ГОУ СПО «АРХАНГЕЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

 **ЗАДАНИЕ**

 для выполнения курсовой работы

 по дисциплине: «Анализ финансово- хозяйственной

 деятельности»

 по специальности 080110 студентке 4 курса А группы

 Болотских Татьяне Валентиновне

 Тема задания «Задачи и порядок проведения анализа оптового товарооборота»

**Введение**

Оптовая торговля как звено в сфере обращения.

**1.Задачи и порядок проведения анализа оптового товарооборота.**

1.1.Понятие оптового товарооборота, его состав, структура, задачи, значение анализа и информационного обеспечения.

1.2.Методика и последовательность анализа оптового товарооборота.

1.3.Факторный анализ оптового товарооборота.

1.4.Резервы увеличения объема продаж.

1.5.Влияние изменения товарооборота на показатели деятельности предприя-тия.

**2.Практическая часть.**

На примере оптового торгового предприятия провести анализ оптового товарооборота в целом и по отдельным товарным группам, отдельным периодам, оценить влияние факторов, определить резервы увеличения товарооборота.

**Заключение**

Обобщить теоретический и практический материал курсовой работы, сделать выводы, дать рекомендации по увеличению объема продаж.

 Дата выдачи задания 6.02.2010г.

 Преподаватель-руководитель курсовой работы Микитюк В.А.

Содержание

#

[Введение 4](#_Toc258589071)

[1. Теоретическая часть 6](#_Toc258589072)

[1.1. Понятие оптового товарооборота, его состав, структура, задачи, значение анализа и информационного обеспечения. 6](#_Toc258589073)

[1.2. Методика и последовательность анализа 11](#_Toc258589074)

[1.3. Факторный анализ оптового товарооборота 14](#_Toc258589075)

[1.4. Резервы увеличения объемов продаж 19](#_Toc258589076)

[1.5. Влияние изменения товарооборота на показатели деятельности предприятия 21](#_Toc258589077)

[2. Практическая часть 23](#_Toc258589078)

[2.1. Краткая характеристика предприятия 23](#_Toc258589079)

[2.2. Анализ оптового товарооборота в целом и по товарным группам 25](#_Toc258589080)

[2.3. Факторный анализ оптового товарооборота 32](#_Toc258589081)

[2.4. Резервы увеличения товарооборота на предприятии 34](#_Toc258589082)

[Заключение 35](#_Toc258589083)

[Список использованных источников 37](#_Toc258589084)

#

# Введение

Оптовая торговля является одним из звеньев в сфере обращения. Она накапливает на своих складах определенные товарные ресурсы и снабжает товарами предприятия розничной торговли, общественного питания, промышленности, других покупателей. На оптовых предприятиях сортируют, фасуют, упаковывают и хранят товары.

Торговая деятельность оптовых предприятий характеризуется объемом, составом, ассортиментом и структурой товарооборота.[8,c.118] Оптовый оборот относится к числу важнейших показателей деятельности оптовых организаций. Изучение деятельности оптовых организаций обычно начинается с анализа ее товарооборота. Объем оптовой продажи сказывается на других финансово-экономических показателях оптовой торговли. Рост оптового товарооборота обусловливается прежде всего ростом объема производства товаров, увеличением количества оптовых организаций, складских площадей, размера розничного товарооборота и т.д.[19,c.316] Оптовый товарооборот означает начальное движение товаров от производителя к потребителю и через него товары вводятся в сферу обращения посредством установления связи между производством и розничной торговлей.[19,c.316] Промышленные предприятия нередко представляют оптовым базам отчеты о выработанной продукции (в ассортименте), движении и остатках товаров на их складах, данные которых также используются при анализе оптового товарооборота.[8,c.119]

Актуальность темы. Основная цель анализа торговой деятельности оптовых предприятий- выявление, изучение и мобилизация резервов развития товарооборота, улучшение обслуживания покупателей, совершенствование товародвижения. При анализе торговой деятельности оптового предприятия используют данные планов его экономического и социального развития, бизнес-планов, бухгалтерской и статистической отчетности, текущего учета, первичных и сводных документов и других источников информации. Многие статистические отчеты в оптовой торговле составляют с использованием натуральных измерителей, что позволяет углубить результаты исследования. [8,c.119]

Объекты изучения: 1) объем, состав, структура оптового товарооборота; 2)товарные запасы и товарооборачиваемость ( учитывается складской товарооборот); 3) поступление товаров ( включает поставки товаров транзитом).

Целью работы является изучение методики проведения анализа оптового товарооборота.

Для достижения данной цели по­ставлены следующие задачи:

* изучить экономическую сущность товарооборота, его виды, формы и состав;

- раскрыть основные показатели товарооборота, их взаимосвязь, факторы роста товарооборота;

- исследовать методы анализа товарооборота;

- отразить пути увеличения объёма продаж и улучшения структуры товарооборота;

- провести анализ оптового товарооборота по общему объёму на год и по квартальным периодам и по отдельным товарным группам ООО «Ивушка»

Предмет исследования: проведение анализа оптового товарооборота в сфере торговли.

Объект исследования: товарооборот торгового предприятия ООО «Ивушка».

# 1. Теоретическая часть

1.1. Понятие оптового товарооборота, его состав, структура, задачи, значение анализа и информационного обеспечения.

Торговля является одной из важнейших отраслей народного хозяйства, поскольку она обеспечивает обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления. Ее можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей продажей товаров и оказанием услуг покупателям. В зависимости от цели, с которой приобретаются товары, торговлю делят на два вида:

* оптовую (торговля товарами с последующей их перепродажей или
профессиональным использованием);
* розничную (торговля товарами и оказание услуг покупателям для
личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью).

 Товарооборот-это объем продажи товаров за определенный период времени. Товарооборот делится на оптовый, розничный и товарооборот предприятий общественного питания. Оптовый товарооборот-это реализация товаров крупными партиями предприятиям розничной торговли, общественного питания, юридическим и физическим лицам для последующей переработки или продажи населению, предприятиям и учреждениям для производственных целей внерыночного потребления. Основанием для признания продажи товара в оптовой торговле является счет-фактура. Оптовый товарооборот по формам товародвижения делится на складской и транзитный. Анализ деятельности оптовых торговых организаций направляется прежде всего на то, чтобы установить степень выполнения прогнозируемых показателей по объему продаж не только в целом, но и отдельно по складскому и транзитному обороту. Складской оборот характеризуется завозом товаров на склады оптовых организаций.[19,c.318] При складской форме товарооборота товар отгружается покупателю со склада оптового предприятия. Соотношение складского и транзитного объемов товарооборота зависит от ассортимента товаров, условий транспортировки и их хранения. Так, товары несложного ассортимента, не требующие предварительной подсортировки, обычно реализуются покупателям транзитом, а товары сложного ассортимента, требующие предварительной подсортировки (по видам, моделям, фасонам, размерам, ценам и др.),-со склада.[19,c.319]

При транзитной форме также сокращаются расходы, связанные с погрузкой, разгрузкой, подработкой, подсортировкой, формированием товарного ассортимента. По структуре и ассортименту оптовая торговля делится на продажу продовольственными и непродовольственными товарами. Поскольку продажа товаров покупателям в оптовой торговле осуществляется на основе заключенных с ними договоров поставки, то анализ товарооборота может проводится в ассортиментном разрезе ( выполнение договоров поставки, исчисляются темпы роста и прироста отдельных товарных групп, выявляется удельный вес каждой товарной группы в общем объеме товарооборота). Невыполнение продажи товаров по ассортименту одновременно означает невыполнение договоров, заключенных с покупателями, что влечет за собой взыскание штрафных санкций. Анализ указанных показателей осуществляется не только за год, но и по кварталам, месяцам. При этом исчисляются удельный вес каждого месяца, квартала в общем объеме товарооборота. При анализе товарооборота по товарам и товарным группам определяется удельный вес каждой товарной группе в общем объеме продаж.[19,c.319] Оптовый товарооборот также классифицируется:

* по категориям покупателей, например, промышленные предприятия, торговые предприятия, физические лица, государственные учреждения, детские сады, больницы и другие организации;
* по форме оплаты, например, аванс, немедленная оплата, последующая оплата единовременная или в рассрочку;
* по региональному признаку, например, общенациональный, региональный и товарооборот местного значения.

Продажа товаров осуществляется во многие города, области, и поэтому необходим анализ выполнения прогнозируемых показателей объема реализа-ции в территориальном разрезе, а также по одногородним и иногородним по-купателям.[19,c.318]

К показателям товарооборота относятся: объем реализации товаров, товарные запасы и поступление товаров. Между показателями существует взаимосвязь, которая может выражаться в формуле товарного баланса:

 З Н + П = Р + З К , (1) где З Н , З К –запасы на начало и конец периода (учитывается только складской товарооборот); П - поступление товаров, включая поставки товаров транзитом; Р – реализация товаров или оптовый товарооборот;  **З** Н + П – товарное обеспечение; Р + З К – потребность в товарных ресурсах. Если З Н + П > P + З К , то происходит затоваривание.

Если З Н + П < P + З К , то происходит невыполнение плана товарооборота, недостаток товарной массы, расходы растут, прибыль уменьшается. При анализе товарных запасов в опте учитывается складской товарооборот. Расширенная формула товарного баланса: З Н + П = Р + Выб.проч. + Е У + З К , (2) где Выб.проч.- списание по актам, возврат; Е У – естественная убыль- уменьшение веса товаров из-за физико-химических свойств ( усушка, утруска, улетучивание, распыл).

 Показатели товарооборота используются при его анализе, при управлении деятельностью предприятия.

Структура товарооборота характеризуется уровнем валовой прибыли: У ВП = ВП/Т \* 100%, (3) где У ВП – уровень валовой прибыли; Т –товарооборот.

Если уровень валовой прибыли растет, то улучшается структура товарооборота, увеличивается валовая прибыль. Если уровень валовой прибыли снижается, то ухудшается структура товарооборота, снижается валовая прибыль. Оптовый товарооборот является одним из важнейших показателей хозяйственной деятельности предприятий торговли. Его объем и структура влияют на все основные показатели работы предприятия (издержки обращения, рентабельность, прибыльность), поэтому анализ хозяйственной деятельности оптового предприятия начинают с изучения оптового товарооборота.

Задачи анализа оптового товарооборота: 1) комплексная оценка торговой деятельности предприятия ( оценка, изучение выполнения плана в целом по предприятию, по отдельным товарным группам в целом за год и по отдельным периодам ); 2) изучение динамики продаж и проверка действия экономических законов; 3) проверка ритмичности и равномерности выполнения плана оптового товарооборота; 4) изучение состава и структуры продаж; 5) оценка поступления товаров от поставщиков и его соответствия договорным условиям по количеству, ассортименту, качеству и срокам поставок; 6) проверка прогноза удовлетворения спроса покупателей, изучение отгрузки товаров покупателям и ее соответствия с договорными условиями по количеству, ассортименту, качеству и срокам поставок; 7)определение и изучение факторов, влияющих на изменение оптового товарооборота, их количественное измерение; 8) выявление внутренних резервов совершенствования работы оптовых организаций и увеличения объема продаж.

Оптовый товарооборот - это важнейший показатель торгового предприятия. Его можно рассматривать как результат деятельности предприятия торговли и от него зависит объем валового дохода и прибыли, характеризующий эффективность торговой деятельности.

Оптовый товарооборот имеет качественную и количественную характеристики. Качественная связана со структурой товарооборота, т.е. ассортиментным составом, количественная характеристика товарооборота - с объемом реализации в денежном исчислении.

Состав оптового товарооборота включает:

- выручку от реализации продовольственных и непродовольственных товаров через оптовую сеть;

- продажу товаров в кредит с рассрочкой платежа;

- товарооборот предприятий, реализующих продукцию собственного производства;

- продажу печатных изданий;

- выручку от реализации препаратов медицинского назначения;

Следует четко различать понятия “величина” и ”состав” товарооборота: величина - это совокупность сумм торговой выручки, сданной в кассу или банк, объема оптовых продаж по безналичному расчету, расходов, произведенных за счет кассовой выручки (по документам), а состав товарооборота складывается из различных видов продаж.

Структура (или ассортиментный состав) товарооборота включает в себя продовольственные и непродовольственные товары, реализуемые торговым предприятиям. Эти товары делят на ассортиментные группы и подгруппы и при дальнейшей детализации рассматривают виды, сорта, модели, размеры.

## 1.2. Методика и последовательность анализа

Анализ товарооборота торгового предприятия позволяет оценить достигнутые результаты, изучить развитие товарооборота по видам и формам, оценить правильность, реалистичность стратегии предприятия в развитии товарооборота, сравнить масштабы деятельности данного предприятия с конкурентами.

В процессе анализа товарооборота оптовые предприятия изучают следующие показатели:

- динамику общего объёма по видам и товарным группам оптового товарооборота в действующих и сопоставимых ценах;

- долю оптового товарооборота в разрезе товарных групп и по общему объёму на товарных рынках региона;

- долю розничных и других покупателей в общем товарообороте и по основным товарным группам, и оценивают возможность работы с ними в перспективе;

- заявки покупателей и структуру оптового товарооборота;

- отношение оптово-складского товарооборота к розничному и коэффициент звенности товародвижения, исчисляемый как отношение валового товарооборота (всех видов оптового и розничного) к чистому (розничному в динамике по зоне деятельности предприятия и в сравнении с показателями по региону в целом).

Методика экономического анализа товарооборота включает в себя:

1) изучение выполнения плана товарооборота;

2) изучение динамики валового, розничного, оптового оборота;

3) анализ производственной программы торгового предприятия;

4) исследование влияния важнейших факторов на выполнение плана и
динамику товарооборота (товарного обеспечения, запасов,
товарооборачиваемости, производительности труда и др.);

5) выявление резервов роста товарооборота и разработка конкретных
мероприятий по увеличению товарооборота.

Анализ товарооборота проводится в фактических (действующих) и
сопоставимых ценах. Для определения товарооборота в сопоставимых ценах
необходимо его объем с момента действия новых продажных цен разделить на индекс цен. Необходимо также проанализировать, какие изменения произошли в составе товарооборота по сравнению с прошлым периодом.

Анализ выполнения плана и динамики проводится по каждому направлению оптовой реализации товаров (с детализацией по их видам). Прежде всего проверяют выполнение плана по отдельным направлениям реализации и изучают причины выявленных отклонений. Причинами недопоставки могут быть нарушения поставщиками договоров поставки товаров по общему объёму, ассортименту, качеству и срокам их поступления, а также транспортные затруднения, недостатки в организации оптовой торговли, в складском хозяйстве, другой маркетинговой деятельности. Важным показателем, характеризующим поставку товаров оптовыми предприятиями, является удельный вес рыночного фонда в общем объёме товарооборота. Рост доли рыночного фонда товаров в оптовом товарообороте обычно положительно характеризует торговую деятельность оптового предприятия.

Динамика роста товарооборота в текущих ценах (Д) рассчитывается по формуле:

Д = Фактический товарооборот отчетного года в текущ. ценах \* 100 %

 Фактический товарооборот прошлого года

Динамику роста товарооборота в сопоставимых ценах рассчитывают по формуле:

Д в сопостав. ценах = Фактический товарооборот отчетного года \* 100 %

 Фактический товарооборот прошлого года

где Д - динамика роста.

Если в анализируемом периоде изменились цены, то фактические данные по продаже товаров необходимо выразить в ценах, в которых прогнозировался товарооборот. Для этого рассчитывают индекс цен. Индекс цен показывает изменение совокупной стоимости определенного количества товаров за анализируемый период. Индекс рассчитывается по следующей формуле:

Ip = P1,

 P0

где Ip - индекс цен,

P1 - цена в отчетном периоде,

P0 - цена в базовом периоде (в прошлом году), принимаемая за 100%.

Фактический товарооборот отчетного года в сопоставимых ценах рассчитывают по следующей формуле:

Факт.товарооборот отчетн.года = Фактич.товарооборот отчет.года в текущ.ценах \* 100%

 в сопоставимых ценах Ip

Дальнейший анализ общего объема оптового товарооборота проводят по кварталам, что позволяет определить равномерность продаж на протяжении года и выявить степень удовлетворения покупательского спроса по сезонам.

Анализ выполнения прогноза продаж по кварталам необходимо дополнить анализом продажи товаров по месяцам. Этот анализ позволяет оценить равномерность выполнения прогноза товарооборота внутри кварталов, своевременно выявить причины наметившегося несоответствия фактических данных прогнозируемым и принять соответствующие меры.

Показатель оптового товарооборота в конечном итоге определяет величину валового дохода и прибыли. Планирование этих показателей тесно связано с прогнозированием товарооборота в целом по предприятию и по отдельным товарным группам.

## 1.3. Факторный анализ оптового товарооборота

Установив изменения в развитии товарооборота, необходимо определить причины, по которым они возникли. Здесь можно использовать формулу балансовой увязки показателей товарооборота:

З1 + Н + П = Р + В + Е + У + З2,

где З1 - товарные запасы на начало планируемого периода;

Н - оптовая надбавка;

П - поступление товаров;

Р - реализация по общему объему и по отдельным товарным группам;

В - выбытие товара;

Е - естественная убыль;

У - уценка товаров;

З2 - товарные запасы на конец периода.

Влияние на объем товарооборота показателей товарного баланса можно рассчитать методом цепной подстановки или путем исчисления разницы между фактическими и плановыми величинами.

В процессе анализа выявляют, нет ли в магазине залежалых товаров, устаревших фасонов, низкого качества, и выясняют причины образования сверхнормативных или заниженных по сравнению с нормативом товарных запасов, а также устанавливают причины ускорения или замедления товарооборачиваемости. Образование или накопление сверхнормативных запасов приводит к сокращению товарооборота, уменьшению доходности предприятия, замораживанию средств, вложенных в товарные запасы. Заниженные товарные запасы обуславливают сужение ассортимента, сокращение удельного веса реализации отдельных товаров, уменьшение объема товарооборота, что отрицательно сказывается на всех показателях хозяйственной деятельности торгового предприятия.

Анализ состояния товарных запасов дополняется анализом скорости обращения средних товарных запасов за конкретный период (квартал, год). При выявлении значительных отклонений товарооборачиваемости от норматива (ускорение или замедление) проводят анализ по тем товарам, которые имеют наибольший удельный вес в товарообороте магазина. Если в магазине накопились товары, не пользующиеся спросом, то это послужит причиной замедления товарооборачиваемости и увеличения товарных запасов. При необоснованном ускорении товарооборачиваемости целесообразно проверить наличие товарных запасов по всем ассортиментным группам.

В целях обеспечения выполнения плановых заданий осуществляется анализ факторов, влияющих на объем продажи товаров в результате:

1. роста объема производства товаров;
2. осуществления мероприятий технического и организационного развития производства, в том числе выпуска новых видов товара, повышения качества выпускаемого товара, внедрения новых технологических процессов, механизации и автоматизации производства, экономии сырья и материалов, прочих мероприятий, структурных сдвигов;
3. изменения остатков готовых товаров на складе;
4. других факторов.

Графически взаимосвязь между факторами представлена на рис. 1

Объем продаж товаров

Изменение отгрузки товаров

Изменение остатков товаров, отгруженных на начало и конец анализируемого периода

Сроки оплаты на данные товары не наступили

Товары не оплачены в срок потребителями

Товары находятся

на ответственном хранении у потребителей

Изменение остатков

готовых товаров на складе на начало периода

Изменение объема

производства товаров

Изменение остатков

готовых товаров на складе на конец периода

Рис. 1. Факторы, обуславливающие изменение объема продаж товаров

Расчет влияния данных факторовна объем продаж товаров производится сравнением фактических уровней факторных показателей с плановыми и вычислением абсолютных и относительных приростов каждого из них. Для изучения влияния этих факторов анализируется баланс товарной продукции.

Рассмотрим влияние на выполнение плана оптового товарооборота следующих факторов: численности работников; количества отрабо­танных ими дней и объема товарооборота, приходящегося на одного сред­несписочного работника

Таблица 1.1.

Исходные данные для анализа

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показатель** | **Обозначение** | **План** **(базис)** | **Факт** **(отчет)** |
| Оптовый товарооборот, тыс. ед. | *х* |  |  |
| Среднесписочная численность работников, чел. | *а* | 600 | 590 |
| Отработанное время, чел.-дней | ***ъ*** | 304 | 308 |
| Объем продаж одного среднесписоч­ного работника в день, ед. | ***с*** | 300 | 320 |

Находим недостающие показатели — абсолютное и относитель­ное отклонения фактических значений от плановых показателей и за­полняем таблицу 2.

Таблица 1.2.

Расчет отклонений фактических значений от плановых

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Обозна­чение | План (базис) | Факт (отчет) | Отклонение (+, –) |
| абсолют­ное | относи­тельное, % |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 = 4 - 3 | 6 = 5/3-100 |
| Объем оптового товарооборота, тыс. ед. | *х* | 54720 | 58150,4 | 3430,4 | 6,27 |
| Среднесписочная численность работни­ков, чел. | *а* | 600 | 590 | -10 | -1,67 |
| Отработанное время, чел.-дней |  *b* | 304 | 308 | 4 | 1,32 |
| Объем продаж одного среднесписоч­ного работника в день, ед. | *с* | 300 | 320 | 20 | 6,67 |

Построим модель результативного показателя (розничного товарооборота), которая имеет вид:

*x* = *аbc.*

Используя метод цепных подстановок, получаем

x0 = а0b0с0 = 600 ⋅ 304 ⋅ 300 = 54720 тыс. ед;

x01 = а1b0с0 = 590 ⋅ 304 ⋅ 300 = 53808 тыс. ед;

x02 = а1b1с0 = 590 ⋅ 308 ⋅ 300 = 54516 тыс. ед;

x1 = а1b1с1 = 590 ⋅ 308 ⋅320 = 58150,4 тыс. ед;

∆xа = х01 . х0 = 53808 . 54720 = .912 тыс. ед;

∆xb = х02 . х01 = 54516 . 53808 = 708 тыс. ед;

∆xс = х1 . х02 = 58150,4 . 54516 = 3634,4 тыс. ед;

∆x = х1 . х0 = 58150,4 . 54720 = ∆xа + ∆xb + ∆xс = 912 + 708 + 3634,4 = 3430,4 тыс. ед.

В общем план по оптовому товарообороту перевыполнен на 3430,4 тыс. ед. На это повлияли следующие факторы: несоответствие фактической численности запланированному количеству на 10 чел. привело к потере дохода на 912 тыс. ед; дополнительно отработанные 4 дня привели к росту товарооборота на 708 тыс. ед; увеличение объема продаж одного среднесписочного работника всего на 20 ед. в день дало прирост выручки на 3634,4 тыс. ед.

1.4. Резервы увеличения объемов продаж

Резервы увеличения суммы прибыли определяются по каждо­му виду товарной продукции. Основными их источниками явля­ются увеличение объема реализации продукции, снижение ее се­бестоимости, повышение качества товарной продукции, реализация ее на более выгодных рынках сбыта и т.д.

Для определения резервов роста прибыли по первому ис­точнику необходимо резерв роста объема реализации продукции умножить на фактическую при­быль в расчете на единицу продукции соответствующего вида:

Р↑Пvpп = Р↑VРПi ∙ Пiф.ед.

Резерв увеличения объема продаж за счет повышения фондоотдачи:

Р↑VВП(ФО) = ОФ(ФОв-ФОф)

Резерв увеличения объема продаж за счет повышения среднечасовой выработки рабочего:

Р↑VВП (Вч) = Р↑Вч ∙ ФРВплан

Резерв увеличения объема продаж за счет сокращения потерь рабочего времени:

Р↑VВП (ПРВ) = ПРВ ∙ Вч план

Подсчет резервов увеличения прибыли за счет сниже­ния себестоимости товарной продукции осуществляется следующим образом: предварительно выявленный резерв снижения себестоимости каждого вида продукции умножается на возможный объем ее продаж с учетом резервов его роста:

Р↑Пс = ∑(Р↓Сi (VРПiф + Р↑VРПi))

Существенным резервом роста прибыли является улучше­ние качества товарной продукции. Он подсчитывается следу­ющим образом: изменение удельного веса каждого сорта (кон­диции) умножается на отпускную цену соответствующего сорта, результаты суммируются и полученное изменение средней цены умножается на возможный объем реализации продукции:

Р↑П = ∑(∆УДi ∙Цiпл) : 100 ∙ (VРПiф + Р↑VРПi)

В заключение анализа необходимо обобщить все выявлен­ные резервы роста прибыли.

1.5. Влияние изменения товарооборота на показатели деятельности предприятия

Размер прибыли организации зависит от множества внешних (не зависящих от деятельности организаций) и внутренних (зависящих от деятельности организаций) факторов. Оценка влияния этих факторов на размер прибыли, и выявление резервов ее повышения определяют возможные пути увеличения прибыли торгового предприятия.

 Прибыль от реализации товаров занимает наибольший удельный вес в структуре балансовой прибыли торгового предприятия, поэтому при выявлении основных путей увеличения прибыли  торгового предприятия необходимо рассматривать резервы увеличения именно прибыли от реализации.

Ее величина формируется под воздействием трех основных факторов: величины издержек обращения, объем товарооборота и уровня действующих цен на реализуемую продукцию (т.е. конъюнктура рынка товаров).
В торговле решающее значение имеет объем реализации продукции, определенный спросом.

Увеличение товарооборота в натуральном выражении при прочих равных условиях ведет к росту прибыли. Увеличение объемов товарооборота невозможно, если предприятие не располагает необходимыми для этого материальными, трудовыми, техническими ресурсами.

Для получения этих ресурсов необходимы капитальные вложения, что требует направления прибыли на техническое совершенствование предприятия, увеличение штата, увеличения оборотных средств.

Предприятия, располагающие средствами для проведения капитальных вложений, реально могут увеличивать свою прибыль за счет увеличения объемов реализации товаров, если они могут обеспечить рентабельность инвестиций выше темпов инфляции.

Для определения резервов роста прибыли за счет увеличения объемов реализации необходимо выявленный ранее резерв роста объема реализации  умножить на  фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующего вида.

Не требует затрат ускорение оборачиваемости оборотных средств, которое также ведет к увеличению объемов реализованных товаров и следовательно к увеличению прибыли от реализации. Однако инфляция достаточно быстро обесценивает оборотные средства.

Снижение величины издержек обращения очень заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях. На многих предприятиях торговли постатейно анализируются издержки обращения  и изыскиваются пути их снижения. Но в значительной мере эта работа обесценивается инфляцией и ростом цен на исходное сырье, топливо, электроэнергию и т.д.
Подсчет увеличения прибыли за счет снижения издержек обращения осуществляется следующим образом: предварительно выявляют резервы снижения издержек обращения и умножают на объем продаж с учетом резервов его роста.

А в условиях резкого роста цен и недостатка собственных оборотных средств возможность прироста прибыли за счет снижения издержек обращения исключена.

Прибыль растет высокими темпами, главным образом за счет увеличения цен.  Среднемесячные темпы ее прироста, превышая темпы роста цен, свидетельствуют об инфляционном характере получения прибыли.

2. Практическая часть

2.1. Краткая характеристика предприятия

Объектом данного анализа является торговое предприятие – ООО «Ивушка». Организационно-правовая форма мебельного предприятия – ООО. Предприятие находится по адресу: г. Архангельск, ул. Красной Звезды, д.3

Торговое предприятие начало свою деятельность января 2004года. Основной вид деятельности – оптовая торговля непродовольственными товарами, специализируется на продаже мебели. Основной целью предприятия является получение прибыли, а также удовлетворение запросов потребителей.

ООО «Ивушка» располагается на арендованных площадях бывшего магазина, в котором после ремонта и переоборудования он начал деятельность. Общая площадь предприятия составляет 840 кв. м.

Предприятие располагается в жилом районе города, расположенным вблизи главных транспортных путей. Перед магазином предусмотрена небольшая автомобильная парковка, что очень удобно для клиентов. Предприятие работает с 10-00 до 19-00, без перерыва, в выходные предприятие работает: в субботу с 10-00 до 18-00, а в воскресенье – с 10-00 до 16-00. Режим работы предприятия позволяет охватить довольно широкий сегмент потребителей и представителей розничных магазинов.

Так как ООО «Ивушка» находится не совсем в престижной зоне г. Архангельска, плата за землю ниже, затраты по обслуживанию ниже. Три года предприятие существует и достаточно уверенно. В перспективе предполагается реконструкция в соответствии с расширением ассортимента и увеличением пропускной способности торгового зала.

Поставки производятся из разных городов России: Санкт-Петербург, Новгород, Бирск, Агидель, Воронеж. Поставки по договорам производятся прямым назначением силами магазина и поставщиков. Это дает возможность снизить оптовые цены от 10 до 15%, что делает это предприятие более привлекательным.

Численность работающих 14 человек: 1 – директор, 1– зам. директора, 1 - бухгалтер, 2 – экспедитора, 4 – менеджера, 4 – грузчика (они же являются сборщиками мебели), 1 – технический персонал.

Предприятие почти не пользуется кредитами. Товары берут по условиям договоров на реализацию. Задолженности перед бюджетом, внебюджетными органами нет, заработная плата выдается вовремя.

2.2. Анализ оптового товарооборота в целом и по товарным группам

###### Динамика оптового товарооборота предприятия ООО «Ивушка» приведена в Таблице 2.1.

###### Таблица 2.1.

###### Динамика оптового товарооборота ООО «Ивушка» за 2007-2009 годы

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Год | Фактический оптовый Товарооборот (руб.) | Цепной темп роста,% | Базисный темп роста,% |
| В действующих ценах | В сопоставимых ценах | В действующих ценах | В сопоставимых ценах | В действующих ценах | В сопоставимых ценах |
| 2007 | 67353 | 67353 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| 2008 | 81728 | 69852,991 | 121,343 | 103,712 | 121,343 | 103,712 |
| 2009 | 101032 | 91847,27273 | 123,6198 | 131,4865 | 150,004 | 136,36701 |

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)

Из таблицы видно, что за последние три года оптовый товарооборот увеличился на 33679 тыс. руб., что составляет 50% к фактическому товарообороту 2007 года. Этот прирост произошел за счет увеличения количества реализованных товаров (физического объема оптового товарооборота) на 39,0%, что составило 24494,27273 тыс. руб. (91847,27273-67353), и в связи с увеличением оптовых цен на товары - на 7366,7 тыс. руб. (101032-93665,3).

 Оптовый товарооборот фирмы за 2009 год в сопоставимых ценах составил 91847,27273 тыс. руб., а темп роста по отношению к 2007 году составил всего 36%. Следовательно, за счет ценового фактора (повышение цен на товары) увеличился товарооборот предприятия. Количество реализованных товаров увеличилось в 2008 году на 21,343%, в 2009 году на 23,6198%. Темпы роста физического объема товарооборота (количества товаров) отмечаются довольно высокие.

Определим удельный вес каждого квартала в годовом товарообороте (Таблица 2.2.)

Таблица 2.2.

Товарооборот в поквартальном разрезе в действующих ценах за 2008 − 2009 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кварталы | 2008 год | 2009 год | Отклонение (-), (+) | Темп отклонения,(%) |
| Сумма,руб. | Удельный вес,% | Сумма,руб. | Удельный вес,% |
| I квартал | 18993 | 23,239 | 24360 | 24,111173 | +5367 | 128,2578 |
| II квартал | 21917 | 26,817 | 22014 | 21,789136 | +97 | 100,4426 |
| III квартал | 20198 | 24,7137 | 26328 | 26,05907 | +6130 | 130,3495 |
| IV квартал | 20620 | 25,23 | 28330 | 28,040621 | +7710 | 137,3909 |
| Итого | 81728 | 100,00 | 101032 | 100,00 | 19304 | 123,6198 |

Товарооборот ООО «Ивушка» за отчетный год вырос на 23,6198%, абсолютный прирост составил 19304 тыс. руб. В поквартальном разрезе наблюдается следующее: товарооборот оптового предприятия ООО «Ивушка» распределяется по кварталам неравномерно. Наиболее напряженным был второй квартал, наименее напряженным – четвертый.

В I квартале отчетного года товарооборот значительно увеличился, относительный прирост составил 28,2578%, а абсолютное увеличение составило 5367 тыс. руб. Во II квартале товарооборот по сравнению с плановым годом увеличился всего на 0,4426%, прибыль составила 97 тыс. руб.. В III квартале товарооборот по сравнению с 2008 годом вырос на 30,3495%, абсолютное отклонение составило 6130рублей. В IV квартале наблюдается рост: относительный − 23,6198%, а абсолютное отклонение составило 7710 тыс. руб..

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что увеличился удельный вес I квартала (с 23,239% до 24,111173%). Удельный вес II, III, IV квартала увеличился по сравнению с плановым годом. Но товарооборот по кварталам в 2008году распределился более равномерно, чем в 2008 году.

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

Среднее квадратичное отклонение:

 

- 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 2.3.)

Таблица 2.3.

Расчеты, необходимые для определения коэффициента ритмичности за 2008 – 2009 года

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Квартал  | Темп отклонения (%) | Х-Хсреднее | (Х-Хсреднее)^2 |
| I квартал | 128,2578 | +4,1476 | 17,2026 |
| II квартал | 100,4426 | -23,6676 | 560,1553 |
| III квартал | 130,3495 | +6,2393 | 38,9289 |
| IV квартал | 137,3909 | +13,2807 | 176,3770 |
| Xсреднее | 124,1102 | - | 15403,3417 |







Итак, колебание в развитии товарооборота составляет 62,055%. Выполнение плана товарооборота за отчетный год было равномерным только на 50,0001%. Чем ближе к 100% коэффициент ритмичности, тем ритмичнее изменяется товарооборот.

На основе квартальных изменений за ряд лет необходимо определить коэффициент сезонности, который используется при планировании товарооборота по кварталам года. Коэффициент сезонности показывает, на сколько процентов отклоняется товарооборот данного квартала от среднеквартальной величины в ту или иную сторону под влиянием факторов сезонного характера.

Таблица 2.4.

Определение сезонности продажи товаров по кварталам года за 2008 -2009 года

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Квар-тал | 2007 годСумма, руб. | 2008 годСумма, руб. | 2009 годСумма, руб | итого за три годаСумма, руб. | средний за три годаСумма, руб. | Коэффи-циент сезонно-сти, % |
| I | 14867 | 18993 | 24360 | 58220 | 19406,667 | 93,10915 |
| II | 14307 | 21917 | 22014 | 58238 | 19412,667 | 93,138702 |
| III | 15678 | 20198 | 26328 | 62204 | 20734,667 | 99,481435 |
| IV | 22501 | 20620 | 28330 | 71451 | 23817 | 114,26995 |
| Итого за год | 67353 | 81728 | 101032 | 250113 | 83371 | 400 |
| Сред.кварт.т/от | 16838,25 | 20432 | 25258 | 62528,25 | 20842,75 | - |

По данным таблицы можно сделать вывод, что наибольший спрос на продукцию в IV квартале (114%), а наименьший в I квартале (93%). Это необходимо учитывать, при планировании по кварталам 2010 года.

Проведем анализ структуры товарооборота. Под структурой товарооборота понимается удельный вес отдельных групп товаров в общем объеме товарооборота.

Удельный вес группы товаров определяется по следующей формуле:



*Где Тгр* – товарооборот группы товаров;

*То* – товарооборот общий.

Анализ ассортимента и структуры проводится по товарам, сгруппированных в 7 товарных групп. Динамику реализации по отдельным товарным группам изучаем путем составления таблицы 2.5.

Таблица 2.5.

Анализ структуры товарооборота ООО «Ивушка»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Товарные группы | 2008 год | 2009 год | Изменения в динамике структуры товарооборота, % | Темп отклонения (%) |
| Сумма, руб. | Удельный вес, % | В действующих ценах | В сопоставимых ценах | В действующих ценах | В сопоставимых ценах |
| Сумма, руб. | Удельный вес, % |
| Мягкая мебель | 12365 | 15,12945 | 15963 | 15,79994 | 14511,82 | 0,670491 | 129,098261 | 117,362056 |
| Мебель для кухни | 6523 | 7,981353 | 8512 | 8,425053 | 7738,182 | 0,443701 | 130,492105 | 118,629186 |
| Гостиные | 15698 | 19,20762 | 20145 | 19,93923 | 18313,64 | 0,731612 | 128,32845 | 116,66223 |
| Прихожие | 10289 | 12,58932 | 13279 | 13,14336 | 12071,82 | 0,55404 | 129,06016 | 117,32742 |
| Спальни | 13947 | 17,06514 | 16845 | 16,67294 | 15313,64 | -0,39221 | 120,77866 | 109,79878 |
| Детские | 13697 | 16,75925 | 14250 | 14,10444 | 12954,55 | -2,65481 | 104,03738 | 94,579437 |
| Офисная мебель | 9209 | 11,26786 | 12038 | 11,91504 | 10943,64 | 0,647173 | 130,71995 | 118,83632 |
| итого | 81728 | 100 | 101032 | 100 | 91847,27 | - | 123,61981 | 112,38165 |

Реализация всех товаров в действующих ценах в динамике растет высокими темпами, что вызвано в основном повышением оптовых цен. В сопоставимой оценке продажа мебели для детских комнат снизилась, в связи с чем потери в товарообороте составили 2,65481 тыс. руб.

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

Данные анализа показали, что более высокими темпами выросли продажи мебели для кухни и офисной мебели (на 30,49% и 30,72% соответственно). Увеличилась доля мягкой мебели и прихожих в общем товарообороте (29,098% и 29,06% соответственно). Продажа мебели для гостиной увеличилась на 28,33%. Продажа спальной мебели выросла на 20,78%, но при этом удельный вес в общем товарообороте снизился на 0,39%. Возрос удельный вес мебели для детской комнаты на 4,04%, удельный вес в общем товарообороте снизился на 2,65%. Средний рост товарооборота по всем товарным группам составил 23,62% . Оптовый товарооборот в действующих ценах возрос по всем товарным труппам. Особенно значительный рост достигнут по реали­зации кухонной и офисной мебели.

2.3. Факторный анализ оптового товарооборота

Оптовый товарооборот предприятия ООО «Ивушка» изменился под действием следующих факторов:

- влияние цен, обеспеченность трудовыми ресурсами и эффективность труда торговых работников;

- состояние и эффективность 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 2009 г. = 1,1

Тс = 101032 / 1,1 = 91847,2727

Влияние изменения цен = 101032 - 91847,2727 = 9184,727273 тыс. руб.

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

В том числе за счет изменения физического объема товарооборота:

91847,2727 – 81728 = 10119,27273 тыс. руб.

итого: 9184,727273 + 10119,27273 = 19304 тыс. руб.

Для определения влияния трудовых ресурсов используем метод разниц:

ПТ = Т/Ч,

Где ПТ – производительность труда;

Ч – численность рабочих

ПТ (плановая) = 81728/12 = 6810,66667 тыс. руб.

ПТ (фактическая) = 101032/14= 7216,571429 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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Влияние на динамику товарооборота | Сумма, руб. |
| Влияние численности работников | (14-12)\* 6810,66667 | 13621,3333 |
| Влияние производительности труда | (7216,571429 – 6810,66667)\*14 | 5682,66667 |
| Итого | - | 19304 |

Таким образом, за счет роста численности работников товарооборот увеличился на 1362,33 тыс. руб., а за счет увеличения производительности труда товарооборот повысился на 5682,66 тыс. руб. В общем, за счет трудовых ресурсов товарооборот увеличился на 19304 рублей.

2.4. Резервы увеличения товарооборота на предприятии

Увеличить товарооборот предприятия возможно, предприняв ряд определенных мер. По результатам анализа можно сделать следующие предложения:

1. Во-первых, для получения максимальной прибыли предприятие должно наиболее полно использовать находящиеся в его распоряжении ресурсы. С этой целью производить за­купки товаров непосредственно у производителей, значительно расширить закупку и реализацию сопутствующих товаров, имеющихся в достаточном количестве у производителей и других поставщиков, больше внимания уделять заключению договоров с поставщиками.
2. Во-вторых, добиться роста эффективности труда торговых работников. С этой целью привлекать на работу лиц на не полный рабочий день, произвести установку современных кассовых аппаратов, добиться от поставщиков увеличения доли фасованных товаров в общем объеме поставок, осуществлять совмещение профес­сий, должностей, вести работу по предупреждению прогулов и сокращению потерь рабочего времени по болезни и другим причинам.
3. экономической службе ООО «Ивушка» разрабатывать прогнозы развития оптового товарооборота на предстоящий период и вести оперативный контроль за ходом реализации прогнозов. Это позволит руководству предприятия и его службам оператив­но решать вопросы обеспечения и эффективности использования всех видов ресурсов, добиться ритмичного и равномерного развития оптового товарооборота по периодам года и по отделам предприятия.
4. совершенствовать систему материального стимулирования труда работников предприятия (увеличение количества реализованных това­ров, обслуживание наибольшего количества покупателей, получение доходов от реализации товаров и др.).

Заключение

Изучив теоретический материал по теме работы, можно, обобщив изученные вопросы, сделать следующие выводы по данной работе.

В настоящее время используются следующие методы планирования структуры товарооборота торгового предприятия: экономико-статистический; основанный на расчете коэффициентов эластичности; экономико-математического моделирования; поэтапный.

В настоящее время существует много различных методов, с помощью которых осуществляются анализ и прогнозирование квартальных и месячных объемов товарооборота. Наиболее простым и достаточно надежным является метод относительной средней. При данном методе допустима сопоставимость товарооборота только внутри года. Для расчета необходимо использовать данные о квартальном (месячном) обороте не менее чем за 3 года. При этом не важно, в каких ценах (сопоставимых или фактических) ведутся расчеты, так как при данной методике влияние индекса цен нивелируется.

Проведенный на основе полученных данных анализ основных показателей финансово- хозяйственной деятельности за 2007-2009 годы ООО «Ивушка», позволяет сделать следующие выводы:

1. Оптовый товарооборот предприятия из года в год увеличивается, темпы роста его составляют в среднем 23,6198%;
2. Достигнут рост товарооборота практически по всем товарным группам которыми торгует предприятие;
3. Прирост товарооборота, в основном, достигнут в основном за счет влияния цен, а также за счет эффективного использования всех видов ресурсов: товарных, трудовых и др.;
4. На предприятии увеличилась производительность труда работников на 6%.

ООО «Ивушка» на сегодняшний день, с моей точки зрения, можно отнести к стабильным предприятиям г. Архангельска. Высокий уровень заработной платы, отсутствие текучести кадров, высокий покупательный спрос.

Предприятие успешно конкурирует с другими мебельными предприятиями нашего города. Основная задача предприятия - удовлетворение запросов потребителей, что подразумевает постоянное обновление ассортимента, удержание стабильной сравнительно невысокой цены.

Рациональная организация оплаты труда на предприятии позволяет стимулировать результаты труда и деятельность его работников, обеспечивать конкурентоспособность на рынке труда и готовой продукции, необходимую рентабельность и прибыльность продукции.

Для повышения эффективности работы предприятия первостепенное значение имеет выявление резервов увеличения объемов производства и реализации, снижения себестоимости продукции, роста прибыли.

Таким образом, в настоящее время наблюдается тенденция повышения эффективности деятельности предприятия.

# Список использованных источников

1. Агафонова М.Н. Бухучет в оптовой и розничной торговле / Книги издательства "Бератор-Пресс", 2006
2. Васильева Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. - М.: КНОРУС, 2006. - 544 с.
3. Горшкова Л.В. Планирование торговли: учебное пособие. - Владивосток. - Издательство Дальневосточного университета. - 2007. - 542 с.
4. Иванова Е.В. Управленческий учет в розничной торговле: диссертация на соискание ученой степени к. э. н. / Е.В. Иванова - М.: Юнити, 2005. - 45 с.
5. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский (управленческий) учет. - М.: Юрист, 2006.
6. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: учебник / А.Ф. Ионова, Н.Н. Селезнева. - М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2008. - 624 с.
7. Ковалев В.В. Управление финансовой структурой фирмы: учеб. - практ. пособие. / В.В. Ковалев. - М.: ТК Велби, Издательство Проспект. - 2008. - 256 с.
8. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле / Л.И. Кравченко. - М.: Новое знание, 2003. - 256 с.
9. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д.В. Лысенко. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 412 с.
10. Машинистова Т.Е. Бухгалтерский учет / Т.Е. Машинистова, Л.Г. Горенко, Г.А. Манохина, А.Ю. Манохин. - М.: Издательство «Экзамен», 2006. - 576с.
11. Попова Л.В. Анализ учетных процедур по формированию финансового результата торговых посреднических организаций / Л.В. Попова, С.С. Прозорова // Бухгалтерский учет и налоги в торговле и общественном питании. - 2007. - № 5.
12. Селезнева Н.Н. Методы анализа в финансовом менеджменте / Н.Н.Селезнева, А.Ф. Ионова // Вестник профессиональных бухгалтеров. - 2007. - № 6. - С. 18 - 35.
13. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л.С. Сосненко, А.Ф.Черненко. - М.: КНОРУС, 2007. - 365 с.
14. Торговое дело: Экономика, маркетинг, организация: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / Под общ. ред. проф. Л.А. Брагина и проф. Т.П. Данько. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 560 стр.
15. Финансы предприятий (организаций): учеб. пособие / Под ред. проф. Н.В. Липчиу. - 3-е изд., перераб. и доп. - Краснодар: ЮИМ, 2007. - 291 с.
16. Авдеев В.В. Оценка финансового состояния торговой организации / В.В. Авдеев // Финансовые и бухгалтерские консультации. - 2008. - № 8.
17. Полисюк Г.Б. Анализ финансового результата деятельности ОАО "Партнер-Проект" / Г.Б. Полисюк, И.Е. Коноваленко // Экономический анализ: теория и практика. - 2008. - № 21.
18. Семенихин В.В. Анализ затрат торговой организации / В.В. Семенихин // Финансовые и бухгалтерские консультации. - 2008. - № 6.
19. Экономический анализ в торговле: Учеб. Пособие/Под ред. М.И.Баканова.-М.: Финансы и статистика, 2004.-с.400: ил.