности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Товарные группы** | **2005 roz** | | | | | **2006 гол** | | | | | **Средне-годовые уд. веса** | | **Изменение**  **уд. весов** | |
| **выручка** | | **валовой доход** | | | **выручка** | | **валовой доход** | | |
| **Σ** | **уд. вес** | **Σ** | **ур-нь** | **уд. вес** | **Σ** | **уд. вес** | **Σ** | **ур-нь** | **уд. вес** | **Выручка** | **ВД** | **Выручка** | **ВД** |
| Тренажеры | 1610,9 | 12,2 | 437.4 | 27,15 | 18,59 | 1932,3 | 12,5 | 205,3 | 10,62 | 11,81 | 12.35 | 15,2 | 0,29 | -16,53 |
| Туристические  товары | 1927.8 | 14.6 | 260,7 | 13;52 | 11,08 | 2164.1 | 14 | 183,4 | 8.5 | 10,55 | 14,3 | 10,82 | -0,62 | -5,02 |
| Спортивная одежда и обувь | 871,5 | 6,6 | 142,3 | 16,33 | 6,05 | 1097.5 | 7,1 | 116,5 | 10,6 | 6,7 | 6,85 | 6,38 | 0,48 | -5.73 |
| Кемпинговые товары | 1161,9 | 8,8 | 299,5 | 25,78 | 12,73 | 1360,3 | 8.8 | 216.4 | 15,9 | 12,45 | 8,8 | 12,59 | 0,017 | -9,88 |
| Лодки надувные | 1927,8 | 14,6 | 237,2 | 12,3 | 10,08 | 2303,2 | 14,9 | 184,1 | 7,99 | 10,59 | 14,75 | 10,34 | 0,335 | -4,31 |
| Моторы подвесные | 1333,6 | 10,1 | 276,2 | 20,71 | 11.74 | 1499.4 | 9.7 | 216,4 | 14,4 | 12,45 | 9.9 | 12,1 | -0.38 | -6.31 |
| Рыболовные товары | 1637,3 | 12,4 | 238,8 | 14,58 | 10,15 | 1932,3 | 12.5 | 184.4 | 9.5 | 10,61 | 12,45 | 10,38 | 0,098 | -5,08 |
| Товары для тенниса | 11223 | 8,5 | 272,7 | 24,29 | 11.59 | 1375,8 | 8,9 | 200.2 | 14,6 | 11,52 | 8,7 | 11,56 | 0.33 | -9,69 |
| Бильярдные столы | 1610.9 | 12,2 | 387,9 | 11,66 | 7,99 | 1808,6 | 11,7 | 231,5 | 12,8 | 13,32 | 11,95 | 10,66 | -0,55 | 1,14 |
| Итого: | 13204,1 | 100 | 2352.8 | 17,82 | 100 | 15458,0 | 100 | 1738,2 | 11.24 | 100 | 100 | 100 |  | - |

Наиболее доходной является реализация бильярдных столов. Например, в 2006 году занимая всего 11,7 % общего объема оборота, тем не менее, доля от их дохода составила 13,32 % всего полученного валового дохода, что на 0,87 % больше доли кемпинговых товаров и моторов подвесных и на 1,51 больше тре­нажеров.

Максимально приближен уровень валового дохода по спортивной одежде и обуви к аналогичному показателю предприятия в целом (соответственно: 10,6 и 11,24), однако его участие в формировании валового дохода составляет по­следнее место - 6,7 %.

Самый большой удельный вес в выручке предприятия приходится на до­лю надувных лодок - 14,9 %, что на 3,2 и 6,1 % больше сравнимого результата по бильярдным столам и кемпинговым товарам. Но, тем не менее, по формиро­ванию валового дохода оно занимает пятое место после бильярдных столов, кемпинговых товаров, подвесных моторов, тренажеров, товаров для тенниса.

Минимальную долю в формирование валового дохода внесла спортивная одежда и обувь, удельный вес которой составил всего лишь 6,7 %, что на 6,62 % меньше сравнимого показателя бильярдных столов, на 5,75 % по отношению к кемпинговых товаров и подвесных моторов.

В 2005 году наблюдалась совсем иная ситуация.

Наиболее доходными являлись тренажеры. Занимая 12,2 % общего объе­ма оборота, тем не менее, доля от их дохода составила 18,59 % всего получен­ного валового дохода, что на 5,86 % больше доли кемпинговых товаров и на 6,85 % больше подвесных моторов.

Максимально был приближен уровень валового дохода по спортивной одежде и обуви к аналогичному показателю предприятия в целом (соответст­венно: 16,33 и 17,82), однако его участие в формировании валового дохода со­ставило последнее место - 6,05 %.

Самый большой удельный вес в выручке предприятия приходился на до­лю надувных лодок и по реализации туристических товаров - 14,6 %, что на 2,41 % больше сравнимого результата по тренажерам и бильярдным столам.

Минимальную долю в формирование валового дохода внесла спортивная одеж­да и обувь, удельный вес которых составил всего лишь 6,05 %, что на 12,54 % меньше сравнимого показателя по тренажерам, на 6,68 % по отношению к кемпинговым товарам и на 5,69 % по отношению к подвесным моторам.

Данные таблицы 2.5 свидетельствуют, что по продаже бильярдных столов за исследуемый период времени возрос уровень валового дохода на 1,14 % (12,8 - 11,66) к обороту. Обращает на себя внимание тот фактор, что по тури­стическим товарам, спортивной одежде и обуви, надувным лодкам, рыболов­ным товарам, бильярдным столам уровень валового дохода в 2005 году был меньше среднего уровня по предприятию.

Таким образом, преобладающий удельный вес в формировании валового дохода за 2005 год внесла реализация тренажеров, кемпинговых товаров и под­весных моторов, их удельный вес составил соответственно 18,59, 12,73 и 11,74 %, т.е. 43,06 % всей величины дохода. В 2006 году прослеживается иная тен­денция. Преобладающий удельный вес в формировании валового дохода внесла продажа бильярдных столов, кемпинговых товаров, подвесных моторов, их удельный вес составил соответственно 13,32, 12,45 и 12,45 %, т.е. 38,22 % всей величины дохода, что на 4,84 % меньше, чем в 2005 году.

Степень влияния изменения ассортиментной структуры оборота на изме­нение валового дохода предприятия покажем на примере таблица 2.6.

Таблица 2.6 - Степень влияния изменения ассортиментной структуры оборота на изменение валового дохода предприятия

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Товарные группы** | **Структура выручки. %** | | | **Базисные уровни валового дохода** | **Процентные числа** |
| **2005 г** | **2006 г** | **Изменение** |
| Тренажеры | 12,2 | 12,5 | 0,29 | 27,15 | 7,8735 |
| Туристические товары | 14,6 | 14 | -0,62 | 13,52 | 8,3824 |
| Спортивная одежда и обувь | 6,6 | 7,1 | 0,48 | 16,33 | 7,8384 |
| Кемпинговые товары | 8,8 | 8,8 | 0,017 | 25,78 | 0,43826 |
| Лодки надувные | 14,6 | 14,9 | 0,335 | 12,3 | 4,1205 |
| Моторы подвесные | 10,1 | 9,7 | - 0,379 | 20,71 | 7,84909 |
| Рыболовные товары | 12,4 | 12,5 | 0.098 | 14,58 | 1,42884 |

Продолжение таблицы 2.6

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Товары для тенниса | 8,5 | 8,9 | 0.33 | 24.29 | 8,0157 |
| Бильярдные столы | 12,2 | 11,7 | - 0,55 | 11,66 | 6,413 |
| Итого  В т.ч. на рубль выручки | 100 | 100 | - | - | 52.36 0,52 |

Увеличение среднего уровня валового дохода за исследуемый период - на 0,52 % к выручке - произошло в связи с тем, что в ассортиментной структуре оборота снизился на 0,62, 0,379 и на 0,55 % удельный вес продаж туристиче­ских товаров, реализация подвесных моторов и бильярдных столов, а с другой возросла доля товаров для тенниса на 0,33 %, имеющей средний уровень торго­вой надбавки в 1,3 раза превышающий сравниваемый показатель предприятия в целом.

***2.5. Сводная оценка анализа валового дохода на предприятии***

Влияние всех приведенных факторов на величину валового дохода пока­жем на примере таблицы 2.7.

Таблица 2.7 - Сводная таблица, характеризующая влияние отдельных факторов на изменение величины валового дохода за 2006 год

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Факторы** | **Методика расчета** | **Изменение**  **валового дохода** | |
| **сумма, тыс. руб.** | **уровень,**  **%** |
| 1. Увеличение выручки от продаж | Размер снижения выручки умножить на базисный средний уровень валового дохода и разделить на 100 % (2253,9 x 17,82) : 100; 401,6 : 15458 х 100 = = 2,598 % | 401,60 | 2,598 |
| 2. Качественное улучшение структуры выручки от продаж - рост среднего уровня валового дохода | Размер увеличения среднего уровня валового дохода - 0,5236 % умножить на вы­ручку отчетного года, т.е. на 15458 тыс. руб. | 80,94 | 0,5236 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 3. Прочие факторы (дополнительные торговые скидки; увеличение размеров торговых надбавок по отдельным ассортиментным разновидностям товар­ных групп) | Строка 4 - стр. 1 - стр.2 | - 1097,18 | - 9,7016 |
| 4. ИТОГО |  | - 614,6 | - 6,58 |

Продолжение таблицы 2.7

Прирост среднего размера валового дохода на 0,5236 % и увеличение вы­ручки в размере 2,598 % к выручке создали реальную предпосылку для увели­чения валового дохода на 482,58 т. руб. Но, негативное влияние прочих факто­ров за сравнимый период на 1097,18 т. руб. в итоге уменьшило прирост валово­го дохода с 482,58 т. руб. до минус 614,6 т. руб., т. е. на 1097,18 т. руб.

***2.6. Анализ расходов предприятия в динамике***

Проанализируем формирование издержек обращения в соответствии с объемом продаж товаров, как за исследуемый год, так и в динамике (таблица 2.8).

На предприятии по сравнению с базисным годом темпы роста выручки кратно раз опережали темпы роста затрат. Так, например, в 2004 г. такое опе­режение составляло 2,2 раза, в 2005 году и 2006 году - 1,9 и 1,5 раза. В резуль­тате уровень издержек обращения на единицу реализованных товаров сначала сократился с 16,4 до 7,38 % в 2003 году, а затем возрос до 11,0 % - в 2006 году.

Таблица 2.8 - Динамика показателей издержек обращения и объема продаж Товаров в магазине "Спорт-Интур", тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Годы** | **Выручка от продаж,**  **тыс. руб.** | | | **Издержки обращения,**  **тыс. руб.** | | | **Уровни издержек обращения. %** |
| **сумма** | **темпы роста** | | **сумма** | **темпы роста** | |
| **базисные** | **цепные** | **базисные** | **цепные** |
| 2003 | 5697,5 | 100 | - | 931,8 | 100 | - | 16,4 |
| 2004 | 10610,2 | 186,2 | 186,2 | 783,0 | 84 | 84 | 7,38 |

Продолжение таблицы 2.8

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2005 | 13204,1 | 231,8 | 124,4 | 1134,7 | 121,8 | 144,9 | 8,59 |
| 2006 | 15458,0 | 271,3 | 117,1 | 1701,2 | 182,6 | 149,9 | 11,0 |

Причинами прогрессирующего роста затратоемкости (уровня издержек) исследуемого предприятия являлись:

*во-первых,* ежегодное увеличение цен и тарифов на коммунальные услу­ги, а также другие платные услуги, оказываемые предприятию остальными хо­зяйствующими субъектами;

*во-вторых,* довольно высокий удельный вес расходов на оплату затрат живого труда - 43,3 %.

Исследование цепных темпов роста свидетельствует о том, что в 2005 и 2006 годах темпы роста издержек обращения превышали сравнимые показатели оборота. Так, за 2005 год при увеличении объема продаж товаров на 24,4 % ве­личина издержек обращения возросла на 44,9 %. В результате этого уровень из­держек обращения увеличился на 1,21 % к обороту (8,59 - 7,38).

В 2004 году, напротив, темпы роста выручки опережали темпы роста из­держек обращения. Например, размер опережения составил 102,2 % (186,2 -84), что создало реальную экономическую предпосылку для снижения среднего уровня затрат на 9,02 % к выручке (7,38 - 16,4).

Далее определим величину абсолютной и относительной сумм снижения (роста) издержек обращения. На предприятии за 2005 и 2006 годы абсолютная сумма увеличения издержек обращения составила 351,7 и 566,5 тыс. руб., а за 2004 год, сумма снижения затрат составила 148,8 тыс. руб. Но данная величина не дает полного представления о целесообразности роста величины затратного механизма. Поэтому наряду с абсолютной суммой обязательно следует рассчи­тывать и относительную сумму снижения (роста) издержек обращения, которая показывает изменение затратного механизма относительно роста или снижения объема оборота.

На предприятии относительная сумма увеличения издержек обращения за 2005-2006 годы составила 372,54 тыс. руб. (11,0 - 8,59) х 15458 тыс. руб. : 100 %). Иными словами, для продажи товаров на 15458 тыс. руб. Магазин "Спорт-Интур" должно было израсходовать ресурсов в размере 1327,84 тыс. руб. (15458 х 8,59 : 100). Фактически же его затраты составили 1700,38 тыс. руб., т.е. больше на 372,54 тыс. руб., что наглядно свидетельствует о снижении экономи­ческой эффективности использования на предприятии текущих затрат за иссле­дуемый период времени, так как уровень расходов возрос на 2,41 % к обороту.

***2.7. Анализ состава и структуры расходов предприятия***

Затем проанализируем состав и структура издержек обращения, как за предплановый период времени, так и в динамике (таблица 2.9).

Таблица 2.9 - Структура издержек обращения по предприятию в динамике

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статьи затрат** | **2005 г** | | **2006 г** | | | **Отклонение** | | **Темп роста.**  **%** |
| **сумма** | **уровень** | **сумма** | **уровень** | **доля, %** | **сумма** | **уровень** |
| Издержки, в том числе: | 1134,7 | 8,59 | 1701,2 | 11,0 | 100 | 566,5 | 2,41 | 150 |
| 1, Транспортные расходы | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 2, Заработная плата | 446,38 | 3,38 | 532,12 | 3,44 | 31,28 | 85,74 | 0,06 | 119 |
| 3, Социальные расходы | 228,78 | 1,73 | 486,93 | 3,15 | 28,62 | 258,14 | 1,42 | 212,9 |
| 4, Амортизация | 25,09 | 0,19 | 35,55 | 0,23 | 2,09 | 10,47 | 0,04 | 142 |
| 5, Арендная плата | 139,99 | 1,06 | 243,64 | 1,58 | 14,32 | 103,65 | 0,52 | 174 |
| 6, Налоги, относимые на себестоимость | 114,55 | 0,87 | 157,67 | 1,02 | 9,27 | 42,79 | 0,15 | 137,3 |
| 7, Оплата услуг связи | 18,49 | 0,14 | 33,28 | 0,28 | 1,96 | 14,79 | 0,14 | 180,4 |
| 8, Оплата услуг банка | 25,09 | 0,19 | 35,65 | 0,36 | 2,09 | 10,56 | 0,17 | 142,4 |
| 9, Коммунальные расходы | 36,97 | 0,28 | 40,12 | 0,26 | 2,36 | 3,15 | -0,02 | 108,7 |
| 10, Хранение товаров | 25,09 | 0,19 | 68,26 | 0,44 | 4,01 | 43,18 | 0,25 | 272,8 |
| 11, Расходы на ГСМ | 42,25 | 0,32 | 49,63 | 0,32 | 2,92 | 7,37 | - | 117,5 |
| 12, Износ спецодежды | 3,96 | 0,03 | 8,39 | 0,054 | 0,49 | 4,44 | 0,024 | 212,8 |
| 13, Прочие затраты | 27,73 | 0,21 | 9,94 | 0,064 | 0,58 | -17,79 | -0,15 | 35,7 |
| Выручка от продаж | 13204,1 | - | 15458,0 |  | - | 2253,9 |  | 78,3 |

Основными статьями издержек за 2005-2006 гг, являлись расходы на зар­плату, доля которых составила - 31,28 % - первая позиция; начисления на зарплату / соцрасходы - 28,62 % - вторая позиция; аренда - 14,32 % - третья пози­ция, Доля этих ведущих статей расходов в общей величине издержек обраще­ния за 2006 год составила по магазину 74,22 %,

Для большей наглядности, данные издержки можно изобразить графиче­ски на рисунке 2,4,

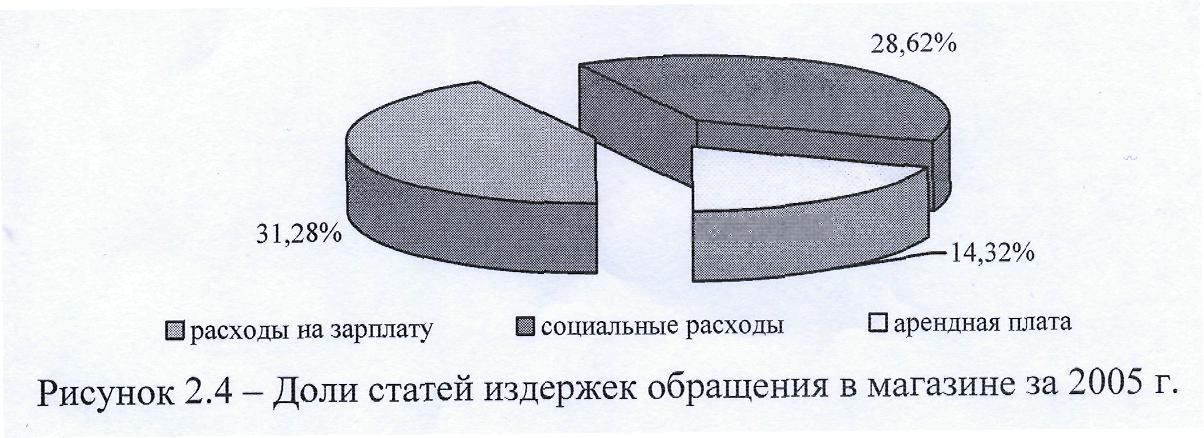


Рисунок 2.4. – Доли статей издержек обращения в магазине за 2006 г.

Следовательно, основными макрогруппами затрат на торговом предпри­ятии являлись две группы,

*Первая группа:* расходы на заработную плату с учетом социальных на­числений, Их доля в общей сумме издержек обращения за предплановый *год* составила 59,9 %, в том числе расходы на заработную плату - 31,28 %,

*Вторая группа:* расходы на содержание материально технической базы предприятия - 14,32 %,

***2.8. Факторный анализ расходов предприятия***

Следующим этапом анализа расходов будет факторный анализ затрат предприятия,

Общая сумма затрат (Зобш) может измениться из-за: объема реализации про­дукции в целом по предприятию, ее структуры, уровня переменных затрат на еди­ницу продукции, суммы постоянных расходов на весь объем реализации.

Представим данные для расчета влияния этих факторов (таблица 2.10).

Таблица 2.10 - Исходные данные для факторного анализа общей суммы затрат на реализацию продукции

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Затраты | Сумма,  тыс,  руб, | Факторы изменения затрат | | | |
| объем  продаж | структура  продукции | переменные  затраты | постоянные  затраты |
| По 2005 г на объем продаж в 2005 г | 1134,7 | 13204,1 | 0,086 | 0,7 | 340,41 |
| По 2005 г, пересчитанному на  объем продаж 2006 г при со-  хранении структуры 2005 г | 1270,28 | 15458,0 | 0,086 | 0,7 | 340,41 |
| По уровню 2005 г на объем  продаж 2006 г при ее структуре в 2006 г | 1531,25 | 15458,0 | 0,11 | 0,7 | 340,41 |
| Затраты 2006 г при уровне  постоянных затрат 2005 г | 1539,18 | 15458,0 | 0,11 | 0,705 | 340,41 |
| Затраты 2005 г | 1701,2 | 15458,0 | 0,11 | 0,705 | 501,85 |

Сумму затрат определим по формуле:

З1,2,3,4,5 = (ВП \* У \* b) + А, (2.1)

где 31 - сумма затрат по плану на плановый объем реализации, тыс. руб.,

32 - сумма затрат по плану, пересчитанному на фактический объем продаж при сохранении плановой структуры, тыс. руб.,

33 - сумма затрат по плановому уровню на фактический объем продаж продукции при фактической ее структуре, тыс. руб.,

34 - сумма фактических затрат при плановом уровне постоянных затрат, тыс. руб..

35 - фактические затраты, тыс. руб..

ВП - реализация продукции, тыс. руб..

У - структура продукции,

b - уровень переменных затрат на единицу продукции,

А - сумма постоянных расходов на весь объем продаж, тыс. руб.,

31 = (13204,1 \* 0,086 \* 0,7) + 340,41 = 1134,7 тыс. руб.,

32 = (15458,0 \* 0,086 \* 0,7) + 340,41 = 1270,28 тыс. руб.,

33 - (15458,0 \* 0,11 \* 0,7) + 340,41 = 1531,25 тыс. руб.,

34 = (15458,0\* 0,11 \* 0,705)+ 340,41 = 1539,18 тыс. руб.,

35 = (15458,0\* 0,11 \* 0,705)+ 501,85 = 1701,2 тыс. руб.

Из таблицы видно, что в связи с перевыполнением плана реализации на 1 % сумма затрат возросла на 135,58 тыс. руб. (1270,28 - 1134,7).

За счет изменения структуры реализации продукции, сумма затрат также возросла на 260,97 тыс. руб. (1531,25 - 1270,28), Это свидетельствует о том, что в общем объеме реализации продукции увеличилась доля затратоемкой про­дукции,

Из-за повышения уровня удельных переменных затрат перерасход издер­жек на реализацию продукции составил 7,93 тыс. руб. (1539,18 - 1531,25),

Постоянные расходы возросли по сравнению с 2001 годом на 162,02 тыс. руб. (1701,2 - 1539,18), что также послужило одной из причин увеличения об­щей суммы затрат,

Таким образом, общая сумма затрат в 2005 году выше, чем в 2004 году на 566,5 тыс. руб. (1701,2 - 1134,7), или на 50 %, в том числе за счет пе­ревыполнения плана по объему реализации продукции и изменения ее структу­ры она возросла на 396,55 тыс. руб. (1531,25 - 1134,7), а за счет роста издержкоемкости продукции - на 169,95 тыс. руб. (1701,2 - 1531,25),

Затраты на рубль продукции непосредственно зависят от изменения об­щей суммы затрат на реализацию продукции и от изменения стоимости реали­зованной продукции, На общую сумму затрат оказывают влияние объем реали­зации продукции, ее структура, изменение переменных и постоянных затрат, которые в свою очередь могут увеличиться или уменьшиться за счет уровня ресурсоемкости продукции и цен на потребленные ресурсы, Стоимость реализо­ванной продукции зависит от объема реализации, его структуры и цен на про­дукцию,

Факторная модель удельных затрат на рубль продукции (УЗ) выглядит сле­дующим образом:

УЗ = Зобщ / ВП = (Σ (VВПобш \* Удi \* bi + А) / (Σ (VВПобш \* Удi \* Цi)), (2,2)

где УЗ - удельные затраты на рубль продукции,

Зобщ - затраты общие, тыс. руб.,

ВП - объем реализации продукции, тыс. руб.,

VВПобш - объем реализации продукции в целом по предприятию, тыс. руб.,

Удi - структура продукции, %,

bi - уровень переменных затрат на единицу продукции, %,

А - сумма постоянных расходов на весь объем продаж продукции, тыс. руб.,

Цi - цена единицы продукции, тыс. руб.

Влияние этих факторов на изменение затрат на рубль товарной продукции рассчитывается способом цепной подстановки в таблицах 2.11-2.12.

Таблица 2.11 - Данные о реализации продукции

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| По 2005 г | Σ (VВПiпл \* Цiпл) | 13204,10 |
| 2006 г при структуре и ценах 2005 г | Σ (VВПiф \* Цiпл) ± ΔВПстр | 15018,89 |
| 2006 г по ценам 2005 г | Σ (VВПiф \* Цiпл) | 14895,89 |
| 2006 г по ценам 2006 г | Σ (VВПiф \* Цiф) | 15458,00 |

Таблица 2.12 - Расчет влияния факторов на изменение суммы затрат на рубль реализованной продукции

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Затраты на рубль продукции, коп. | Фактор | | | | |
| объем продаж | структура продаж | уровень удельных переменных затрат | сумма постоянных затрат | отпускные цены |
| План = 1134,7 / 13204,1 = 8,59 | План | План | План | План | План |
| Усл.1 = 1270,28 / 15018,89 = 8,5 | Факт | План | План | План | План |

Продолжение таблицы 2,12

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Усл. 2 = 1531,25 / 14895,89 = 10,28 | Факт | Факт | План | План | План |
| Усл. З = 1539,18 / 14895,89 = 10,33 | Факт | Факт | Факт | План | План |
| Усл. 4 = 1701,2 / 14895,89 = 11,4 | Факт | Факт | Факт | Факт | План |
| Факт = 1701,2 / 15458,0 = 11 | Факт | Факт | Факт | Факт | Факт |
| Д общ = 11,0 - 8,59 - 2,41 коп, | - 0,09 | 1,78 | 0,05 | 1,07 | -0,4 |

Аналитические расчеты, приведенные в таблице 2,12, показывают, что размер затрат на рубль продукции изменился за счет следующих факторов:

Уменьшения объема реализации продукции 8,5 - 8,59 = - 0,09 коп,;

Изменения структуры реализации 10,28 - 8,5 = 1,78 коп.;

Увеличения уровня переменных затрат 10,33 - 10,28 = 0,05 коп.;

Увеличения размера постоянных затрат 11,4 - 10,33 = 1,07 коп,;

Сокращения цен на продукцию 11 - 11,4 = - 0,4 коп,

***2.9. Анализ эффективности использования текущих затрат***

В заключение анализа расходов по магазину "Спорт-Интур" произведем оценку эффективности использования текущих затрат и трудовых ресурсов в таблице 2.13 - 2.14.

Таблица 2.13 - Данные для расчета оценочных показателей, характеризующих эффективность использования текущих расходов и трудовых ресурсов в магазине "Спорт-Интур" в динамике

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Периоды исследования** | | |
| **2004 г** | **2005 г** | **2006 г** |
| 1, Выручка от продажи, тыс. руб. | 10610,2 | 13204,1 | 15458,0 |
| 2, Издержки обращения, тыс. руб. | 783,0 | 1134,7 | 1701,2 |
| 3, Фонд заработной платы, тыс. руб.  то же в % к обороту | 362,87 3,42 | 904,48 6,85 | 1460,78 9,45 |
| 4, Удельный вес фонда заработной платы в сумме издержек, % | 46,3 | 79,7 | 85,9 |

Если в 2004 году на рубль издержек обращения было реализовано това­ров на 13 руб. 55 коп,, то в 2006 году - только на 9 руб. 9 коп. или почти в 1,3 раза меньше сравнимого периода (100 - 67,1 = 66,2), За два последних года затратоотдача снизилась на 21,9 % (100 - 78,1), то есть с 11 руб. 64 коп. до 9 руб. 9 коп.

Таблица 2.14 - Оценочные показатели, характеризующие эффективность использования ресурсов и затрат на исследуемом предприятии в динамике

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Периоды исследования** | | | **2006 год в %** | |
| **2004 г** | **2005 г** | **2006 г** | **2004 г** | **2005 г** |
| Коэффициента отдачи  а) Затратоотдача (1:2)  b) Зарплатоотдача (1:3)  с) Интегральный показатель эффективности () | 13,55 29,24 19,9 | 11,64 14,6 13,0 | 9,09 10,58 9,8 | 67,1 36,2 49,2 | 78,1 72,5 75,4 |

Аналогичная тенденция прослеживается и в использовании трудовых ре­сурсов: зарплатоотдача в динамике снизилась почти в 1,7 раза (100 - 36,2 = 58,2), а за два последних года - на 27,5 % (100 - 72,5), В итоге, общая эффек­тивность использования текущих затрат и трудовых ресурсов на предприятии снизилась в динамике более на 50,8 % (100 - 49,2 = 50,8), а за последние два го­да - на 24,6 % (100 - 75,4), Следовательно, предприятие неэффективно исполь­зовало свои издержки обращения и трудовые ресурсы,

**3. Совершенствование аналитической работы в магазине "Спорт-Интур"**

**3.1. *Планирование валового дохода*** *в* ***магазине***

Среди экономико-статистических методов планирования валового дохода наиболее широкое распространение получил метод скользящей средней дина­мического ряда, Суть метода заключается в выравнивании уровня валового до­хода (4-5 лет) и распространения выявленной тенденции в его развитии на пер­спективу (таблица 3.1).

Таблица 3.1 - Расчет уровня валового дохода по методу скользящей средней динамического ряда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы** | **Средний уровень дохода**  **(в % к выручке)** | **Выровненные показатели** |
| 2003 | 25,64 |  |
| 2004 | 16,0 | К1 - (25,64 + 16,0 + 17,82) : 3 = 19,82 |
| 2005 | 17,82 | К2 = (16 + 17,82 + 11,24): 3 = 15,02 |
| 2006 | 11,24 |  |

Прирост уровня валового дохода по методу скользящей средней составит:

Δ =  (3.1)

где Δ - прирост уровня валового дохода;

*Кn* - конечный уровень валового дохода;

*К1* - начальный (стартовый) уровень валового дохода;

n - число взятых лет

или 

Отсюда прогнозный уровень валового дохода на 2007 год составит 12,22 % (Кпр = Кn + 2 + Δ или 15,02 + 2 - 4,8).

Спрогнозируем величину выручки от реализации на 2006 год методом ли­нейного тренда,

у = 2423,9х +5819,1, (3.2)

у2004 = 2423,9 \* 3 + 5819,1 = 13090,8

у2005 = 2423,9 \* 4 + 5819,1 = 15514,7

у2006 = 2423,9 \* 5 + 5819,1 = 17938,6

у2007 = 2423,9 \* 6 + 5819,1 = 20362,5

Таблица 3.2 - Прогноз выручки на 2007 год методом линейного тренда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Период** | **Реальное значение** | **Прогноз** | **Отклонение** |
| 2003 | 10610,2 | 13090,8 | - |
| 2004 | 13204,1 | 155147 | 2423,9 |
| 2005 | 15458,0 | 17938,6 | 2423,9 |
| 2006 | - | 20362,5 | 2423,9 |



Тогда прогнозируемая сумма валового дохода будет равна 2488,298 тыс. руб. (20362,5 тыс. руб. х 12,22 : 100 %),

Итоговая модель валового дохода на исследуемом предприятии на 2006 год будет выглядеть следующим образом (таблица 3.3).

Таблица 3.3 - Расчет прогноза величины валового дохода на 2007 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **2006 год** | **2007 год** | **Отклонения** | **Темп роста, %** |
| 1. Выручка от продаж | 15458,0 | 20362,5 | +4904,5 | 131,7 |
| 2. Валовой доход сумма уровень | 1738,2 11,24 | 2488,298 12,22 | +750,098 +0,98 | 143,2 108,7 |

***3.2. Планирование расходов по реализации продукции***

Аналогичным образом проведем планирование расходов предприятия в таблице 3.4).

Таблица 3.4 - Расчет уровня расходов по методу скользящей средней динамического ряда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Годы** | **Средний уровень издержек**  **(в % к обороту)** | **Выровненные показатели** |
| 2002 | 16,35 |  |
| 2003 | 7,38 | К1 = (16,35 + 7,38 + 8,59) : 3 = 10,77 |
| 2004 | 8,59 | К2 = (7,38 + 8,59 + 11,0) : 3 = 8,99 |
| 2005 | 11,0 |  |

Прирост уровня издержек по методу скользящей средней составит:

Δ =  (3.3)

где Δ - прирост уровня валового дохода;

*Кn* - конечный уровень валового дохода;

*К1* - начальный (стартовый) уровень валового дохода;

n - число взятых лет

или 

Отсюда прогнозный уровень издержек на 2007 год составит 9,21 % (Кпр = Kn + 2 + Δ или 8,99 + 2 - 1,78).

Прогнозируемая сумма расходов предприятия будет равна 1875,386 тыс. руб. (20362,5 тыс. руб. х 9,21 : 100 %),

Итоговая модель расходов предприятия на 2007 год будет выглядеть сле­дующим образом (таблица 3.5)

Таблица 3.5 - Расчет прогноза величины издержек на 2007 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **2006 год** | **2007 год** | **Отклонения** | **Темп роста, %** |
| 1, Выручка от продаж, тыс. руб. | 15458,0 | 20362,5 | +4904,5 | 131,73 |
| 2, Издержки  сумма  уровень | 1701,2 11,0 | 1875,386 9,21 | +174,186  -1,79 | 110,24  83,7 |

Планируемая величина издержек обращения составит 1875,386 тыс. руб., что больше на 10,24 % или на 174,186 тыс. руб. величины 2006 года,

Таким образом, планирование доходов и расходов предприятия позволи­ло определить, что прогнозируемая сумма валового дохода будет равна 1599,696 тыс. руб., а прогнозируемая сумма расходов предприятия будет равна 1875,386 тыс. руб.

В качестве рекомендации следует предложить прогнозировать выручку от реализации логарифмической функцией, так как данная функция дает наиболее точные значения.

у = 4340,5Ln(x) + 10498,4 (3.24)

у2004 = 4340,5Ln(3) + 10498,4 = 15266,93

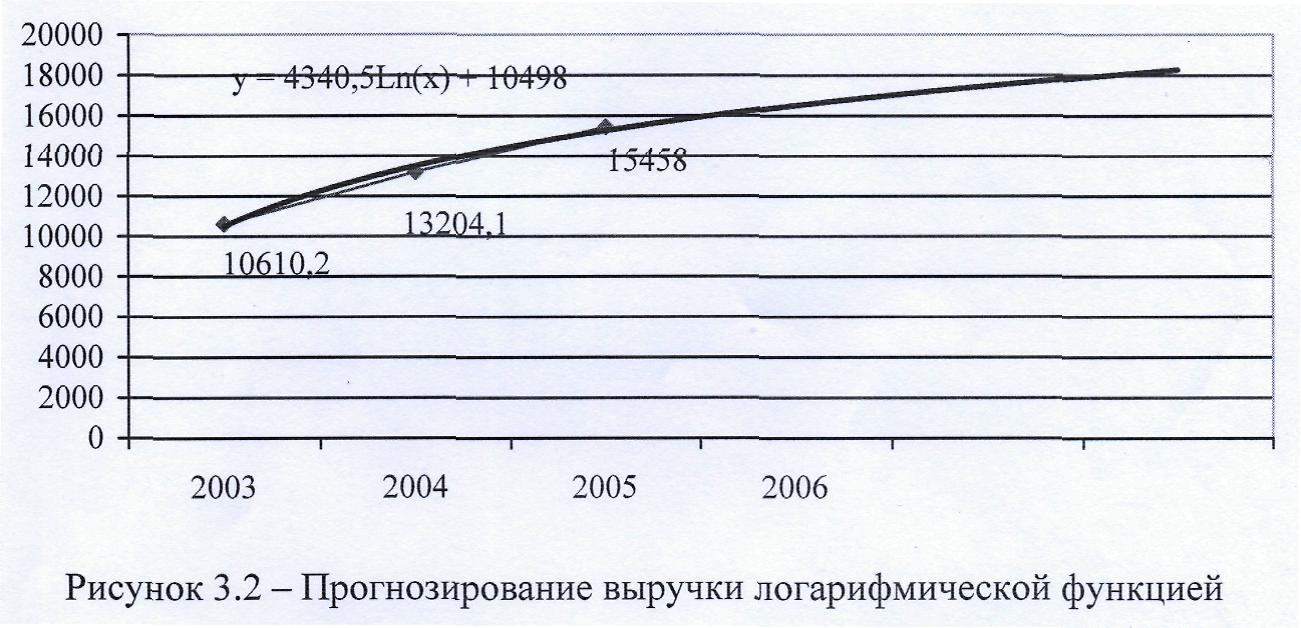
у2005 = 4340,5Ln(4) + 10498,4 = 16515,61

у2006 = 4340,5Ln(5) + 10498,4 = 17484,17

у2007 = 4340,5Ln(3) + 10498,4 = 18275,53

Таблица 3.6 - Прогноз выручки на 2007 год логарифмической функцией

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Период** | **Реальное значение** | **Прогноз** | **Отклонение** |
| 2004 | 10610,2 | 15266,93 | - |
| 2005 | 13204,1 | 16515,61 | 1248,68 |
| 2006 | 15458,0 | 17484,17 | 968,56 |
| 2007 | - | 18275,53 | 791,36 |



Тогда прогнозируемая сумма валового дохода будет равна 2233,269 тыс. руб. (18275,53 тыс. руб. х 12,22 : 100 %), а прогнозируемая сумма расходов со­ставит 1683,176 тыс. руб. (18275,53 тыс. руб. х 9,21 ; 100 %),

Таким образом, прогнозирование выручки логарифмической функцией позволяет определить более точное (минимальное) значение валового дохода и издержек - 2233,269 и 1875,386, что на 255,028 и 192,21 тыс. руб. соответствен­но меньше, чем при прогнозировании выручки линейным трендом,

**Заключение**

Аналитическая обработка экономической информации очень трудоемка сама по себе и требует большого объема разнообразных вычислений, В сего­дняшних условиях потребность в аналитической информации значительно уве­личивается, Это связано прежде всего с потребностью разработки и обоснова­ния перспективных бизнес-планов предприятий, комплексной оценки эффек­тивности краткосрочных и долгосрочных управленческих решений, В связи с этим автоматизация аналитических расчетов стала объективной необходимо­стью, так как, во-первых, повышается продуктивность работы экономистов-аналитиков, Они освобождаются от технической работы и больше занимаются творческой деятельностью, что позволяет делать более глубокие исследования, вести постановку более сложных экономических задач, Во-вторых, более глу­боко и всесторонне исследуются экономические явления и процессы, более полно изучаются факторы и выявляются резервы повышения эффективности торговой деятельности, В-третьих, повышаются оперативность и качество ана­лиза, его общий уровень и действенность,

Анализ доходов показал, что при росте объема оборота в динамике на 45,7 % сумма валового дохода возросла на 2,5 %, В течение исследуемого пе­риода темп роста суммы выручки намного превышал темп роста валового до­хода, По кварталам доход предприятия распределялся неравномерно, Наиболь­ший удельный вес в валовом доходе занимает доход четвертого квартала - свыше 27,0 %, а наименьший удельный вес в валовом доходе приходится на первый квартал - свыше 23,0 %,

Неритмичное развитие валового дохода по кварталам привело к измене­нию удельного веса дохода каждого квартала в годовом объеме валового дохо­да, Самыми напряженными периодами реализации в каждом квартале являются последние месяцы квартала, что связано с праздниками,

Прирост среднего размера валового дохода на 0,5236 % и увеличение объема оборота в размере 2,598 % к обороту создали реальную предпосылку для увеличения валового дохода на 482,583 тыс. руб. Но, негативное влияние прочих факторов за сравнимый период на 1097,183 тыс. руб. в итоге уменьшило прирост валового дохода с 482,583 тыс. руб., до - 614,6 тыс. руб., то есть на 1097,183 тыс. руб.

На предприятии по сравнению с 2004 годом темпы роста объема оборота кратно раз опережали темпы роста затрат, В результате уровень издержек об­ращения на единицу реализованных товаров сначала сократился с 16,4 до 7,38 % в 2001 году, а затем возрос до 11,0 % - в 2003 году,

Основными статьями издержек за 2005-2006 год являлись: расходы на за­работную плату, доля которых составила - 31,28 % - первая позиция; начисле­ния на заработную плату/социальные расходы - 28,62 % - вторая позиция; арендная плата - 14,32 % - третья позиция,

В связи с перевыполнением плана реализации на 1 % сумма затрат воз­росла на 135,58 тыс. руб. За счет изменения структуры реализации продукции, сумма затрат также возросла на 260,97 тыс. руб. Это свидетельствует о том, что в общем объеме реализации продукции увеличилась доля затратоемкой про­дукции, Из-за повышения уровня удельных переменных затрат перерасход издержек на реализацию продукции составил 7,93 тыс. руб. Постоянные расходы возросли по сравнению с 2004 годом на 162,02 тыс. руб., что также послужило одной из причин увеличения общей суммы затрат,

Анализ показал, что магазин "Спорт-Интур" неэффективно использовало свои издержки обращения и трудовые ресурсы,

**Список использованных источников**

1. Абрютина М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Учеб. посо­бие. – М. : Дело и Сервис, 2005. - 350 с.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа : Учеб. - 4-е изд. доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 425 с.
3. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъ­екта. - 2-е изд. доп. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 560 с.
4. Басовский Л.Е. Теория экономического анализа : Учеб. пособие. – М. : Инфра-М. 2001.
5. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятель­ности предприятия. - М. : Инфра-М, 2005. - 420 с.
6. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент : Учебник – Киев : Ника-Центр "Эльга", 2001.
7. Бланк И.А. Управление активами : Учебник – Киев : Ника-Центр "Эльга", 2000
8. Бланк И.А. Управление прибылью : Учебник, - Киев : Ника-Центр "Эльга", 2002. - 238 с.
9. Бортников А.П. О платежеспособности и ликвидности предприятия // Бух­галтерский баланс, - 2005. - № 1. – С. 32.
10. Гамм Р.В. Опыт применения финансового анализа на ЗАО Бизнес-Сервис // Аудит и финансовый анализ, - 2002. - № 2. – С. 50.
11. Глазунов В.Н. Учет благосостояния владельцев при анализе финансового состояния фирмы // Аудит и финансовый анализ. – 2002. - № 1. – С. 61.
12. Горемыкин В.А. и др. Планирование на предприятии : Учебник / Горемыкин В.А. Бугулов Э.Р. Богомолов А.Ю. - 2-е изд. – М. : Информационно-издательский дом "Филинъ", - 2004. - 160 с.
13. Жиделева В.В. Каптейн Ю.Н. Экономика предприятия : Учеб. пособие, - 2-е изд. перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2004. - 295 с.
14. Ильин А.И. Планирование на предприятии : Учебник, - 2-е изд. перераб. – Минск : Новое знание, 2003. - 410 с.
15. Кисилев М. Определение платежеспособности предприятий-заемщиков // Банковский аудит, - 2005. - № 2. – С. 11.
16. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М. : Финансы и статистика, 2002.
17. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предпри­ятия : Учебник, - М. : Проспект, 2005. - 285 с.
18. Кравченко А.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник. - 5-е изд. перераб. и доп. – Минск : Вышейшая школа, 2004. - 467 с.
19. Лебедева С.Н. и др. Экономика торгового предприятия: Учеб. пособие / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков, - Минск : Новое знание. 2002. - 340 с.
20. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности пред­приятия : Учеб. пособие / Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. ; под ред. Н.П. Любушина, - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
21. Матвейчева Е.В Традиционный подход к оценке финансовых результатов деятельности предприятия (на примере ОАО Уралсельэнергопроект) // Аудит и финансовый анализ, - 2002. - № 1. – С. 28.
22. Налоговый Кодекс Российской Федерации, - 2002
23. Петров П.В., Соломатин А.Н. Экономика товарного обращения : Учебник – М. : Инфра-М, 2003. - 342 с.
24. Петрова Л.П., Попов Д.А. Экономика торгового предприятия : Учебное пособие для вузов, - Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2004. – 266 с.
25. Положение по бухгалтерскому учету, Учет основных средств (ОС), Пбу 6 / 01 от 18 мая 2002 г.
26. Прыкин Б.В. Экономический анализ предприятия : Учебник, - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000.
27. Раицкий К.А. Экономика организации (предприятия) : Учеб. - 4-е изд., пе­рераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. - 1012 с,
28. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия, - Минск : ИП Экоперспектива, 2004. - 430 с.
29. Торговое дело : экономика, маркетинг, организация : Учеб. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2004. - 560 с.
30. Тренев Н.Н. Предприятие и его структура : Диагностика, Управление, Оздоровление : Учеб, пособие, - М. : Приор, 2003. - 240 с.
31. Шеремет А.Д. и др. Методика финансового анализа : Учеб. – практ. пособие / М. : Инфра-М, 2003.
32. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : Учебник / Под ред. А.Н. Соломатина, - М. : Инфра-М, 2004. - 320 с.
33. Экономика и статистика фирм : Учебник / В.Е. Адамов, С.Д. Ильенкова, Т.П. Сиротина и др. ; под ред. С.Д. Ильенковой, - 3-е изд., перераб, и доп, - М. : Финансы и статистика, 2002. - 435 с.
34. Экономика предприятия. Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Гор-финкеля. – М. : ЮНИТИ ДАНА, 2003. - 352 с.
35. Экономика предприятия : Учебник / Под ред. А.Е. Карлика, М.Л. Шухгальтер. – М. : Инфра-М, 2005. - 420 с.

Приложение

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2006 г,

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Коды | | | |
|  | Форма № 2 по ОКУД | 0710002 | | | |
| Дата (гол, месяц, число) | | 25 | 04 | | 2005 |
| Организация *Спорт-Интур*  Идентификационный номер налогоплательщика  Вил деятельности *Торговля*  Организационно-правовая форма/форма собственности ООО / частная  Единица измерения: тыс, руб,/млн руб, (ненужное зачеркнуть) | по ОКПО  ИНН  по ОКВЭД  по ОКОПФ/ОКФС  по ОКЕИ | 48350413 | | | |
| 2723938240 | | | |
| 64.20.11 | | | |
| 65 | | 16 | |
| 384 | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | | **За отчетный период** | **За аналогичный период предыдущего года** |
| **наименование** | **код** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Доходы и расходы по обычным видам деятельности** |  |  |  |
| Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) | 010 | 154580 | 132041 |
| Себестоимость проданных товаров, **продукции,** работ, услуг | 020 | (137198) | (108513) |
| Валовая прибыль | 029 | 17382 | 23528 |
| Коммерческие расходы | 030 | (17012) | (11347) |
| Управленческие расходы | МО |  |  |
| Прибыль (убыток) от продаж | 050 | 370 | 12181 |
| **Прочие доходы и расходы** |  |  |  |
| Проценты к получению | 060 | - | - |
| Проценты к уплате | 070 | - | - |
| Доходы от участия в других организациях | 080 | - | - |
| Прочие операционные доходы | 090 | - | 58 |
| Прочие операционные расходы | 100 | (44) | (382) |
| Внереализационные доходы | 120 | 1634 | 520 |
| Внереализационные расходы | 130 | (2868) | (540) |
| **Прибыль (убыток) до налогообложения** |  | (908) | 11837 |
| Отложенные налоговые активы | 141 | - | - |
| *i* Сложенные налоговые обя ;ате еьств; | 142 | - | - |
| Текущий **налог** на прибыль | 150 | (392) | (2980) |
| **Чистая прибыль (убыток) отчетного периода** |  | (1300) | 8857 |
| **Справочно** |  |  |  |
| Постоянные налоговые обязательства (активы) | 200 |  |  |
| Базовая прибыль (убыток) на акцию |  |  |  |
| Разводненная прибыль (убыток) на акцию |  |  |  |