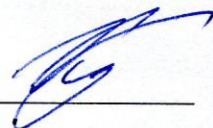


**Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет экономики и управления
Кафедра экономики и кадастра
Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Экономика предприятий и организаций»**

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:
д.э.н., профессор Рамзаев В.М.



**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ИП СЕРЕДАВИНА Л.Б.)»**

Выполнил:
Костяева Д.А., группа Э-42



Научный руководитель:
к.э.н., доцент Кузнецова О.В.



Самара,
2017

Оглавление

Введение.....	3
1. Теоретические основы анализа эффективности торговой деятельности предприятия.....	5
1.1 Понятие и сущность экономической эффективности торговой деятельности...5	
1.2 Показатели оценки и методы анализа экономической эффективности торговой деятельности предприятия.....	14
2. Анализ эффективности торговой деятельности предприятия на примере ИП Середавина Л.Б.....	38
2.1 Общая характеристика деятельности ИП Середавина Л.Б.....	38
2.2 Анализ торговой деятельности ИП Середавина Л.Б.....	48
3. Способы повышения эффективности предприятия.....	56
3.1 Направления по улучшению использования основных средств торгового предприятия ИП Середавина Л.Б.....	56
3.2 Разработка рекомендаций по повышению экономической эффективности на предприятии ИП Середавина Л.Б.....	65
Заключение.....	71
Список используемых источников.....	73

Введение

Жесткая конкурентная борьба на рынке требует от предприятий увеличения эффективности работы, улучшение потребительских качеств продукции и услуг, расширение ассортимента, преодоления бесхозяйственности, активизации предпринимательства, инициативы и т.д. В конечном итоге, предприятию необходимо разработать рекомендации по совершенствованию деятельности и обоснование факторов изменения экономического механизма хозяйствования в системе управления финансовым состоянием предприятия.

Стоит заметить, что процессы, происходящие в отечественной экономике за последние годы, показали, что необходимо проводить оперативный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия на регулярной основе. В связи с тем, что для современной экономики России характерна нестабильность, неопределенность в поведении покупателей, конкурентов, поставщиков, государственных органов.

Цикличность развития, проявляемая во всех областях деятельности, является отражением действия числа законов развития и функционирования систем. Рыночная экономика определила необходимость острого внимания к вопросам управления финансовым состоянием и результатами функционирования предприятия, но принципиальным является положение о разработке экономического аппарата хозяйствования на базе рассмотрения его взаимосвязи с целеполаганием предпринимательской деятельности. Рынку требуется адекватность системы и культуры управления предприятия его целям и интересам.

В ходе анализа взаимосвязи задач разработки стратегии с компонентами экономического механизма хозяйствования выделяются внешние и внутренние процессы деятельности предприятия, и определяется необходимость оценки наличия положительного и отрицательного воздействия экономического механизма функционирования предприятия.

Объектом данной дипломной работы является ИП Середавина Л.Б., основной деятельностью которого является торговля.

Целью дипломной работы является - анализ эффективности деятельности данного предприятия и разработка рекомендаций по его улучшению. Исходя из заданной, цели можно выделить следующие задачи:

- Изучение теоретических основ анализа экономической эффективности;
- Детальный анализ предприятия ИП Середавина Л.Б., включающий финансовый раздел;
- Выявление проблем в хозяйственной деятельности ИП Середавина Л.Б. и разработка рекомендаций по их решению;
- Анализ экономического эффекта, полученного в результате разработанных автором рекомендаций по улучшению эффективности деятельности ИП Середавина Л.Б..

Структурно дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и литературы и приложений.

Первая глава представляет собой теоретические основы экономической эффективности деятельности предприятия. В данной главе представлены основные понятия экономической эффективности деятельности, рассмотрены показатели экономической эффективности, а также даны основы эффективности управления предприятия.

Во второй первой главе работы проводится анализ основной деятельности предприятия ИП «Середавина», представлена общая характеристика деятельности организации, организационная структура. Также во второй главе проведен анализ товарооборота и финансовый анализ предприятия. Финансовый анализ предприятия был проведен на основе финансовых результатов за последние 2-3 года работы на основе бухгалтерской отчетности – отчета о прибылях и убытках и бухгалтерского баланса.

В третьей главе диплома говорится о направлениях по улучшению использования оборотных средств, основных средств. Также в третьей главе даны конкретные меры по улучшению положения организации на рынке города и представлены результаты от их применения в деятельности ИП Середавина Л.Б.

1. Теоретические основы анализа эффективности торговой деятельности предприятия

1.1. Понятие и сущность экономической эффективности торговой деятельности предприятия

Экономическая эффективность – одна из самых сложных категорий экономической науки. Она затрагивает все области практической деятельности человека, все ступени общественного производства, является основой построения количественных критериев ценности оптимальных решений, применяется для формирования материально-структурной, функциональной и системной характеристики хозяйственной деятельности. Можно сказать, что такие наиболее существенные характеристики хозяйственной деятельности, как целостность, разносторонность, динамичность, многомерность и взаимосвязанность ее различных сторон, находят свое адекватное отражение через категорию эффективности.

Анализ общей эффективности хозяйственной деятельности является частью высшего звена управленческих структур организации.

Эффективность или неэффективность частных управленческих решений, связанных с определением стоимости товар, объема партии закупок или поставок продукции, заменой оборудования или технологий и другие решения должны пройти оценку с точки зрения общего успеха организации, характера ее экономического роста и роста общей эффективности.

Основными задачами анализа эффективности являются:

- оценка хозяйственной ситуации;
- выявление факторов и причин достигнутого состояния;
- подготовка и обоснование принимаемых управленческих решений;
- выявление и мобилизация резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Результаты анализа способствуют росту информированности администрации предприятия и других пользователей экономической информации – субъектов анализа – о состоянии интересующих их объектов.

При помощи принципа эффективности могут быть сформулированы критерии для всех видов целей (экономических, социальных, технических, экологических).

Любая организация принимает решение по большой совокупности вопросов: определение номенклатуры выпускаемой и реализуемой продукции; на какой рынок или его сегмент выходить с данным товаром; какие технологии применять для производства и продажи продуктов; какая структура ресурсов необходима и как распределять материальные, трудовые, и финансовые ресурсы; каких показателей должна достичь организация за определенный период времени, по качеству и техническим характеристикам товара, по эффективности производства и сбыта и т.д.

Из многих направлений деятельности предприятия требуется установить, какие можно считать стратегическими. Они могут определяться той конечной целью, которую предприятие ставит перед собой.

На основании обобщения навыка российских и иностранных компаний, разных литературных источников сформулированы и в практике используются следующие ключевые цели деятельности хозяйствующих субъектов:

- экономические цели, которые предполагают завоевание и удержание определенной части на рынке для отдельных продуктов и по всему ассортименту, максимизацию прибыли, возмещение за счет доходов затрат, снижение убытков, увеличение объема продаж и др. Для оценки достижения обозначенных задач следует выбирать показатели, которые выражают экономическую рациональность деятельности организации. Не маловажным выражением относительных показателей эффективности в представленных случаях является соотношение результата к совокупным ресурсам или затратам.

- технические цели, они ориентируют организацию на повышение качества продукции, повышение технического уровня оборудования, машин и технологий и др.;

- социальные цели, которые подразумевают понижение рабочего времени, повышение социального обеспечения в старости, предоставляют гарантии занятости и т.д.;

– экологические цели, которые направляют организации на снижение ущерба окружающей среде путем снижения уровня загрязнения воды и воздуха, уменьшения количества отходов и их переработки, устранения шума и др.

Соответственно указанным целям осуществление хозяйственно-финансовой деятельности подчинено требованиям не только экономической, технической, социальной и экологической рациональности, но и их совокупности.

В большинстве организаций(в основном коммерческих) принцип экономической рациональности выступает как подавляющий критерий. Такие организации считают своей основной целью максимизацию прибыли. Однако в этом случае наряду с экономической эффективностью (рациональностью) находят свое отражение социальная, техническая и экологическая рациональности, но как факторы второго, третьего и четвертого порядка. Из комплекса четырех представленных типов рациональности, принцип эффективности используется при оценке достижения всех целей, который включает в себя все четыре разновидности рациональности. Решение в организации всегда нужно принимать рассчитывая, чтобы при помощи имеющихся ограниченных средств организации , удалось предоставить наиболее оптимальное достижение всех поставленных задач.

Чтобы достичь любой цели, нужно чтобы было просчитано и предусмотрено решением необходимых задач как в долгосрочной перспективе, так и в ближайшее время. При этом необходимо не забывать, что другие цели развития будут решены (достигнуты), если организация обеспечит получение прибыли от хозяйственной деятельности. Именно благодаря прибыли, как правило, формируются финансовые средства для развития предприятия.

Представленные положения раскрывают основные понятие разных трех видов эффективности:

- 1) Эффективность хозяйственной деятельности организации определяется полученными результатами (в процессе этой деятельности), они отражают достижение целей развития (повышение доли на рынке в виде достигнутого количества реализованного товара или получение прибыли как эффекта и т.п.), и конкурентным успехом на рынке (выраженном именно в качестве продукции и стоимости, по кото-

рой стала возможна реализация), представленным в виде объема реализованной продукции или эффекта и соотнесенным с величиной совокупных, потребленных и примененных ресурсов организации.

2) Эффективность использования отдельных видов ресурсов характеризуется соотношением количества прибыли от хозяйственно-финансовой деятельности организации с соответствующей мерой ресурсов или выпуска товара. Исходя из этого, финальные результаты деятельности предприятия представляют собой объем или количество реализованной продукции и эффект в виде прибыли.

Примененные ресурсы – это реальный капитал, который измеряется в стоимостной форме, включающие величину (основных фондов и оборотных средств).

Потребленные ресурсы – это текущие затраты живого и овеществленного труда в виде затрат на производство и продажи.

Затратный и ресурсный методы построения системы показателей экономической эффективности не противоречат друг другу, а наоборот, при таком подходе к их определению появляется возможность наиболее глубоко рассмотреть движение эффективности, наметить конкретные пути повышения, выявить резервы.

3) Эффективность производства продуктов заключается в применении минимального количества ресурсов для производства нужного объема товаров и предоставления услуг и в понижении расходов на единицу продукции (работ, услуг).

Второй показатель эффективности (из трех названных выше) является сквозным, который применяется при ее оценке по отрасли, различным сферам и в общем по экономике страны.

В сфере экономики эффективность является воспроизводственной категорией. В процессе движения товара через фазы воспроизводства имеют место экономические отношения по поводу эффективного потребления ресурсов для получения финальных результатов.

Отсюда очевидно, что необходимо изучение эффективности, применительно к воспроизводству в целом и его отдельным фазам на уровне хозяйствующих субъектов и во всех областях мировой экономики в целом.

Обеспечению общественного производства помогает именно эффективная работа организаций и предприятий. Она достигается тогда, когда нельзя перестроить использование наличных ресурсов таким образом, чтобы увеличить выпуск одного товара без уменьшения выпуска любого другого товара. В другой редакции – для достижения эффективности необходимо отсутствие возможности получения ресурсов или обмена наличными продуктами между потребителями. В данном случае достижение такой ситуации на практике невозможно, так как изложена выше теоретическая посылка.

Неисчерпаемые резервы повышения эффективности на всех уровнях управления, как в организациях, так и в отраслях имеются в любой национальной экономике. Изменение этих показателей в сторону изменения эффективности в анализируемом периоде по сравнению с их величиной в предшествующем периоде свидетельствует об эффективной работе предприятия по указанному направлению.

В каждой национальной экономике всегда есть возможность получить дополнительные выигрыши, благодаря структурным изменениям в экономике, использованием ресурсов, внедрения новых технологий, увеличения качества материалов, сырья, новых видов топлива и других факторов. Актуальной проблемой для всех стран является именно проблема применения собственных возможностей (при данном уровне развития) в деле повышения эффективности хозяйствования, потребления услуг, готовой товарной продукции, распределения и обмена ресурсов.

В последний период времени, исключительное значение для отечественной экономики несет стимулирование эффективных направлений экономии и потребления ресурсов. Экономическую эффективность организации можно рассмотреть, как оценочный показатель результативности деятельности организации, представляющий собой сопоставления результатов этой деятельности.

При проведении анализа показателей результативности деятельности предприятия нужно уделять немалое внимание доминирующим показателям, которые показывают уровень использования экономического потенциала (средств труда, предметов труда и самого труда), так как от его динамики и размеров динамики зависят как производственный процесс, так и его результаты. Ресурсный подход к оп-

ределению результативности работы организаций нацелен именно на проведение режима бережливости и экономии, достижение высоких результатов при наименьших затратах средств и труда.

К основному показателю эффективности деятельности торгового предприятия относится розничный товарооборот. Под розничным товарооборотом предполагают передачу продуктов конечным потребителям, как правило, населению, для удовлетворения личных потребностей. В данном случае процесс обращения товара заканчивается - продукт перестает быть товаром и поступает в сферу потребления. Таким образом, экономическая сущность розничного товарооборота проявляется в экономических отношениях, связанных с обменом собственных денежных средств населения на товары.

Как экономический показатель розничный товарооборот показывает количество товарной массы (в денежном выражении), переходящей в сферу личного потребления в обмен на денежные доходы населения, и показывает, с одной стороны, денежную выручку торговли, с другой - денежную сумму расходов населения на покупку товаров. Пропорции между производством и потреблением отражает динамика розничного товарооборота, так же как и потребность организаций в трудовых и материальных ресурсах, характеризует развитие торговой сети.

В соответствии с единым Государственным стандартом Российской Федерации, под розничным товарооборотом понимается количество реализованных товаров и оказания услуг населению для личного пользования. Помимо этого, в розничный товарооборот включается реализация продукции организациям (санаториям и домам отдыха, больницам, детским садам, домам для престарелых), через которые осуществляется совместное потребление товаров. Такая продажа может производиться как за безналичный, так и за наличный расчет.

Как статистический показатель, розничный товарооборот, содержит объем продажи товаров населению через все каналы реализации: на официально учтенных предприятиях, на вещевых, смешанных и продуктовых рынках.

Количество розничного товарооборота во многом характеризует состояние национальной экономики, отражая положение дел в промышленности и сельском

хозяйстве, инфляционные процессы, перемены благосостояния населения, конъюнктуру и полноту внутреннего рынка.

Показатель розничного товарооборота (как и оптового) имеет количественную и качественную характеристики.

Количественная характеристика товарооборота - размер реализации в денежном исчислении, качественная –на прямую связана со структурой товарооборота. Структура (или ассортиментный состав) товарооборота - это часть отдельных товарных групп в общем объеме продаж.

Состав розничного товарооборота классифицируют по видам продаж:

- выручка от продажи продовольственных и непродовольственных товаров в магазинах, палатках, с использованием автоматов, палатках, в развозной и разносной торговле;
- товарооборот организаций внедомашнего питания, состоящий из оборота по продаже продукции собственного производства и покупных товаров, включая наценку;
- выручка от реализации медикаментов в аптеках;
- выручка от реализации книг, газет, журналов, в том числе и по подписке, и др.

Необходимо четко различать такие понятия, как состав и величина товарооборота: состав складывается из различных видов продаж, а величина - из сумм торговой выручки, сданной в банк или кассу, объема мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), расходов, произведенных за счет кассовой выручки (по документам).

К показателям, характеризующим товарооборот торговой компании, относятся:

- количество товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах;
- количество товарооборота в денежном выражении в сопоставимых ценах;

- ассортиментная структура товарооборота по отдельным группам товаров (в руб., %);
- однодневный объем товарооборота (в руб.);
- объем товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговой группы;
- объем товарооборота на один квадратный метр общей площади, в том числе на один квадратный метр торговой площади;
- время обращения продукции (в днях оборота);
- скорость товарооборота (число оборотов).

К задачам анализа товарооборота относят:

- изучение динамики показателей товарооборота;
- анализ товарной структуры и внутригруппового ассортимента;
- анализ товарооборота по организационным формам и методам торговли;
- определение и оценка факторов, влияющих на объем и структуру товарооборота;
- анализ сезонности товарооборота;
- анализ товарооборачиваемости.

К методам анализа относят:

- построение динамических рядов;
- использование относительных и средних величин;
- сравнение;
- индексный метод;
- построение трендовых и регрессионных моделей динамики;
- цепная подстановка;
- балансовая увязка показателей;
- построение графиков и др.

В зависимости от уровня оценки, объема учитываемых результатов и затрат, а также назначения оценки различают несколько видов эффективности:

- Полная экономическая эффективность - отражает отношение полного эффекта хозяйственной деятельности предприятия ко всем затратам, вызвавшим этот эффект;
- Приростная экономическая эффективность - характеризуется отношением прироста эффекта за расчетный период к приросту вызвавших его затрат;
- Сравнительная экономическая эффективность - представляет собой частный случай приростной эффективности, когда базой для расчета эффекта и затрат являются не показатели прошлой деятельности, а один из сравниваемых вариантов. В качестве эффекта здесь чаще всего выступает рост прибыли за счет снижения себестоимости при реализации одного варианта по сравнению с другим, а в качестве затрат - дополнительные капитальные вложения, обеспечивающие снижение себестоимости по лучшему варианту.

Проанализировав данные мнения можно сделать вывод, что сущность экономической эффективности сводится к соизмерению экономических эффектов производства с затратами, их обусловившими.

Основной задачей оценки экономической эффективности производства на предприятии является способствование выявлению и реализации внутрихозяйственных резервов повышения эффективности общественного производства, достижению лучших конечных результатов деятельности предприятия, т.е. повышению прибыли.

Эффективность производственно-хозяйственной деятельности - это результат производства, характеризуются системой показателей, включающей личные показатели эффективности использования отдельных видов ресурсов и общие показатели эффективности использования нескольких видов ресурсов.

Показатели эффективности деятельности торговой организации рассчитываются на базе сопоставления эффекта (результата) деятельности с авансированными ресурсами или текущими затратами, связанными с приобретением этого эффекта.

Существует теория множественности задач, в основе которой лежит системный подход к характеристике организации, предполагающая присутствие в системе иерархии целей и задач и, так же, критериев их содержания, дает оценку эффективности хозяйственной деятельности организации.

1.2 Показатели оценки и методы анализа экономической эффективности торговой деятельности предприятия

При анализе экономической эффективности предприятия, стоит учитывать все факторы, которые влияющие как на экономический эффект его деятельности, так и на затраты и ресурсы. Как правило, абсолютно все учесть если и не невозможно, то крайне сложно. Экономических эффектов может быть очень и очень много, особенно если организация двигается по пути инноваций, и оценивается эффективность нововведений.

Поэтому обычно пытаются учесть наиболее важные, весомые эффекты, наиболее всего оказывающие влияние на экономическую эффективность. Их учет осуществляется путем введения количественных показателей эффективности – измерителей, значение которых определяется уровнем результативности и рациональности производства.

В зависимости от сложности предмета анализа одновременно может вводиться и рассматриваться огромное количество показателей экономической эффективности – так, статистика бывшего СССР при рассмотрении работы отдельного предприятия обладала более чем 500 различными измерителями. Основные из них, однако, достаточно очевидны и могут быть легко перечислены. Это:

- производительность труда (во многих случаях главный показатель эффективности не только отдельной компании, но и экономики всей страны; получается делением стоимости произведенной за календарный период продукции на общую численность работников или на стоимость трудозатрат);
- материалоемкость (удельный расход всех пошедших на производство продукции материалов, в том числе – сырья, энергии, топлива, полуфабрикатов, - в расчете на количество или на цену произведенной продукции);
- капиталоемкость (отношение стоимости затраченного капитала к стоимости произведенной продукции);
- материалотдача и капиталотдача (показатели, обратные, соответственно, материалоемкости и капиталоемкости).

Данные показатели соотносят выраженный в стоимостных величинах результат с одним из факторов производства (материалами, капиталом, трудом), поэтому определенная через них экономическая эффективность называется факторной, или ресурсной. Выделяют также технологическую эффективность, оценивая ее по качеству сырья и материалов, уровню квалификации работников предприятия, прогрессивностью используемых технологий производства.

Чтобы получить общую экономическую эффективность, достаточно соизмерить цену всей произведенной продукции со стоимостью суммарных текущих затрат. Она выражается в показателях рентабельности активов. Делением прибыли на использованный капитал, или на издержки производства, можно получить рентабельность.

Показатели экономической эффективности – это совокупность показателей ресурсной и общей эффективности. Технологическая эффективность, вообще говоря, отвлекается от стоимостных единиц, и ее измерители прямо не участвуют в финансовых расчетах. Однако обычно ее также нельзя сбрасывать со счетов при анализе деятельности предприятий. Например, только ресурсные факторы иногда не могут объяснить, почему выгодно приобретение нового прогрессивного оборудования. Действительно, использование старых, менее производительных, но работоспособных станков избавляет от необходимости вкладывать деньги в покупку новых и поэтому повышает капиталоотдачу. С другой стороны, новое оборудование позволяет повысить производительность труда на предприятии. Приведенный пример еще раз демонстрирует, насколько важно во время анализа учитывать комплекс показателей, правильно составляя их набор.

Говоря о показателях экономической эффективности, нужно помнить, что такое понятие может быть использовано не только в рамках компании и государства, но и в наиболее частных случаях, и не только производителем, но и покупателем. Так, можно рассчитать экономическую эффективность приобретения автомобиля, квартиры, дачи.

При расчете эффективности приобретения и потребления тех или иных благ (товаров, услуг) покупатель, обычно, исходит из их альтернативной стоимости.

Данный показатель позволяет определить наилучшую цену из упущенных при выборе конкретного варианта. Другими словами, приобретая что-то одно, потребитель отказывается от чего-то другого, что может быть для него столь же полезным. Для разных людей альтернативные стоимости благ будут различными, поскольку каждый из нас имеет определенные вкусы и предпочтения. Но для многих благ в обществе установлена некоторая общепризнанная альтернативная стоимость.

Данный показатель позволяет потребителю сделать выбор между покупкой, например, машины или дома. Однако, когда выбор сделан в пользу одного блага – пусть автомобиля, в силу вступает множество других показателей. При расчете экономической эффективности покупки конкретной модели учитываются такие характеристики, как соотношение между стоимостью ее приобретения и эксплуатационными издержками (расходами на топливо, обслуживание, ремонт), долговечностью, техническими характеристиками и т.п.

Конечно, в данном обзоре невозможно перечислить все многообразие показателей экономической эффективности. В заключение отметим, что с точки зрения макроэкономики к ним можно отнести индикаторы уровня экономического развития страны: объем национального производства на душу населения в общем и по основным видам товаров, структурное деление экономики по отраслям, уровень жизни населения (индекс развития человеческого потенциала). В последние годы к макроэкономическим показателям прибавился критерий конкурентоспособности экономики.

Все показатели, применяемые при оценке хозяйственной деятельности торговых организаций, можно свести в экономические категории: экономический эффект, экономический результат, экономическая эффективность. Несмотря на то что в экономической литературе не редко ставят знак равенства между понятиями «эффект» и «результат», предлагают различать эти понятия.

Экономический результат - это абсолютное значение (не обязательно в стоимостном выражении) какого-либо показателя, характеризующего степень предпринимательской активности в той или иной сфере деятельности. Для торговой организации такими показателями могут быть, например, товарооборот, количество поку-

пателей, посетивших магазин за определенный период времени, прирост торговой площади, объем закупленной партии товаров.

Под экономическим эффектом подразумевают разницу между результатом экономической деятельности и затратами, произведенными для достижения результата. В торговле экономический эффект может выражаться через такие показатели, как валовой доход и прибыль.

Для оценки экономической эффективности используют оба вида показателей - и результат и эффект.

Экономическая эффективность определяется соотношением между полученным результатом или эффектом в стоимостном выражении и затратами различного рода ресурсов (материальных, трудовых, финансовых, информационных) по достижении этого результата. Иными словами, речь идет об уровне эффективности использования ресурсов.

Можно выделить три основных типа ориентации предприятия на прибыль: максимизацию, мини-максимизацию, получение удовлетворительной прибыли.

Смысл стратегии максимизации прибыли состоит в получении высокой прибыли в каждой финансовой операции за счет как внутренних резервов, так и покупателей. Максимизация как долгосрочная стратегия предприятия применяется редко, но для краткосрочной тактической задачи используется, особенно в сферах быстрого экономического роста. При мини-максимизации прибыли находится максимум прибыли, но не по всем затратам, как в первом случае. При принятии решений берется во внимание страхование от возможных потерь. При планировании удовлетворительной прибыли в полной мере учитывается степень риска, ориентиром для организаций становится прибыль, которую можно получить при применении данных финансовых ресурсов в какой-нибудь другой отрасли. Эта прибыль имеет тенденцию к понижению до такого уровня, который не привлечет слишком много конкурентов в эту отрасль, но не потребует вмешательства органов, следящих за тем, чтобы позиция предприятия в отрасли не стала монопольной. В исключительных случаях цель предприятия может определяться неприбыльной мотивацией. Это не означает, что организацию не интересует его финансовые результаты. Кроме макси-

мизации дохода рост нормы прибыли выражается другими показателями: удовлетворением потребителей, позицией на рынке, устойчивостью хозяйственных связей, благосостоянием работающих, ответственностью предприятия, технической эффективностью, высоким уровнем производительности труда, приданием особого значения научным исследованиям и разработкам.

Для оценки эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности предприятия чаще всего применяют систему показателей. Обоснование необходимости их применения дано в теории множественности целей, основу которой составляет системный подход к описанию предприятия, что подразумевает существование в системе иерархии целей и, соответственно, критериев достижения.

Содержание показателей, привлекаемых для оценки хозяйственной ситуации, в каждом индивидуальном случае определяется жизненным циклом организации, его размером, временным аспектом планового горизонта, назначением анализа и другими критериями.

Совокупность экономических показателей торговых предприятий делает упор на дедуктивный метод, который предполагает построение синтетического показателя, объединяющего результаты хозяйственной деятельности, а затем отбор группы частных показателей, конкретизирующих состояние той или иной стороны деятельности.

В качестве базы для обобщающего показателя рекомендуется использовать экономический потенциал торгового предприятия - совокупность ресурсов (трудовых, материальных, финансовых, природных и др.), имеющихся в распоряжении хозяйствующего субъекта, а также профессиональные способности его сотрудников и менеджеров к применению ресурсов в соответствии с деятельностью предприятия в целях получения максимально возможного в данных экономических условиях дохода.

Таким образом, экономический потенциал предприятия характеризуется несколькими важными чертами: во-первых, реальными возможностями, причем не только реализованными, но и нереализованными по каким-либо причинам; во-вторых, объемом ресурсов и резервов, как вовлеченных, так и не вовлеченных в тор-

говую деятельность; в-третьих, способностью менеджеров к использованию ресурсов для достижения стратегических целей фирмы.

В связи с этим модель экономического потенциала для торговых предприятий можно представить так:

Человеческий капитал + Основной капитал +оборотный капитал.

Модель экономического потенциала любой организации определяется объемом и качеством имеющихся у него ресурсов: численностью занятых и их профессиональными способностями, основными производственными и непроизводственными фондами, оборотными фондами, материальными запасами, финансовыми и нематериальными ресурсами, инновационными и другими возможностями.

В сумме совокупность этих составных элементов образует совокупную хозяйственную способность предприятия, которая по сравнению с аналогичными параметрами другого предприятия отражает степень его конкурентоспособности.

Принцип эффективного применения экономического потенциала (\mathcal{E}_p) можно представить в следующем формализованном виде формулы 1:

$$\mathcal{E}_p = f(P_{\Pi}) - f(P_B) \rightarrow O(1),$$

Где, $f(P_{\Pi})$ - функция потенциальных ресурсов;

$f(P_B)$ - функция вовлеченных ресурсов.

Практическое использование показателя исходит из допущения, что процессы вовлечения ресурсов и повышения эффективности хозяйственной деятельности, результатом которой является полученный доход, исчисляемый как разность между выручкой, образуемой от реализации товаров, и издержками обращения, находятся в прямо пропорциональной зависимости.

Сложность формирования системы показателей для оценки деятельности торговых организаций заключается в том, что еще не определена система индикативного регулирования экономики, которая могла бы помочь предприятию сориентироваться во внешних условиях, увидеть свое место среди других предприятий, оценить адекватность своих экономических целей состоянию и перспективам развития потребительского рынка. Поэтому предприятия должны самостоятельно создать для себя исходную базу, выделить приоритетные показатели, уровень которых будет яв-

ляться критерием для формирования значений всех остальных взаимосвязанных показателей системы.

В качестве составляющих могут быть использованы три группы показателей, отражающих:

- интересы потребителей;
- интересы собственников организации как инвесторов;
- финансовую устойчивость фирмы.

В группу показателей, отражающих интересы потребителей, входят:

- объем товарооборота;
- товарная структура товарооборота; качество обслуживания;
- уровень цен на товары и сопутствующие платные услуги.

Собственники предприятия, ожидающие эффективную отдачу от вложенных средств, заинтересованы в показателях, которые характеризуют:

- эффективность использования активов предприятия; эффективность использования ресурсов;
- отношение прибыли к выручке;
- отношение прибыли к собственному капиталу.

Финансовую устойчивость характеризует система критериев для определения удовлетворительности структуры баланса и платежеспособности предприятия. К основным показателям, характеризующим финансовое положение предприятия, относят: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами и коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности.

Выделение трех указанных групп показателей, с одной стороны, вводит новые показатели, отражающие развивающиеся рыночные отношения, с другой - сохраняет число показателей, которые применялись в торговых организациях ранее. Но поскольку в новой структуре изменяются взаимосвязи как между отдельными показателями, так и их группами, то меняется роль и значение отдельных показателей, что, в свою очередь, приводит к появлению у них новых качеств.

Оценочные показатели, применяемые при анализе финансовой деятельности предприятия, условно можно разделить на три группы:

- показатели финансовой устойчивости;
- показатели ликвидности предприятия;
- показатели прибыльности предприятия.

Показатели финансовой устойчивости можно разделить на две группы: показатели, характеризующие состояние оборотных средств, и показатели, характеризующие состояние основных средств. Состояние оборотных средств предприятия характеризуют следующие три показателя (коэффициента) – K_C , K_0 , K_M .

1. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами (формула 2):

$$R_C = (I G - I F) / (II F + III F) \quad (2),$$

Где, I A, II A, III A - итоги соответственно I, II, III разделов актива баланса;

I П - итог первого раздела пассива баланса.

Норматив K_C равен 0,1 - минимально допустимый уровень.

2. Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами K_0 (формула 3):

$$K_0 = \frac{\text{Источники собственных средств} - \text{Основные средства и иные необоротные активы}}{\text{запасы затрат}} \quad (3),$$

Норматив коэффициента обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами - 0,1.

3. Коэффициент маневренности собственных средств (K_M) формула 4:

$$K_M = \frac{\text{Источники собственных средств} - \text{Основные средства и иные необоротные активы}}{\text{Источник собственных средств}} \quad (4),$$

Для оценки состояния основных средств предприятия используют следующие показатели K_p , K_n , K_n .

1 . Коэффициент реальной стоимости имущества (K_p) формула 5:

$$K_p = \frac{\text{Основные средства} + \text{Производственные запасы} + \text{Производство}}{\text{Общая стоимость активов}} \quad (5),$$

Норматив коэффициента реальной стоимости равен 0,5.

2 . Коэффициент постоянного актива предприятия (K_n) формула 6:

$$K_{\Pi} = \frac{\text{Основные средства и иные необоротные активы}}{\text{Источник собственных средств}}(6),$$

Чем выше значение этого коэффициента, тем более предприятию необходимо привлечение долгосрочных кредитов и займов.

3. Коэффициент накопления износа (K_H) формула 7:

$$K_H = \frac{\text{Износ балансовых средств}}{\text{Первоначальная стоимость основных средств}}(7),$$

Чем выше значение этого коэффициента, тем более предприятию необходимо привлечение долгосрочных кредитов и займов.

Обобщенную характеристику финансовой устойчивости предприятия можно определить, используя два коэффициента K_a , K_3 .

1. Коэффициент автономии (K_a) формула 8:

$$K_a = \frac{\text{Источник собственных средств}}{\text{Источник собственных средств} + \text{Кредиты и другие заемные средства}}(8),$$

2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств (K_3) (формула 9):

$$K_3 = \frac{\text{Земные средства (II П)}}{\text{Источник собственных средств (I П)}}(9),$$

Собственные источники средств должны покрывать как минимум собственные оборотные средства в пределах необходимых запасов и всю стоимость основных средств и внеоборотных активов.

Вторая группа показателей, характеризующих финансовое положение предприятия, - показатели ликвидности предприятия. К основным показателям ликвидности и платежеспособности предприятия относятся $K_{оп}$, $K_{тл}$, $K_{ал}$.

1. Общий коэффициент покрытия ($K_{оп}$) формула 10:

$$K_{оп} = \frac{\text{Запасы и затраты} + \text{расходы будущих периодов} + \text{Денежные средства, расчеты и прочие активы}}{\text{Краткосрочные кредиты и займы} + \text{Расчеты и прочие пассивы}}(10),$$

Норматив этого коэффициента равен 3-4. Коэффициент применяют для оценки предела кредитования клиента. Критический размер общего коэффициента покрытия 2.

Общий коэффициент покрытия показывает, в какой степени все ликвидные оборотные активы перекрывают имеющуюся у организации краткосрочную задолженность.

2. Коэффициент текущей ликвидности ($K_{ТЛ}$) характеризует общую обеспеченность сельскохозяйственного предприятия оборотными средствами на ведение хозяйственной деятельности (формула 11):

$$K_{ТЛ} = \frac{\text{Запасы+Расходы буд.периодов+Прочие ОбС и затраты периодов ср-ва и прочие активы}}{\text{Краткосрочные кредиты и займы+Расчеты и прочие пассивы}}$$

(11)

Норматив коэффициента абсолютной ликвидности равен 0,20-0,25.

Этот коэффициент показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть немедленно погашена за счет наиболее мобильной части активов.

Показатели прибыльности (рентабельности) предприятия используются для общей характеристики и рассматриваются как дополнительные к показателям первых двух групп, к которым относятся:

балансовая прибыль;

рентабельность продукции (отношение прибыли от реализации к затратам на реализацию продукции, в процентах);

3. Рентабельность активов (общая рентабельность предприятия, в процентах).

Показатели эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности являются обобщающими, позволяющими качественно и количественно оценить экономическое состояние коммерческого предприятия.

Коммерческая работа в торговле — это деятельность организации, направленная на решение особого комплекса задач. Изучение процессов их реализации - важнейший элемент оперативного исследования на уровне торгового предприятия и региона. Всякая коммерческая организация, независимо от ее размеров, сферы и вида деятельности, является сложной системой, на функционирование которой оказывают влияние внешние и внутренние факторы. При ведении коммерческой деятельности необходимо помнить «Золотое правило экономики предприятия», которое заключается в следующем: темпы роста балансовой прибыли должны превышать тем-

пы роста выручки от реализации товара, а темпы роста выручки от реализации товара, в свою очередь, должны превышать темпы роста активов. Поэтому анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности становятся одними из обязательными условиями ее ведения.

Оценка эффективности коммерческой деятельности организаций необходима при планировании хозяйственной деятельности, нахождении причин невыполнения плановых заданий, изыскании резервов повышения эффективности работы организации, выявлении стратегии его развития. Оценка коммерческой деятельности дает представление об адаптации организации к рыночным условиям, позволяет не только разработать стратегию и тактику поведения торговых предприятий, но и повысить эффективность управления ими на уровне территории. Ее применение дает возможность хозяйствующим субъектам выявлять слабые и сильные стороны торговой деятельности и сконцентрировать все условия на направлениях, являющихся наиболее перспективными и доходными.

Анализ и оценку эффективности коммерческой деятельности необходимо проводить систематически, для того чтобы:

- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам реализуемых товаров и предоставляемых услуг;
- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность коммерческой работы как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- определять расходы на торговую деятельность (издержки обращения) и тенденции их изменения, что необходимо для определения и установления цены продаж товаров и расчета рентабельности;
- находить оптимальные пути решения коммерческих проблем торговой организации и получения достаточной прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

Вряд ли найдется единственный показатель, который мог бы полно и исчерпывающе выявить все стороны коммерческой деятельности организации. Поэтому

для всесторонней оценки эффективности деятельности организации следует система показателей. Все показатели, применяемые при оценке коммерческой деятельности торговых организаций, можно свести в экономические категории:

- экономический эффект;
- экономический результат;
- экономическая эффективность.

Экономический результат – это абсолютное (не обязательно в стоимостном выражении) какого-либо показателя, характеризующего уровень предпринимательской активности в той или иной сфере деятельности.

Под экономическим эффектом понимают разницу между результатом экономической деятельности и затратами, произведенными для достижения результата. Для оценки эффективности используют оба вида показателей – и результат и эффект.

Экономическая эффективность выражается соотношением между полученным результатом или эффектом в стоимостном выражении и затратами различного рода ресурсов (материальных, трудовых, финансовых, информационных) по достижении этого результата. Иными словами, речь идет об уровне эффективности использования ресурсов.

Эффективность является относительным показателем и позволяет сопоставлять полученный эффект (результат) с затратами, которые вызвали этот эффект.

Сопоставление показателей эффекта и затрат помогает рассчитывать целый ряд общих и частных показателей эффективности, использования ресурсного потенциала коммерческого предприятия.

Количественной характеристикой экономической эффективности коммерческой деятельности может служить система показателей, позволяющая:

- сопоставлять показатели эффективности одного и того же предприятия в разных условиях;
- сравнивать показатели эффективности разных предприятий между собой;

– определять относительные и абсолютные показатели эффективности коммерческих операций и разных видов коммерческой деятельности, а также торгового и управленческого персонала.

Сегодня единой методической основы для комплексной оценки результатов коммерческой деятельности с учетом тенденций и закономерностей рыночного механизма не существует.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности предприятий можно использовать комплексную модель, которая была разработана Международным учебно-консультационным бизнес-центром «Интеррос».

Первый блок определяет макроэкономическую оценку среды рыночного участия организации. Данная оценка дает характеристику социально-экономической среды, явных и скрытых особенностей, воздействующих на финансово-хозяйственную деятельность. Учитываются совокупные изменения, связанные с экономической и политической нестабильностью на макроэкономическом уровне. Оцениваются так-же перемены в денежном потоке, инвестициях, усиление или ослабление налоговой политики за счет состояния уровня инфляции, взаимных платежей, стабильности национальной валюты и другие факторы. При макроэкономической оценке учитывается специфика отрасли, в которой функционирует организация, ее конкурентоспособность в мирохозяйственных связях и положение, как на внутренних, так и на внешних рынках сбыта.

Второй блок дает характеристику организации с учетом положения на рынке. Она показывает организационную структуру управления, наличие и оценку внешних поставщиков и потребителей, основных сегментов внутренних и внешних рынков, исследование номенклатуры реализуемых товаров и услуг. Здесь важно определить комплексную структуру экспорта (для предприятий, реализующих продукцию на экспорт) и дать общую оценку системе сбыта. Если это касается акционерного общества (АО), то в процессе анализа можно использовать эмиссионный проект АО, из которого эксперты и аналитики смогут получить информацию об общем рейтинге на российском рынке, в том числе оценить качество капитала с учетом доли нематериальных активов, фактический размер уставного капитала, стоимость его размеще-

ния и их соотношение с номиналом акций, наличие или отсутствие фактов нарушения законодательства при размещении ценных бумаг. Оценка осуществляется с учетом основных конкурентов на рынке сбыта. Анализ положения основных конкурентов формирует интегральную оценку конкурентоспособности реализуемых продуктов и услуг.

Третий блок включает факторный анализ основных экономических показателей коммерческой деятельности. Анализ, как правило, является ключевым аналитическим инструментом, позволяющим определить состояние прибыли с выделением уровня балансовой, налогооблагаемой и чистой прибыли, составляющей реальный (итоговый) доход предприятия. Дается оценка сумме итогового дохода с позиции самодостаточности для расширенного воспроизводства активов предприятия. Помимо прибыли анализируются уровень рентабельности, объем реализации, уровень оборотных средств, совокупных издержек обращения и другие наиболее весомые показатели, оказывающие влияние на развитие фирмы и устойчивое положение на рынке.

В четвертом блоке проводится анализ финансового состояния торгового предприятия. Рассчитываются классические показатели (коэффициенты) финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности. Определяется уровень деловой активности на основе расчета показателей оборачиваемости с учетом нормативных значений и установленных критериев. Оценка финансового состояния позволяет определить уровень финансовых ресурсов, сложившуюся структуру и качество активов и пассивов в динамике на базе анализа дисконтированного потока денежных средств.

Наряду с этим рассчитывается величина реального капитала и оцениваются степень износа и политика обновления основных фондов. Существенное значение в финансовом анализе имеет определение уровня достаточности оборотных средств, динамики чистых активов, возможности внутреннего самофинансирования фирмы.

Бухгалтерский баланс отражает наличие имущества предприятия и источников его формирования на определенную дату. Он состоит из 5 разделов и составляется в нетто-оценке. В первых двух разделах отражено имущество предприятия по

возрастанию его ликвидности, а в III, IV и V разделах отражается капитал предприятия, за счет которого сформировано имущество по возрастанию срочности оплаты.

Все имущество предприятия делится на две группы – внеоборотные активы и оборотные активы. Условием деления имущества является способ перенесения стоимости на готовый продукт, срок использования его в производственном процессе или производственном цикле.

Внеоборотные активы принимают участие в производственном процессе длительное время и переносят свою стоимость на готовый товар по частям в виде амортизационных отчислений. Оборотные же активы участвуют в одном производственном цикле и свою стоимость переносят на готовый товар сразу.

К внеоборотным активам относят нематериальные активы, основные средства, незавершенное строительство, доходные вложения в материальные ценности, долгосрочные финансовые вложения, отложенные налоговые активы.

Нематериальные активы – это такие активы организации, не имеющие физической основы, но служат длительным периодом и способные приносить доход. Это объекты интеллектуальной собственности (исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности), исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель, исключительное авторское право на программы ЭВМ, имущественное право автора или иного правообладателя на топологии интегральных микросхем, исключительное право владельца на товарный знак и знак обслуживания, название места происхождения продукции, исключительное право патентообладателя на селекционные достижения, организационные расходы и деловая репутация предприятия. В бухгалтерском учете нематериальные активы считаются по первоначальной стоимости, а в балансе их отражают по остаточной стоимости.

Основные средства – это часть имущества, используемая в качестве средств труда в течение длительного периода, превышающего 12 месяцев, и приносящая доход.

Основные средства принимают к учету по первоначальной стоимости, а в бухгалтерском балансе отражаются по остаточной стоимости. Доходные вложения в

материальные ценности – это вложения в приобретение имущества, предназначенного для сдачи в аренду или напрокат.

К финансовым вложениям относят инвестиции организации в государственные ценные бумаги, в ценные бумаги и уставные капиталы субъектов РФ, а также предоставленные любым организациям займы.

Кроме этого к долгосрочным финансовым вложениям относят дебиторскую задолженность, которая была получена по уступке права требования, и деньги, вложенные в деятельность обычного товарищества. Долгосрочные финансовые вложения в отчетном году могут стать краткосрочными, если, например, предоставленный ранее заем должны вернуть в течение одного года. Это должно быть указано в пояснительной записке к бухгалтерскому балансу.

Оборотные активы обеспечивают текущую деятельность предприятия и состоят из оборотных производственных фондов и фондов обращения.

Оборотные производственные фонды включают в себя производственные запасы, незавершенное производство и расходы будущих периодов (рекультивация земель, неравномерный производственный ремонт основных средств, когда не создается ремонтный фонд, строительство летних лагерей для животных, подписка на научно-техническую литературу).

Производственные запасы – это различные вещественные элементы производства, применяемые в качестве предметов труда в производственном процессе. В балансе их отражают по фактической себестоимости производства, приобретения (заготовления).

К незавершенному производству относится товар, не прошедший всех стадий производственного процесса, а также изделия неукomплектованные, не прошедшие испытаний и технической приемки. В сельском хозяйстве к незавершенному производству относят затраты под урожай будущих лет, а в животноводстве – это затраты по инкубации яиц в птицеводстве, затраты по запуску мальков в пруды в рыбоводстве и в пчеловодстве – запасы меда для зимнего хранения пчел или затраты по приготовлению сахарного сиропа для зимнего хранения пчел.

Если оборотные производственные фонды обслуживают процесс производства, то фонды обращения – сферу обращения.

К фондам обращения относят готовую продукцию, средства в расчетах и денежные средства.

Готовая продукция в балансе отражается по фактической или нормативной себестоимости, а торговые организации отражают товары для перепродажи по покупной стоимости товаров.

Если предприятие создавало резервы под снижение стоимости материальных ценностей, то готовую продукцию в балансе отражают за минусом суммы созданных резервов. Резерв создается в конце года, а списывается по мере того, как используется товар.

Когда право собственности на товар переходит после его оплаты, то такая продукция в балансе отражается по строке «Товары отгруженные». Переход права собственности должен быть предусмотрен в договоре купли-продажи.

Отдельной строкой в балансе выделяется НДС, уплаченный поставщикам, но не принятый к вычету из бюджета по товарам купленным и оплаченным, оприходованным, подтвержденным счетом-фактурой с выделением НДС, и эти товары должны использоваться для операций, облагаемых НДС, или для перепродажи.

Средства в расчетах – это дебиторская задолженность, которая в балансе отражается по срокам ее возникновения – долгосрочная и краткосрочная.

Долгосрочной считается задолженность, которую погасят не менее чем через 12 месяцев.

Следовательно, краткосрочная дебиторская задолженность – это такая задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты.

Если у предприятия появилась сомнительная дебиторская задолженность, и оно создавало резерв по сомнительным долгам, то дебиторская задолженность в балансе должна отражаться за минусом резерва по сомнительным долгам.

Краткосрочные финансовые вложения – это вложения в акции и другие ценные бумаги сроком обращения до одного года.

Под высоколиквидными краткосрочными финансовыми вложениями понимают государственные ценные бумаги и ценные бумаги Сбербанка РФ.

В балансе отражают все денежные средства, которые имеются у предприятия в кассе и на счетах в банках. Иностранная валюта на валютных счетах должна быть пересчитана по официальному курсу ЦБ по состоянию на 31 декабря текущего года.

Одним из индикаторов финансового состояния предприятия является его платежеспособность, т. е. возможность наличными денежными средствами своевременно погашать свои платежные обязательства. Различают текущую платежеспособность, которая сложилась на текущий момент времени, и перспективную платежеспособность, которая ожидается в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе.

При внутреннем анализе платежеспособность прогнозируется на основании изучения денежных потоков. Внешний анализ платежеспособности осуществляется, как правило, на базе изучения показателей ликвидности.

В экономической литературе принято различать ликвидность активов, ликвидность баланса и ликвидность организации.

Под ликвидностью актива понимается способность его трансформации в денежные средства, а степень ликвидности актива определяется промежутком времени, необходимым для его превращения в денежную форму. Чем меньше требуется времени для инкассации данного актива, тем выше его ликвидность.

Ликвидность баланса – возможность субъекта хозяйствования обратить активы в наличность и погасить свои платежные обязательства, а точнее – это степень покрытия долговых обязательств предприятия его активами, период превращения которых в денежную наличность соответствует сроку погашения платежных обязательств. Качественное отличие этого понятия от ликвидности активов в том, что ликвидность баланса отражает меру согласованности объемов и ликвидности активов с размерами и сроками погашения обязательств, в то время как ликвидность активов определяется безотносительно к пассиву баланса.

Ликвидность организации – более общее понятие, чем ликвидность баланса. Ликвидность баланса подразумевает изыскание платежных средств только за счет

внутренних источников. Но предприятие может привлечь заемные средства со стороны, если у него имеется соответствующий имидж в деловом мире и достаточно высокий статус инвестиционной привлекательности. Поэтому, оценивая ликвидность предприятия, следует учитывать его финансовую гибкость, т. е. способность заимствовать средства из различных источников, расширять акционерный капитал, продавать активы, быстро реагировать на конъюнктуру рынка и т. д.

Таким образом, понятия платежеспособности и ликвидности очень близки, но второе более емкое. От степени ликвидности баланса зависит платежеспособность предприятия. Одновременно ликвидность характеризует как текущее состояние расчетов, так и перспективу. Предприятие может быть платежеспособным на отчетную дату, но иметь неблагоприятные возможности в будущем, и наоборот. Взаимосвязь между показателями ликвидности и платежеспособности предприятия представлена на рис. 1:



Рисунок 1– Взаимосвязь ликвидности и платежеспособности

Главная задача оценки ликвидности баланса – определить величину покрытия обязательств организации ее активами, срок превращения которых в денежную форму (ликвидность) соответствует сроку погашения обязательств (срочности возврата).

Платежеспособность определяют сравнением платежных средств с обязательствами. К платежным средствам относят денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, товарную часть готового товара, продукции без залежалых и неходовых, а также легко мобилизуемую дебиторскую задолженность. К обязательствам относят текущие пассивы, т. е. те долги, которые необходимо погасить до 1 года – это краткосрочные обязательства, и кредиторскую задолженность.

Коэффициент платежеспособности, равный и больше 1, указывает на текущую платежеспособность предприятия, если он меньше 1, то предприятие является неплатежеспособным, т. е. не имеет достаточно, на дату исследования, платежных средств, чтобы погасить свои обязательства.

Финансовые коэффициенты, используемые в экономической литературе, многочисленны и многообразны. Их принято классифицировать по тому, какую из сторон финансового состояния предприятия они характеризуют. Здесь можно выделить следующие группы коэффициентов:

Коэффициенты ликвидности:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент промежуточной ликвидности;
- коэффициент быстрой ликвидности;
- отношение рыночная/бухгалтерская стоимость акций.

Показатели ликвидности раскрывают характер отношения между оборотными активами и краткосрочными пассивами и отражают способность предприятия вовремя выполнить обязательства.

Коэффициент текущей ликвидности, или коэффициент покрытия, представляет собой отношение общих текущих активов к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам). К текущим активам относят активы, которые можно продать в течение 1 года, а к текущим обязательствам относят обязательства, которые требуется погасить в течение 1 года. Коэффициент текущей ликвидности позволяет установить, в какой кратности текущие активы покрывают краткосрочные обязательства.

$$K_{\text{тл}} = \frac{\text{Оборотные активы}}{\text{Текущие обязательства}} \quad (12),$$

Этот коэффициент установлен законодательно, он должен быть не менее 2, а для сельского хозяйства считается нормальным в размере 1,5.

Коэффициент быстрой ликвидности (срочной ликвидности) – финансовый показатель, отражающий способность предприятия покрыть краткосрочные обязательства наиболее ликвидными активами.

При этом в составе наиболее ликвидных активов не учитываются материально-производственные запасы, представляющие собой наименее ликвидные из оборотных средств предприятия, т. е. при вынужденной реализации материально-производственных запасов убытки будут максимальными среди всех оборотных средств. Коэффициент быстрой ликвидности:

$$K_{\text{бл}} = \frac{\text{Оборотные активы} - \text{Запасы}}{\text{Краткосрочные обязательства}} \quad (13),$$

Часто применяется более строгий вариант показателя, известный под названием коэффициент абсолютной ликвидности:

$$K_{\text{ал}} = \frac{\text{Денежные средства}}{\text{Краткосрочные пассивы} - \text{Доходы будущих периодов}} \quad (14),$$

В зависимости от степени ликвидности активов предприятия их подразделяют на следующие группы:

A1 – наиболее ликвидные активы – денежные средства и краткосрочные финансовые вложения;

A2 – быстро реализуемые активы – краткосрочная дебиторская задолженность и прочие активы;

A3 – медленно реализуемые активы – запасы и затраты за исключением «Расходы будущих периодов», «Задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал».

A4 – трудно реализуемые активы – внеоборотные активы и оборотные активы, не вошедшие в предыдущие группы

По степени срочности оплаты пассивы также группируют на 4 группы.

П1 – наиболее срочные обязательства – кредиторская задолженность, а также кредиты и займы, не погашенные в срок;

П2 – краткосрочные пассивы – краткосрочные кредиты и займы;

П3 – долгосрочные пассивы – долгосрочные кредиты и займы;

П4 – постоянные пассивы – собственный капитал или собственные источники формирования имущества.

Если:

$$A1 \geq П1;$$

$$A2 \geq П2;$$

$$A3 \geq П3;$$

$$A4 \leq П4,$$

то бухгалтерский баланс считается абсолютно ликвидным.

Сопоставление наиболее ликвидных средств и быстро реализуемых активов с наиболее срочными обязательствами и краткосрочными пассивами помогает установить текущую ликвидность.

Сравнение же медленно реализуемых активов со среднесрочными и долгосрочными пассивами отражает перспективную ликвидность.

Деловая активность предприятия означает весь спектр усилий предприятия, направленных на продвижение его на рынках продукции, труда и капитала.

Динамика развития организации, достижение намеченных целей и задач, отражается системой показателей, к которой относятся показатели оборачиваемости всего капитала, собственного капитала, оборотного капитала, готового продукта, производственных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности.

Замедление оборачиваемости приводит к привлечению оборотных средств в хозяйственный оборот, а ускорение – к их высвобождению из хозяйственного оборота. Чтобы определить сумму привлеченных или высвобожденных оборотных средств из хозяйственного оборота, необходимо из фактического наличия оборотных средств вычесть потребность в них. Потребность рассчитывается делением фактической суммы оборота на коэффициент оборачиваемости за базисный период.

Коэффициент оборачиваемости определяется делением суммы оборота на среднегодовые остатки оборотных средств.

Для динамично развивающегося предприятия характерно следующее соотношение:

$$T_{рп} > T_{рр} > T_{ра} > 100\%,$$

Где, $T_{рп}$ – темпы роста прибыли;

$T_{рр}$ – темпы роста объемов реализации;

$T_{ра}$ – темпы роста авансированного (вложенного) капитала.

Пятый блок - мониторинговый - является обобщающим. В результате использования аналитических данных предыдущих блоков модели становится возможным дать полную оценку рыночного бизнеса организации, ее истинного положения. Этот заключительный этап дает мониторинговую оценку бизнеса организации с учетом воздействия ее капитала на организацию коммерческой деятельности, стоимостное измерение активов. В случае ее ликвидации или в перспективном постпрогнозном периоде данные мониторинга позволяют комплексно оценить рыночную стоимость бизнеса на базе пятилетней динамики основных показателей коммерческой деятельности фирмы.

Наиболее развернуто отражают результаты эффективности организации коммерческих процессов и операций показатели, вместе объединенные в следующие группы:

Показатели, характеризующие эффективность использования основных фондов:

– фондоемкость - отношение среднегодовой стоимости основных фондов к годовому выпуску продукции (товарообороту);

– фондоотдача - отношение годового выпуска товара (товарооборота) к среднегодовой стоимости основных фондов, с помощью которых произведена эта продукция (товарооборот);

– ресурсоемкость - показатель, характеризующий расход материальных и нематериальных ресурсов на производство товаров (продажу продукции), который

определяется как отношение материальных затрат к годовому выпуску товаров (товарообороту);

- товарооборот на 1 м² общей (торговой) площади – отношение товарооборота к общей (торговой) площади торгового предприятия;

- прибыль на 1 м² общей (торговой) площади – отношение прибыли к общей (торговой) площади торгового предприятия.

Эффективность использования трудовых ресурсов:

- производительность труда – показатель, характеризующий эффективность работы персонала торгового предприятия, определяется как отношение товарооборота к среднесписочной численности сотрудников;

- товарооборот на 1 руб. расходов на оплату труда – показатель, характеризующий эффективность действующей на предприятии системы оплаты труда, определяется как отношение товарооборота к расходам на оплату труда;

- прибыль на одного работника – показатель, который характеризует эффективность трудовой деятельности всего персонала предприятия, определяется как отношение чистой прибыли к среднесписочной численности работников.

Эффективность текущих затрат:

- уровень издержек обращения – отношение издержек обращения к товарообороту;

- затратноотдача – один из показателей, характеризующий объем товарооборота, приходящегося на 1 руб. текущих затрат, он определяется как отношение товарооборота к сумме издержек обращения.

2. Анализ эффективности торговой деятельности предприятия на примере ИП Середавина Л.Б.

2.1 Общая характеристика деятельности ИП Середавиной Л.Б.

Индивидуальный предприниматель Середавина Людмила Борисовна была зарегистрирована в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) 18 февраля 2013 года.

ИП Середавина Л.Б. осуществляет свою деятельность в сфере розничной торговли продуктами питания, в связи с чем им был открыт магазин «Продукты 24», расположенный по адресу: г. Самара, ул. Ташкентская, дом 129.

ИП Середавина Л.Б. является субъектом малого бизнеса, так как соответствует критериям определенным Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 №209-ФЗ.

А именно, капитал ИП образован вкладом физического лица, численность персонала на 01.01.2017 составила 8 человек (по данному критерию предприятие относится к малым), объем выручки за 2016 год составил 9 248 170 рублей, что не превышает установленных пределов.

ИП использует упрощенную систему налогообложения (УСН) и ежегодно уплачивает 15% от разницы между доходами и расходами.

«Продукты 24» - коммерческая организация, целью которой является получение прибыли путем осуществления розничной и мелкооптовой торговли продуктами питания.

Магазин представляет собой отдельно стоящее здание, общей площадью 110 кв. м. На этой площади удачно размещены секции с различными продовольственными товарами. Предлагаемый ассортимент продуктов питания рассчитан на людей с разным материальным достатком.

Ассортимент магазина достаточно разнообразен и включает:

А) Свежие продукты;

– молочная гастрономия,

- мясная гастрономия,
- овощи-фрукты,
- хлеб;

Б) сухие продукты:

- безалкогольные напитки,
- снеки,
- табак,
- замороженные продукты,
- детское и диетическое питание,
- кондитерские изделия,
- бакалея.

ИП Середавина Л.Б. не имеет лицензии на продажу алкогольной продукции, поэтому алкогольные напитки, в том числе пиво и вино исключены из ассортимента магазина.

Торговля в магазине организована по типу «через прилавок».

Для выкладки продукции и сохранения ее качества в магазине используются холодильные витрины Арго 1,5 ВХС.

Товар поставляется в магазин, как местными поставщиками, так и иногородними. Предприятие имеет около 200 московских поставщиков, среди которых основными являются: ОАО «Мосмолоко» (молочные продукты), ООО «Центр-С» (молочные продукты), ООО «Мир Колбас» (мясные продукты), Московский Торговый Фонд (мясные и растительные продукты, молочные продукты), Компания «Вимм-Биль-Дан» (соки, молочные продукты), ЗАО «Мултон-М» (соки), АО «Русь-1» (шоколадно-вафельная продукция), ООО «Чай-Кофе» (чайная, кофейная, шоколадная, мучная продукция), ООО «Сбытсервис» (мучная продукция), ООО «Детское питание» (детское питание) и др.

Для оценки конкурентоспособности коммерческой деятельности ИП Середавина Л.Б. по магазину «Продукты» были выбраны несколько однотипных магазинов, расположенных неподалеку, занимающихся розничной торговлей продуктами

питания. Оценивались условия конкурентоспособности магазина «Продукты 24» ИП Середавина Л.Б. по сравнению с выбранными магазинами конкурирующих фирм (таблица 1).

Методика исследования: оценка деятельности магазинов-конкурентов проводилась по семи параметрам по 5 - бальной шкале, где максимальные 5 баллов предприятие получало, если полностью соответствовало параметру. В таблице также представлено итоговое суммарное значение для каждого магазина.

Таблица 1– Оценка магазина «Продукты 24» ИП Середавина Л.Б. по условиям конкурентоспособности с другими магазинами

Параметры	«Аквамарин», ул. Ташкентская 145	«Продукты 24», Таш- кентская 129	«Севда», Ташкентская 170
Ассортимент	3	4	3
Цены	2	3	1
Расположение	4	4	3
Режим работы	4	4	3
Парковка	3	4	4
Скорость и качество об- служивания	3	4	3
Итого:	20	23	17

По приведенным показателям мы видим, что магазин «Продукты 24» ИП Середавина Л.Б. набрал наибольшее количество баллов, что положительно сказывается на ее коммерческой деятельности и конкурентоспособности. Магазин «Продукты» ИП Середавина Л.Б. способен до определённого момента выдерживать конкуренцию с аналогичными магазинами на данном рынке, т.к. предоставляет широкий спектр услуг, предлагает широкий ассортимент товаров для потребителей с разным достатком, предоставляет выгодные ежедневные скидки, имеет вежливый персонал и т.д.

Анализ качества обслуживания покупателей является очень важным показателем для предприятия розничной торговли. Для своего успешного развития предприятие должно непрерывно вести работу, направленную на увеличение значения данного показателя. Данный показатель является комплексным и поэтому определяется рядом конкретных элементов.

Уровень качества обслуживания определяется с помощью системы частных показателей и обобщающего коэффициента. Качество обслуживания играет немаловажную роль в жизни магазина, поэтому большинство организаций в современном времени уделяют внимание данному критерию.

Основными внутриотраслевыми конкурентами ИП являются расположенные в непосредственной близости от «Продукты 24» магазин «Аквамарин». Представленные магазины расположены в непосредственной близости к «Продукты 24» и являются основными конкурентами.

Большое значение в конкурентной борьбе имеет уровень обслуживания покупателей. В магазине «Продукты 24» он поддерживается на высоком уровне.

Это удастся обеспечить за счет квалифицированной работы торгового персонала и круглосуточного режима работы, что выгодно отличает «Продукты 24» от близлежащих конкурентов.

Штатная численность торгового персонала ИП составляет 8 человек. Общее руководство организацией осуществляет директор, он занимается подбором кадров и организует повышение их квалификации и пожарную безопасность. Продавцы работают посменно по 12 часов в день в соответствии с графиком 2 через 2. В смене работают по два продавца через два дня. Так же, на территории магазина работают 2 охранника в ночь, с 22:00 до 10:00, по графику два дня через два. Бухгалтер руководит планово-экономической работой.

Рабочие места торгового персонала ИП Середавина Л.Б. организованы в соответствии с межотраслевыми правилами охраны труда в розничной торговле, ГОСТ 12.2.032, ГОСТ 12.2.033, ГОСТ 12.2.049, ГОСТ 12.2.061, ГОСТ 12.4.026.

Исследуем состав и структуру имущества ИП Середавина Л.Б. (таблица 2).

Таблица 2–Состав и структура имущества предприятия (на конец года)

Статьи баланса	2015 г.		2016 г.		Изменения, руб.	Темп прироста%
	руб.	удельный вес, %	руб.	удельный вес, %		
I. Внеоборотные активы	205 257	21,94	312 013	34,30	106 756	52,01
Нематериальные активы	-	-	-	-	-	-
Основные средства	203 296	21,73	305 300	33,56	102 004	50,18
Незавершенное строительство	36	0,00	6552	0,72	6 516	18 100
Долгосрочные финансовые вложения	1 925	0,21	161	0,02	-1764	-91,64
II. Оборотные активы	730 476	78,06	597 666	65,70	-132 810	-18,18
Запасы, в том числе	129 161	13,80	247 308	27,19	118 147	91,47
- материально-производственные запасы	125 626	13,43	167 579	18,42	41 953	33,40
НДС	19 971	2,13	19 098	2,10	-873	-4,37
Дебиторская задолженность	507 944	54,28	286 543	31,50	-221 401	-43,59
Краткосрочные финансовые вложения	10 953	1,17	-	-	-10 953	-100,00
Денежные средства	62 447	6,67	44 717	4,92	-17 730	-28,39
Прочие оборотные активы	-	-	-	-	-	-
БАЛАНС	935 733	100,00	909 679	100,00	-26 054	-2,78

Как видно из таблицы 2, общая стоимость имущества на начало 2016 г. составляла 909 679 руб. В ее составе оборотные средства составляли 597 666 руб. За отчетный период они снизились на 132 810 руб. или на 18,18 %. Это обусловлено отставанием темпов прироста мобильных активов по сравнению с темпами прироста всех совокупных активов. Наиболее существенно возросла наименее мобильная часть – запасы (на 118 147 руб., или на 91,47 %). Сумма денежных средств снизилась на 17 730 руб., или на 28,39%. Дебиторская задолженность снизилась за отчетный период в абсолютных величинах на 221 401 руб. и составила в 2016 г. 286 543 руб., что составляет 31,50 % от итога актива баланса. Таким образом, несмотря на снижение в абсолютных величинах, в 2016 г. дебиторская задолженность продолжает занимать 1/3 актива баланса.

В оборотных активах организации в 2016 г. отмечается снижение величины краткосрочных финансовых вложений и денежных средств, т. е. наиболее ликвидных активов, при увеличении запасов. Данную тенденцию можно признать неудовлетворительной, так как она может указывать на снижение ликвидности баланса.

При анализе активов виден рост стоимости внеоборотных средств в 2016 г. на 106 756 руб., или на 52,01 % от их величины в 2015 г. В 2016 г. внеоборотные активы занимают в структуре баланса 34,30 %. Произошло это главным образом за счет увеличения стоимости основных средств предприятия и вложений в незавершенное строительство на 102 004 руб., или на 50,18 % и на 6516 руб., или на 18 100 %.

Сумма долгосрочных финансовых вложений за отчетный период снизилась на 1764 руб., или на 91,64 %.

Прирост внеоборотных активов оказался на 33,83 % выше оборотных, что определяет тенденцию к замедлению оборачиваемости всей совокупности активов организации и создает неблагоприятные условия для финансовой деятельности предприятия (таблица 3).

Таблица 3 – Анализ ликвидности баланса организации

Показатели актива баланса	Значение, руб.		Показатели пассива баланса	Значение, руб.		Платежный излишек руб.	
	2014 г.	2016 г.		2014 г.	2016 г.	2014 г.	2016 г.
1. Наиболее ликвидные активы	73 400	44 717	1. Наиболее срочные обязательства	338 698	267 261	- 265 298	- 222 544
2. Быстро реализуемые активы	507 944	286 543	2. Краткосрочные пассивы	179 500	251 000	328 444	35 543
3. Медленно реализуемые активы	151 057	266 567	3. Долгосрочные пассивы	0	0	151 057	266 567
4. Трудно реализуемые активы	203 332	311 852	4. Постоянные пассивы	417 535	391 418	- 214 203	- 79 566

Рост стоимости основных средств ИП «Середавина» следует отметить как положительно влияющую тенденцию, так как она направлена на увеличение производственного потенциала предприятия.

В 2016 г. отмечено снижение ликвидности баланса предприятия, как показывают данные таблицы 3.

На конец 2016 г. сумма наиболее ликвидных активов организации равна 44 717 руб., в то время как сумма наиболее срочных обязательств составляет 267 261 руб. Соответственно, платежный недостаток составил 222 544 руб. При этом в 2015 г. недостаток наиболее ликвидных активов составлял 265 298 руб.

При проведении анализа ликвидности баланса предприятия в 2016 г. выявлен платежный излишек быстро реализуемых активов, составляющий на конец 2008 г. 35 543 руб., и платежный излишек медленно реализуемых активов, составляющий 266 567 руб., и их сумма покрывает недостаток наиболее ликвидных активов, однако менее ликвидные активы не могут заменить в платежном обороте более ликвидные.

В 2016 г. недостаток наиболее ликвидных активов полностью покрывался излишком быстро реализуемых активов, соответственно, ликвидность баланса предприятия была выше.

Таким образом, в связи со снижением в активе баланса организации наиболее ликвидных активов, ликвидность баланса снижается, а соответственно, снижается и финансовая устойчивость.

Финансовая устойчивость предприятия — такое состояние его финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и активов при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска.

Чтобы провести анализ финансовой устойчивости организации (определение типа финансовой ситуации), рассмотрим данные, приведенные в таблице 4.

Таблица 4 –Показатели финансовой устойчивости предприятия

Показатели	Значение, руб.		Изменения, руб.
	2014 г.	2016 г.	
1. Источники собственных средств (Капитал и резервы)	417 535	386 406	-129
2. Внеоборотные активы	205 257	312 013	106 756
3. Наличие собственных оборотных средств	212 278	74 393	-137 885
4. Долгосрочные заемные средства	0	0	0
5. Наличие собственных и долгосрочных заемных оборотных средств	212 278	74 393	-137 885
6. Краткосрочные заемные средства	179 500	251 000	71 500
7. Общая величина источников формирования запасов	391 778	325 393	-66 385
8. Запасы и НДС	149 132	266 406	117 274
9. Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств	63 146	-192 013	-255 159
10. Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных оборотных средств	63 146	-192 013	-255 159
11. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины источников формирования запасов	242 646	58 987	-183 659
Тип финансовой ситуации	Устойчивый	Устойчивый	

Из приведенных выше данных и рассчитанных коэффициентов можно сделать вывод, что финансовое состояние организации является стабильно устойчивым.

Несмотря на снижение величины собственных оборотных средств с 212 278 руб. в 2014 г. до 74 393 руб. в 2016 г., за счет привлеченных краткосрочных заемных источников предприятие полностью покрывает запасы и затраты без привлечения кредиторской задолженности.

Проследить изменения устойчивости финансового положения организации позволят данные таблиц.

Анализ финансовых коэффициентов проводится в соответствии с требованиями нормативных ограничений и учетом влияния изменений коэффициентов на финансовое положение предприятия.

Чтобы рассчитать коэффициенты, используются значения показателей бухгалтерского баланса (таблица 5).

Таблица 5 –Результаты расчетов финансовых коэффициентов

Коэффициент	Нормативное ограничение	Значение		Изменения
		2014 г.	2016 г.	
1. Автономии	$\leq 0,5$	0,445	0,424	- 0,021
2. Соотношения заемных и собственных средств	$\geq 0,7$	0,429	0,648	0,219
3. Маневренности	0,2 – 0,5	0,937	0,841	- 0,096
4. Обеспечение запасов и затрат собственными источниками	$\leq 0,5$	3,032	1,314	- 1,718
5. Абсолютной ликвидности	0,2 – 0,5	0,140	0,085	- 0,055
6. Ликвидности	$\leq 0,8$	1,121	0,638	- 0,483
7. Покрытия	1 – 2	1,403	1,151	- 0,252
8. Реальной стоимости имущества производственного назначения	$\leq 0,5$	0,351	0,521	0,17
9. Финансирования	1	2,325	1,538	- 0,787

Таблица 6– Оборачиваемость капитала, дебиторской и кредиторской задолженности

Показатели	2014 г.	2016 г.	Изменение (+,-)
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг, тыс. руб.	4 958 988	9 248 170	2 745 449
2. Полная себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг, тыс. руб.	2 479 494	4 346 640	1 160 307
3. Среднегодовая сумма всего капитала, тыс. руб.	3 448 163	4 288 303	3 448 163
4. Среднегодовая сумма собственного капитала, тыс. руб.	3 003 663	3 767 568	763 905
5. Среднегодовая сумма оборотного капитала, тыс. руб.	3 205 363	4 029 668	824 305
6. Среднегодовая сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.	2 990 343	3 762 841	772 498
7. Среднегодовая сумма кредиторской задолженности, тыс. руб.	2 886 163	3 668 577	782 414
8. Среднегодовая сумма производственных запасов, тыс. руб.	2 783 813	3 553 832	770 019
9. Коэффициент оборачиваемости:			
всего капитала	1,2	1,1	-0,1
собственного капитала	2,4	2,5	-0,1
оборотного капитала	1,6	1,5	-0,1
производственных запасов	3,3	5,2	1,9
дебиторской задолженности	2,5	2,6	0,1
кредиторской задолженности	2,1	3,2	1,1
10. Продолжительность 1 оборота, дней:			

Продолжение таблицы 6

Показатели	2014 г.	2016 г.	Изменение (+,-)
всего капитала	304,2	331,8	27,6
собственного капитала	152,1	146,0	-6,1
оборотного капитала	228,1	243,3	15,2
производственных запасов	110,6	70,2	-40,4
дебиторской задолженности	146,0	140,1	-5,9
кредиторской задолженности	173,8	114,1	-59,7
11. Продолжительность операционного цикла, дней	256,6	210,3	-46,3
12. Продолжительность финансового цикла, дней	82,8	96,2	13,4
13. Потребность в оборотных средствах для получения фактической суммы оборота при показателях оборачиваемости за базисный период, тыс. руб.		637 063	
14. Высвобождено(+), привлечено(-) в оборот оборотных средств в результате ускорения или замедления их оборачиваемости, тыс. руб.		27 007	

Данные таблицы указывают на замедление оборачиваемости всего капитала, собственного капитала и оборотного капитала. По оборачиваемости производственных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности наблюдается ускорение оборачиваемости.

В результате замедления оборачиваемости оборотного капитала дополнительно в хозяйственный оборот было привлечено 27 007 руб. оборотных активов.

Таблица 7 – Темпы роста прибыли, выручки и авансированного капитала

Показатели	2014 г.	2016 г.	2014г. в % к 2016 г.
1. Прибыль до налогообложения.	25 860	38 259	148,0
2. Выручка от реализации.	959 874	1 019 302	106,2
3. Среднегодовая сумма авансированного капитала.	837 100	922 706	110,3

По данным таблицы видно, что темпы роста прибыли опережают темпы роста авансированного капитала и выручки от продаж.

2.2 Анализ торговой деятельности ИП Середавиной Л.Б.

Согласно данным складского учета ИП Середавина Л.Б. на 01.01.2017г. в наличии имеется следующие товары (таблица 8).

Таблица 8– Идентификация товарного ассортимента магазина «Продукты24»

Товарная группа	Вид	Число номенклатурных позиций
Молочная гастрономия	Йогурты	16
	Кисло-молочные продукты	12
	Сметана	4
	Молоко	3
	Творог	5
Мясная гастрономия	Колбасы копченые	12
	Колбасы вареные	10
	Сосиски	6
	Куры	3
Хлеб	Хлеб	11
Детское и диетическое питание	Детское питание	18
	Заменители сахара	5
Безалкогольные напитки	Соки	9
	Минеральные воды	14
Овощи-фрукты	Фрукты	4
	Овощи	5
	Сухофрукты	5
	Орехи	7
Табак	Сигареты	12
Кондитерские изделия	Шоколад	11
	Выпечка	7
Замороженные продукты	Пельмени	5
	Мороженное	6
	Вареники	4
Снеки	Чипсы	7
	Сухарики	5
Бакалея	Крупы	5
	Макароны	6
	Чай	6
	Кофе	3
Итого продукты питания		226

Сравнение числа номенклатурных позиций продуктов питания, предлагаемых ИП Середавина Л.Б. с общим числом ассортиментных позиций магазина, позволило рассчитать долю в общем объеме товаров.

Она составила: $231 / 285 * 100 = 81,05\%$.

Теперь проанализируем ассортимент продуктов питания по основным маркетинговым показателям: широте, глубине, полноте, новизне.

В таблице 9 представлены базовые и фактические показатели широты ассортимента анализируемого магазина.

В качестве базовых рассматривалось число ассортиментных групп предусмотренных классификацией продуктов питания, а в качестве фактической – ассортиментные группы, представленные в магазине.

Таблица 9 – Расчет показателя широты ассортимента

Товарная группа	Вид	Базовый	Фактический
Молочная гастрономия	Йогурты	+	+
	Сыры	+	-
	Кисло-молочные продукты	+	+
	Сливки	+	-
	Сметана	+	+
	Молоко	+	+
	Творог	+	+
Мясная гастрономия	Колбасы копченые	+	+
	Колбасы вареные	+	+
	Ветчина	+	-
	Мясо	+	-
	Сосиски	+	+
	Куры	+	+
Хлеб	Хлеб	+	+
Детское и диетическое питание	Детское питание	+	+
	Заменители сахара	+	+
Безалкогольные напитки	Соки	+	+
	Лимонады	+	-
	Минеральные воды	+	+
Овощи-фрукты	Фрукты	+	+
	Овощи	+	+
	Сухофрукты	+	+
	Орехи	+	+
	Грибы	+	-
	Ягоды	+	-
Табак	Сигареты	+	+
	Сигары	+	-
Кондитерские изделия	Шоколад	+	+
	Выпечка	+	+
	Конфеты	+	-
	Торты, пирожные	+	-
Замороженные продукты	Пельмени	+	+

Продолжение таблицы 9

Товарная группа	Вид	Базовый	Фактический
Замороженные продукты	Мороженное	+	+
	Вареники	+	+
	Овощные смеси	+	-
Снеки	Чипсы	+	+
	Сухарики	+	+
	Сушеная рыба	+	-
Бакалея	Крупы	+	+
	Макароны	+	+
	Чай	+	+
	Кофе	+	+
Итого продукты питания		42	30

$$K \text{ широты} = 30 / 42 * 100 = 71,42\%$$

Показатель широты ассортимента выступает в качестве одного из факторов конкурентоспособности продуктового магазина, поскольку на рынке продуктов питания значительно увеличилось предложение за счет роста розничных сетей.

Безусловно, только по показателю широты трудно оценить, насколько рационально сформирован ассортимент, хотя косвенно считается, что чем больше широта, тем больше и насыщенность ассортимента.

Свойство полноты ассортимента определяет способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности. Для определения количественных значений данного показателя в качестве базовой величины возьмем данные справочников. Поскольку в указанные перечни не входит большинство ассортиментных групп, то и минимальные значения можно рассчитать только для нескольких ассортиментных групп.

Таблица 10 – Расчет показателя полноты ассортимента

Товарная группа	Вид	Базовый	Фактический
Молочная гастрономия	Йогурты	30	16
	Сметана	10	4
	Молоко	8	3
	Творог	10	5
Мясная гастрономия	Колбасы копченые	23	12
	Колбасы вареные	18	10
	Сосиски	12	6

Товарная группа	Вид	Базовый	Фактический
		Куры	5
Хлеб	Хлеб	25	11
Детское и диетическое питание	Детское питание	29	18
	Заменители сахара	10	5
Безалкогольные напитки	Соки	25	9
	Минеральные воды	24	14
Овощи-фрукты	Фрукты	20	4
	Овощи	22	5
	Сухофрукты	12	5
	Орехи	18	7
Табак	Сигареты	24	12
Кондитерские изделия	Шоколад	13	11
	Выпечка	20	7
Замороженные продукты	Пельмени	10	5
	Мороженное	12	6
	Вареники	7	4
Алкоголь	Чипсы	13	7
	Сухарики	20	5
Бакалея	Крупы	13	5
	Макароны	14	6
	Чай	18	6
	Кофе	20	3
Итого продукты питания		509	226

$$K \text{ полноты} = 226/509 * 100 = 44,4\%$$

Чем больше полнота ассортимента, тем выше вероятность того, что потребитель получит необходимый объем продуктов питания. Однако, с другой стороны, значительное увеличение полноты ассортимента затрудняет потребительский выбор и увеличивает затраты. Поэтому показатель 44,4% можно считать приемлемым.

Показатель обновления (новизны) ассортимента демонстрирует способность товара удовлетворять изменившиеся потребности за счет появления новинок. Данные для расчета новизны ассортимента представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Расчет новизны ассортимента

Товарная группа	Вид	Новые позиции	Фактически
	Кисло-молочные продукты	4	12
	Сметана	0	4
	Молоко	0	3
	Творог	0	5

Товарная группа	Вид	Новые позиции	Фактически
Мясная гастрономия	Колбасы копченые	2	12
	Колбасы вареные	1	10
	Сосиски	0	6
	Куры	0	3
Хлеб	Хлеб	2	11
Детское и диетическое питание	Детское питание	3	18
	Заменители сахара	0	5
Безалкогольные напитки	Соки	0	9
	Минеральные воды	2	14
Овощи-фрукты	Фрукты	0	4
	Овощи	0	5
	Сухофрукты	0	5
	Орехи	2	7
Табак	Сигареты	4	12
Кондитерские изделия	Шоколад	3	11
	Выпечка	0	7
Замороженные продукты	Пельмени	0	5
	Мороженное	1	6
	Вареники	0	4
Снеки	Чипсы	2	7
	Сухарики	0	5
Бакалея	Крупы	0	5
	Макароны	0	6
	Чай	0	6
	Кофе	0	3
Итого продукты питания		29	226

$$K_{\text{нов}} = 20/226 * 100 = 12,8\%$$

Новый ассортимент позволяет диверсифицировать рынок и находить новые ниши на нем. С другой стороны, продвижение на рынке новых товаров всегда связано с огромными затратами и риском, поскольку новые виды продуктов, возможно, не будут пользоваться спросом.

Устойчивость ассортимента – способность набора товаров удовлетворять покупательский спрос. Коэффициент устойчивости (K_u) рассчитывается как отношение количества товарных единиц, пользующихся устойчивым спросом (Y), к фактической насыщенности ассортимента ($P_{\text{факт.}}$).

Исследование товарного ассортимента магазина «Продукты 24» показало, что устойчивым спросом пользуется 127 товарных позиций из представленных 226. То есть коэффициент устойчивости равен:

$$\text{Куст} = 127/226 * 100 = 56,19\%$$

При формировании ассортиментного портфеля естественное желание каждого руководителя увеличить число позиций в ассортименте, пользующихся устойчивым спросом, поскольку это оказывает положительное влияние на ассортиментный портфель.

На основе полученных маркетинговых характеристик можно рассчитать показатель рациональности ассортимента:

$$\text{Кр} = (71,42 + 12,8 + 44,4 + 56,19) / 4 = 46,2\%$$

Это говорит о том, что представленный в магазине «Продукты 24» ассортимент продуктов питания рационален лишь на 46,2%. Остальные 53,8% необходимо пересматривать для более полного удовлетворения потребностей покупателей и обеспечения конкурентоспособности магазина.

На сегодняшний день ИП Середавина Л.Б. является развивающимся конкурентоспособным торговым предприятием, что подтверждается хорошими финансовыми результатами его деятельности (таблица 12).

Таблица 12 – Основные показатели деятельности предприятия, руб.

Показатели	2014	2015	2016	Темпы роста, %	
				2015 к 2014	2016 к 2015
Выручка от реализации	4 958 988	6 502 721	9 248 170	131,13	142,22
Себестоимость проданных товаров	2 479 494	3 186 333	4 346 640	128,5	139,31
Валовая прибыль	2 479 494	3 316 388	4 901 530	136,03	143,83
Издержки обращения	495 698	570 154	684 563	115,02	120,07
Прибыль от продаж	1 983 796	2 746 234	4 216 967	132,13	138,98
Стоимость основных фондов	213 974	311 941	508 000	145,78	162,85

Продолжение таблицы 12

Показатели	2014	2015	2016	Темпы роста, %	
				2015 к 2014	2016 к 2015
Товарные запасы	271 725	320 682	405 399	118,02	126,42
Общая площадь, кв.м.	110	110	110	128,7	134,2
Товарооборачиваемость	18,25	20,28	22,81	111,11	112,50
Доходоёмкость, коп.	80,01	82,81	86,03	103,50	103,90
Издержкоёмкость, коп.	50,00	49,00	47,00	101,68	110,56
Товарооборот на 1 кв. м. торговой площади	45 082	59 116	84 074	131,13	142,22

Как показал анализ финансовых показателей, выручка предприятия за 2014 – 2016 гг. стабильно росла. Так, в 2015 г. по сравнению с 2014 г. она увеличилась на 31,13%, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. – уже на 42,22%.

При этом, учитывая соразмерный рост себестоимости продукции, валовая прибыль магазина увеличилась в 2015 году на 36,03%, а в 2017 году на 43,83%.

При этом прибыль от продаж росла менее значительно: в 2015 году – на 32,13%, в 2016 году – на 38,98%. Это связано с непропорциональным ростом издержек обращения организации.

Рост товарный запасов (в 2015 г. - на 18,02%, а в 2016 г. на 26,42%.) происходил пропорционально увеличению объемов продаж и за счет снижения норм запасов в днях позволил повысить эффективность торговой деятельности магазина, о чем свидетельствуют ост показатели товарооборачиваемости на протяжении всего анализируемого периода.

В целом можно сделать вывод, что ИП Середавина Л.Б. имеет хорошие показатели экономической деятельности.

Положительная динамика товарооборота, доходоёмкости, товарооборота на 1 кв.м. торговой площади позволяют говорить о перспективах развития торговой организации, дальнейшем росте выручки и повышении эффективности ее деятельности.

Таким образом, анализ деятельности ИП Середавина Л.Б. показал, что небольшой продуктовый магазин, торгующий преимущественно продуктами питания, может полноценно конкурировать с большими розничными сетями. Его преимуществами при этом являются: льготное налогообложение по упрощенной системе, близость к покупателям, круглосуточный режим работы, достаточно рациональный ассортимент продукции. Все это позволяет малому предприятию обеспечивать хороший объем выручки, повышать товарооборачиваемость, увеличивать отдачу от использования занимаемых площадей.

3. Способы повышения эффективности торговой деятельности на предприятии

3.1 Направления улучшения эффективности деятельности торгового предприятия ИП Середавиной Л.Б.

Методологический ключ к определению путей повышения экономической эффективности производства - это обеспечение повышения результата или снижения затрат, или одновременно - и роста результата, и снижения затрат, что в конечном итоге должно приводить к увеличению полезных результатов на единицу совокупности затраченных ресурсов. Поэтому разработка мероприятий по повышению экономической эффективности связана с необходимостью:

- 1) получить больший результат при неизменных затратах ресурсов;
- 2) получить тот же результат при уменьшении затрат ресурсов;
- 3) достичь более высокого темпа роста результата по сравнению с темпом роста ресурсных затрат;
- 4) обеспечить рост результата при одновременном снижении затрат.

Таким образом, существует два магистральных пути повышения экономической эффективности производства:

- 1) обеспечение роста конечного результата производства - прибыли, объемов производства и реализации продукции при тех же затратах и соблюдении требований к качеству продукции (работ, услуг);
- 2) обеспечение снижения затрат ресурсов на единицу результата при повышении качества продукции (работ, услуг).

Реализация путей повышения экономической эффективности производства связана с экономией трудовых, материальных и финансовых ресурсов. Экономия же ресурсов, повышение экономической эффективности их использования определяются следующими группами факторов:

- 1) научно-техническими факторами: научно-технический прогресс, автоматизация, роботизация, применение ресурсосберегающих и высоких технологий, реструктуризация и т.д.;

2) организационно-экономическими факторами: современная отраслевая структура экономики, организованная на основе приоритетного развития наукоемких, импортозамещающих, экспортно-ориентированных отраслей и производств; эффективная специализация и кооперирование сил, система совершенствования организации производства, труда и управления производственно-хозяйственной деятельностью, научно обоснованное планирование и экономическое стимулирование экономии затрат;

3) социально-психологическими факторами: образовательный и профессиональный уровень кадров, составление определенного стиля экономического мышления, морально-психологический климат в трудовых коллективах, гуманизация производства;

4) внешнеэкономическими факторами: уровень развития международного разделения и кооперации труда, взаимовыгодное сотрудничество стран, развитие внешней торговли и повышение ее эффективности;

5) финансовыми факторами: улучшение структуры и экономическое обоснование наилучших вариантов финансирования инноваций и инвестиций, совершенствование налоговой, кредитной, ценовой, структурной политики государства.

В зависимости от уровня проявления факторов основные пути повышения экономической эффективности подразделяются на народнохозяйственные, отраслевые и внутрипроизводственные.

К народнохозяйственным путям относятся трансформация административно-командной системы в социально ориентированную экономику, разгосударствление, приватизация и реструктуризация предприятия, структурная перестройка национальной экономики по формам собственности, отраслям производства, размерам предприятия, формам общественной организации, создание благоприятного инновационного и инвестиционного климата, формирование рациональной налоговой, бюджетно-кредитной, амортизационной, ценовой и социальной политики.

Отраслевые пути повышения эффективности включают: развитие научных прикладных исследований, имеющих отраслевое значение; разработку и внедрение в производство инноваций; совершенствование управления производством в отрас-

ли, повышение уровня отраслевой специализации и кооперирования, унификации и стандартизации.

Внутрипроизводственные пути охватывают мероприятия, которые реализуются внутри самой организации. Способы повышения эффективности производства отражаются в плане экономического и социального развития организации и включают внедрение инноваций, улучшение качества товаров (работ, услуг), механизацию и автоматизацию производственных процессов, введение прогрессивных технологий и управления, модернизацию и замену устаревшего оборудования, улучшение использования основных производственных фондов, сырья, материалов, топлива, энергии и др.

Все многообразие организационно-технических мероприятий, направленных на повышение экономической эффективности, может быть дифференцировано в соответствии с их целевой направленностью на три группы:

Увеличение объемов производства и реализации продукции на основе:

- повышения степени использования имеющегося оборудования по времени;
- роста интенсивной загрузки этого оборудования;
- увеличения производственной мощности.

Совершенствование действующих технологий, направленных:

- на повышение степени использования исходного сырья;
- рост качества выпускаемой продукции;
- сокращение объемов загрязнения окружающей среды.

Рациональное использование отходов производства на основе:

- применения их для частичной замены первичного сырья в собственном производстве целевых видов продукции;
- реализация отходов на сторону для их применения на других предприятиях;
- организация производства продукции из отходов по месту их образования.

Народнохозяйственные, отраслевые и внутрипроизводственные пути повышения эффективности производства тесным образом связаны. Наибольший социально-экономический эффект достигается в том случае, если преобразования внутри предприятия соответствуют мерам его адаптации к изменениям внешней среды.

Пути повышения эффективности деятельности предприятия подразумевают внедрение на предприятии научно-технического прогресса, в том числе революционное переоснащение производственных фондов на основе новейших научных достижений техники и технологий. Такие коренные изменения в технике, мобилизация технических, организационных, социальных и экономических факторов позволят существенно повысить показатель производительности труда.

Пути повышения эффективности деятельности предприятия подразумевают и использование режима экономии. Ресурсосберегающие факторы должны стать решающими для удовлетворения постоянно растущей потребности в топливе, сырье, материалах и энергии.

Помимо этого, пути повышения эффективности деятельности организации включают и мероприятия по лучшему распределению и использованию основных ресурсов и фондов организации. Очень важно максимально интенсивно использовать производственный потенциал организации, следить за ритмичностью производства, за максимальной загрузкой производственного оборудования. Результатом этих мероприятий будет ускоренный темп прироста готового товара без лишних капиталовложений и инвестиций.

Немаловажное место для роста эффективности функционирования организации занимают организационные и экономические факторы. Также необходимо развитие социальной инфраструктуры и методов управления. Необходимо совершенствовать методы и формы управления, методы планирования, стимулирования, поощрения. Особое место в снижении удельного веса расходов ресурсов и интенсификации всей экономики предприятия принадлежит мероприятиям по повышению уровня качества выпускаемого для реализации товара. Уровень качества товаров должно стать основополагающим фактором, за которым требуется пристальный контроль.

Основной источник денежных накоплений организаций - выручка от реализации товара, а именно та ее часть, которая остается за вычетом материальных, трудовых и денежных затрат на производство и реализацию этих товаров. Поэтому важная задача хозяйственного субъекта - получить больше прибыли при наименьших затратах путем соблюдения строгого режима экономии в расходовании средств и наиболее эффективного их использования.

Затраты на производство и реализацию продукции определяют уровень и структуру ее себестоимости. Количественно в структуре стоимости она занимает значительный удельный вес, поэтому понижение себестоимости очень заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях. Отсюда увеличение прибыли, который является основным показателем безубыточной работы организации, зависит прежде всего от понижения затрат на производство товаров, а также от повышения количества проданной продукции, при этом должны производиться такие изделия и продукты, отвечающие требованиям потребителей и пользующиеся высоким спросом.

На многих предприятиях существуют подразделения экономических служб, которые занимаются постатейным анализом себестоимости и разработкой программы ее понижения. Эта программа должна носить комплексный характер, т.е. должна учитывать все факторы, влияющий на понижение издержек производства и реализации товаров. Содержание и сущность программы зависит от специфики организации, текущего состояния и перспективы ее дальнейшего развития.

Существенное влияние на снижение себестоимости оказывают мероприятия, связанные с улучшением использования рабочего времени:

- определение и поддержание оптимальной численности персонала
- повышение уровня квалификации, обеспечения опережающего роста производительности труда по сравнению со средней зарплатой
- применение прогрессивных систем и форм оплаты труда
- улучшение условий труда
- механизация и автоматизация всех производственных процессов

- обеспечение мотивации высокопроизводительного труда и др.

Для многих производств, являющихся материалоемкими или энергоемкими, важнейшим направлением снижения себестоимости является экономия материалов и энергетических средств.

Возможны следующие пути улучшения использования материальных ресурсов на предприятии:

- введение новой техники и безотходной технологии
- совершенствование нормативной базы организации
- введение и использование более прогрессивных материалов
- комплексное использование сырья и материалов
- использование отходов производства
- повышение качества товаров и снижение процента брака и др.

Имеет значение также и сокращение накладных расходов по обслуживанию и управлению производством, которому способствует увеличение объемов производства за счет реконструкции и технического перевооружения организаций, улучшение, использование основных фондов, а также снижение численности административно-управленческого персонала и вспомогательных рабочих за счет совершенствования управления и обслуживания производства.

Наряду с перечисленными внутренними факторами на изменение себестоимости могут оказывать влияние и внешние факторы (централизованное изменение цен и тарифов на топливо и энергию; норм амортизации, ставок зарплаты и т.п.). Все перечисленные технико-экономические факторы используют при планировании снижения себестоимости. В настоящее время понижение себестоимости должно стать главным условием увеличения прибыльности и рентабельности производства. Дело в том, что развитие производства за счет экономии ресурсов на данном этапе намного дешевле, чем разработка новых месторождений и вовлечение в производство новых ресурсов.

Не менее важными факторами, влияющие на величину доходности организации, является изменение объема производства и РП. Чем больше объем реализации,

в конечном счете, тем больше прибыли получит организация, и наоборот. Зависимость прибыли от этого фактора при прочих равных условиях прямо пропорциональная.

Падение объема производства при нынешних экономических условиях, не считая ряда противодействующих факторов, как, например, роста цен, неизбежно влечет сокращение объема прибыли. Отсюда вывод о необходимости принятия неотложных мер по обеспечению роста объема производства продукции на основе технического его обновления и повышения эффективности производства. В свою очередь, совершенствование расчетно-платежных отношений между предприятиями будет способствовать улучшению условий реализации продукции, а следовательно, росту прибыли.

Эффективность производства может повышаться даже при сокращении количества реализации, но это возможно только том случае, если качество продукции растет более быстрыми темпами, чем темпы снижения объема выпуска и реализации продукции. Совершенствование качества производимых товаров можно добиться за счет многих факторов, таких как техническое совершенствование производства, проведение работ по модернизации и т.д.

Очевидно, что качество товаров определяет уровень стоимости на предприятии, что в значительной степени влияет на величину прибыли. При росте затрат на производство продукции и снижении объемов ее выпуска прибыль может расти вследствие постоянно повышающихся цен.

Свободные цены в условиях их либерализации устанавливаются организациями в зависимости от конкурентоспособности данных товаров, спроса и предложения аналогичного товара другими производителями. Поэтому, уровень свободных цен на продукцию в определенной степени является фактором, зависящим от предприятия.

Не зависящим от организации фактором выступают государственные регулирующие цены, устанавливаемые на продукцию предприятий-монополистов.

Также, следует учесть, что на величину прибыли, а значит и доходность предприятия оказывает влияние изменение остатков нереализованной продукции. Значи-

тельная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению ожидаемой прибыли. Величина нереализованной продукции (зависит от ряда причин, обусловленных коммерческой деятельностью и условиями реализации продукции). Предприятие может произвести продукции больше, чем ее реализовать. Кроме того, в нереализованных остатках готовой продукции может возрасти удельный вес более рентабельных изделий, что повлечет суммарный рост этих остатков. В целях увеличения прибыли предприятие должно принять соответствующие меры по сокращению остатков нереализованной продукции как в количественном, так и суммарном выражении.

Повышение эффективности производства возможно за счет рационального использования на предприятии основных средств. Улучшение использования основных средств отражается на финансовых результатах работы предприятия за счет:

- увеличения выпуска продукции;
- снижения себестоимости;
- совершенствование качества товаров;
- снижения налога на имущество;
- повышение балансовой стоимости.

Способы улучшения использования основных средств зависят от конкретных условий, сложившихся в организации. В общем плане эта цель может быть достигнута за счет внедрения новой техники и технологии, механизации и автоматизации производственных процессов, проведение грамотной воспроизводственной политики, своевременного и качественного ремонта, ликвидации излишнего оборудования и др.

В последнее время в условиях развития предпринимательства появилось больше возможностей увеличить объем прибыли за счет внереализационных операций. В этой области наиболее доходными могут быть финансовые вложения. Конкретные направления и структура финансовых вложений должны быть результатом продуманной политики предприятия на основе достоверной оценки их эффективности. Непрофессиональный подход к этому вопросу может привести к потере денеж-

ных средств, вложенных в уставной капитал др. организаций или совместную деятельность, в неликвидные ценные бумаги.

Организация также может сдать часть своего имущества, включая помещения, сооружения, оборудование и т.д., на аренду на более или менее длительный срок. Сдача имущества в аренду может принимать в результате форму аренды с выкупом (лизинг).

В таком случае, организация получает доход, увеличивающий внереализационные доходы и валовую прибыль.

Вариантом для предпринимателя, не желающего лично заниматься ведением бухгалтерского учета может стать приходящий или удаленный бухгалтер. Он может работать по совместительству, а может оказывать частные бухгалтерские услуги. Данный способ сэкономит денежные средства.

Приходящему бухгалтеру нужно просто платить зарплату, без каких-либо взносов во внебюджетные фонды. Кроме того, удаленный бухгалтер, как принято, имеет свою оргтехнику и необходимое программное обеспечение.

Стоимость услуг приходящего бухгалтера, как показывает практика, ниже, чем у штатного. Предприниматели, у которых есть необходимость в ведении бухгалтерского учета, вполне смогут позволить себе услуги приходящего бухгалтера.

Для повышения эффективности использования оборотных средств ИП Середавина следует применить ряд мер:

- Управление дебиторской задолженностью, вернуть дебиторскую задолженность, путем написания претензии. Полученные деньги пустить в товарооборот;
- Уменьшение остатков на складах путем установления скидок на некоторые виды товаров. К таким товарам относятся те группы товаров, которые периодически модернизируются и обновляются. Таким образом, для того, чтобы иметь возможность закупать и затем реализовывать новинки, необходимо уменьшить складские запасы;
- Инициировать поиск оптовых поставщиков, чтобы закупать товар по более низким ценам для снижения издержек обращения и повышения рентабельности продаж;

- Уволить бухгалтера и воспользоваться услугами ООО «Бизнес-гарант».

3.1 Результаты применения разработанных рекомендаций по повышению экономической эффективности деятельности ИП Середавиной Л.Б.

В ходе анализа производственно-хозяйственной деятельности исследуемой ИП Середавиной Л.Б., были выявлены ряд сильных и слабых сторон деятельности предприятия, которые в той или иной степени влияют на его развитие. Таким образом, на основании данного анализа, мы определили уровень экономической эффективности предприятия, уровень использования отдельных видов затрат и ресурсов. Затем следует сформировать экономическое обоснование и отобрать оптимальные производственно-хозяйственные решения, то есть определить пути повышения экономической эффективности на данном предприятии.

Для обеспечения ритмичной работы, широкого выбора товаров и наиболее полного удовлетворения спроса покупателей в магазине должны быть определенные товарные запасы, т.к. они предназначены для обеспечения повседневной, бесперебойной торговли. Поэтому запасы товаров в магазине постоянно и равномерно пополняются.

Из экономического анализа деятельности ИП Середавиной Л.Б. мы наблюдаем рост товарооборота, что свидетельствует о положительной работе магазина. Таким образом, мы с уверенностью можем сказать, что покупательский спрос на товары магазина «Продукты 24» полностью удовлетворяется. Что положительно сказывается на работе магазина.

Увеличение объема товарооборота весьма благоприятно влияет на показатели скорости и времени товарного обращения. Так, рост объема товарооборота сопровождается при прочих равных условиях увеличением числа оборотов и сокращением числа дней оборота, а увеличение числа оборотов и сокращение числа дней пребывания товаров в обращении - показатели положительные.

Рассчитаем основные показатели деятельности предприятия в таблице 13.

Таблица 13 – Основные показатели деятельности предприятия, руб.

Показатели	2014	2015	2016	31.05.2017	Темпы роста, %	
					2015 к 2014	2016 к 2015
Выручка от реализации	4 958 988	6 502 721	9 248 170	5 009 425	131,13	142,2
Себестоимость проданных товаров	2 479 494	3 186 333	4 346 640	1 629 990	128,5	139,3
Валовая прибыль	2 479 494	3 316 388	4 901 530	3 379 435	136,03	143,8
Издержки обращения	495 698	570 154	684 563	260 235	115,02	120,1
Прибыль от продаж	1 983 796	2 746 234	4 216 967	3 119 201	132,13	139
Стоимость основных фондов	213 974	311 941	508 000	604 735	145,78	162,9
Товарные запасы	271 725	320 682	405 399	506 089	118,02	126,4
Общая площадь, кв.м.	110	110	110	110	128,7	134,2
Товарооборачиваемость	18,25	20,28	22,81	24,92	111,11	112,5
Доходоёмкость, коп.	80,01	82,81	86,03	89,77	103,5	103,9
Издержкоёмкость, коп.	50	49	47	44	101,68	110,6
Товарооборот на 1 кв. м. торговой площади	45 082	59 116	84 074	98 343	131,13	142,2

Под товарооборачиваемостью понимается период обращения продукции со дня ее поступления до дня реализации, а также скорость оборота товаров. Анализ средних товарных запасов и товарооборачиваемость в целом по магазину «Продукты24» представлен в таблице 13.

Проанализируем товарооборачиваемость. Анализируя данные таблицы 13, можно сделать следующие выводы: товарооборот фактический увеличился по срав-

нению с планом, что свидетельствует о положительной торговой деятельности магазина, об удовлетворительном спросе покупателей.

Следовательно, анализ данных показывает, что в целом по магазину «Продукты 24» произошло увеличение объема товарооборота и ускорение товарооборачиваемости, как следствие положительной коммерческой работы предприятия, связанной с удовлетворением потребительского спроса.

Так же, заметно увеличение средних запасов по магазину произошло за счет превышающих темпов роста товарооборота.

Себестоимость проданных товаров уменьшилась, в связи с тем, что удалось найти поставщиков, по более низкой стоимости.

Очень важно влиять на себестоимость продукции – использование новых технологий при производстве, поиск максимально низких способов доставки товара покупателю, внедрение и использование альтернативных и экономных энергетических ресурсов в конечном итоге способствует снижению себестоимости и существенно влияет на валовую прибыль предприятия. Исходя из полученных данных видно, что валовая прибыль выросла.

Увеличение средних товарных запасов по этим товарам обеспечивалось за счет увеличения товарооборота и ускорения товарооборачиваемости, что свидетельствует о высокой степени эффективности розничной продажи.

Товарные ресурсы являются материальной основой розничного товарооборота и представляют собой массу товаров, поступивших на предприятие из различных источников и предназначенных для последующей продажи конечному потребителю.

Таблица 14 – Состав и структура имущества предприятия

Статьи баланса	2015 г.		2016 г.		31.05.2017	Изменения, руб.	Темп прироста%
	руб.	удельный вес, %	руб.	удельный вес, %			
I. Внеоборотные активы	205 257	21,94	312 013	34,3	330461	106 756	52,01

Статьи баланса	2015 г.		2016 г.		31.05.2017	Изменении, руб.	Темп прироста%
	руб.	удельный вес, %	руб.	удельный вес, %			
Нематериальные активы	-	-	-	-		-	-
Основные средства	203 296	21,73	305 300	33,56	33042 0	102 004	50,18
Незавершенное строительство	36	0	6552	0,72	41	6 516	18 100
Долгосрочные финансовые вложения	1 925	0,21	161	0,02	0	-1764	-91,64
II. Оборотные активы	730 476	78,06	597 666	65,7	40654 3	-132 810	-18,18
Запасы, в том числе	129 161	13,8	247 308	27,19	31032 6	118 147	91,47
- материально-производственные запасы	125 626	13,43	167 579	18,42	29454 1	41 953	33,4
НДС	19 971	2,13	19 098	2,1	12004	-873	-4,37
Дебиторская задолженность	507 944	54,28	286 543	31,5	0	-221 401	-43,59
Краткосрочные финансовые вложения	10 953	1,17	-	-	0	-10 953	-100
Денежные средства	62 447	6,67	44 717	4,92	84213	-17 730	-28,39
Прочие оборотные активы	-	-	-	-		-	-
БАЛАНС	935 733	100	909 679	100	73700 4	-26 054	-2,78

На начало 2016 года, у организации ИП Середавина была дебиторская задолженность в размере 286 543 руб. Должником магазина «Продукты 24» являлся магазин «У дома». Руководящее лицо организации «У дома» выкупил оборудование, которое ранее использовалось в магазине «Продукты 24». В мае 2017 года, ИП Середавина Л. Б. написала претензию на своевременную выплату денежных средств за выкупленное оборудование в размере 286 543руб., в следствие чего, у магазина «Продукты 24» дебиторская задолженность стала равна 0. Деньги, полученные за оборудование, было решено запустить в товарооборот.

ИП Середавина, уволили штатного бухгалтера, в замен которому воспользовались услугами «Бизнес-Гаранта». Стоимость услуг приходящего бухгалтера, как показывает практика, ниже, чем у штатного.

При работе с поставщиками необходимо учитывалась предлагаемая цена на товар. Поэтому для получения большого валового дохода организация ИП Середавина стала работать без посредников, что положительно повлияло на финансовые показатели торгового предприятия, а также удовлетворило желания покупателей по поводу цен на товары, т.к. покупатель определяет для себя диапазон цен, и если его диапазон не совпадает с тем, что он увидел в магазине, то спрос остается неудовлетворен. Поэтому администрация магазина необходимо уделило большое внимание этой проблеме.

Таблица 15 – Оборачиваемость капитала, дебиторской и кредиторской задолженности

Показатели	2014 г.	2016 г.	31.05.2017	Изменение (+,-)
1. Выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг, тыс. руб.	4 958 988	9 248 170	10 845 328	2 745 449
2. Полная себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг, тыс. руб.	2 479 494	4 346 640	6 254 417	1 160 307
3. Среднегодовая сумма всего капитала, тыс. руб.	3 448 163	4 288 303	5 050 128	3 448 163
4. Среднегодовая сумма собственного капитала, тыс. руб.	3 003 663	3 767 568	4 052 879	763 905
5. Среднегодовая сумма оборотного капитала, тыс. руб.	3 205 363	4 029 668	5 087 322	824 305
6. Среднегодовая сумма дебиторской задолженности, тыс. руб.	2 990 343	3 762 841	2 358 465	772 498
7. Среднегодовая сумма кредиторской задолженности, тыс. руб.	2 886 163	3 668 577	4 548 324	782 414
8. Среднегодовая сумма производственных запасов, тыс. руб.	2 783 813	3 553 832	4 587 152	770 019
9. Коэффициент оборачиваемости:				
всего капитала	1,2	1,1	1,1	-0,1
собственного капитала	2,4	2,5	2,6	-0,1
оборотного капитала	1,6	1,5	1,4	-0,1
производственных запасов	3,3	5,2	5,8	1,9
дебиторской задолженности	2,5	2,6	2,3	0,1
кредиторской задолженности	2,1	3,2	3,7	1,1

Продолжение таблицы 15

10. Продолжительность 1 оборота, дней:				
всего капитала	304,2	331,8	358,7	27,6
собственного капитала	152,1	146	140	-6,1
оборотного капитала	228,1	243,3	258,5	15,2
производственных запасов	110,6	70,2	58,6	-40,4
дебиторской задолженности	146	140,1	138,4	-5,9
кредиторской задолженности	173,8	114,1	98,8	-59,7
11. Продолжительность операционного цикла, дней	256,6	210,3	176,2	-46,3
12. Продолжительность финансового цикла, дней	82,8	96,2	101,1	13,4
13. Потребность в оборотных средствах для получения фактической суммы оборота при показателях оборачиваемости за базисный период, тыс. руб.		637 063		
14. Высвобождено(+), привлечено(-) в оборот оборотных средств в результате ускорения или замедления их оборачиваемости, тыс. руб.		27 007		

Данные таблицы указывают на замедление оборачиваемости всего капитала, собственного капитала и оборотного капитала. По оборачиваемости производственных запасов, дебиторской и кредиторской задолженности наблюдается ускорение оборачиваемости. Наблюдается рост выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг.

Заключение

Розничная торговля является важным звеном на рынке товаров, которое предназначено для обслуживания населения и оказания услуг покупателям. На пути развития наблюдаются негативные явления, которые ухудшают состояние потребительского рынка.

В качестве первоочередных задач на современном этапе выступают развитие прогрессивных методов продажи, совершенствование товаров методом самообслуживания по предварительным заказам, по месту работы и жительства.

Необходимым условием для дальнейшего совершенствования розничной торговли является разработка проектов современных магазинов, оснащенных новейшими видами торгово-технологического оборудования. В организации торговли большую роль играет разработка технологических процессов, направленных на обслуживание покупателей, т.е. внедрение прогрессивных методов и дополнительных услуг.

Подводя итог исследования хозяйственной деятельности ИП Середавина в течение периода 2014 – 2017 гг., можно сделать такие выводы. Данное предприятие показало высокую эффективность работы. За период большинство показателей экономической эффективности улучшило свои значения. Комплексные показатели демонстрируют у предприятия тенденции к росту и развитию.

В данном случае также можно применить новые подходы к развитию оборота розничной торговли, наметившиеся в условиях становления рыночной экономике, обострение конкуренции. Соответствующие концепции строятся с учетом идеи формирования ассортимента и обслуживания населения. Типичная концепция развития оборота розничной торговли включает следующие разделы приложения корректировочных мер: ассортиментные перечни товаров; схемы размещения оборудования и товаров; указания по организации расчетных узлов; определение зон самообслуживания и продажи товаров через прилавки, перечни дополнительных услуг; порядок формирования цен; предоставление скидок на отдельные товары и др.

Согласно грани расширения области индивидуального предпринимательства и поддержания рыночных взаимоотношений в Российской Федерации формируются предпосылки для последующего развития оборота розничной торговли.

Торговое обслуживание обеспечивает торговому предприятию социальный и экономический эффект, т.е. социальный эффект проявляется в завоевании большого количества покупателей и качественном удовлетворении спроса, а экономический эффект заключается в максимальной прибыли предприятия, которая характеризует эффективное обеспечение покупателей лучшими товарами для удовлетворения их потребностей.

С повышением материального благосостояния населения возрастает и требование покупателей к работе магазина, к качеству торгового обслуживания. Поэтому магазин «Продукты 24» постоянно учитывает этот факт и совершенствует по возможности торговое обслуживание.

Проанализировав степень торгового сервиса в магазине «Продукты 24», можно с полной уверенностью сказать, то что он довольно высок, это благоприятно влияет на экономических показателях работы магазина (т.е. на товарообороте, валовом доходе, прибыли).

Проведя анализ, наблюдается рост товарооборота как по сравнению с планом, так и в динамике, что обусловлено увеличением спроса покупателей на товары, реализуемые в магазине «Продукты 24».

Конечный показатель, т.е. прибыль, увеличивается. Значит, организация ИП Середавина эффективно обеспечивает покупателей лучшими товарами для удовлетворения их потребностей. Прибыль магазину «Продукты 24» необходима, чтобы выжить и совершенствовать торговое обслуживание.

Анализируя деятельность магазина «Продукты 24» наблюдается высокая эффективность розничных продаж. И это закономерно, так как администрация магазина стремится к совершенству во всем: в товарах, реализуемых в магазине, в их безопасности и потребительских свойствах, в услугах, предоставляемых магазином, в наших человеческих отношениях, в конкурентоспособности на потребительском рынке, в получении максимальной прибыли.

Следовательно, цель дипломной работы достигнута и все задачи выполнены.

Результаты дипломной работы могут быть использованы для практической пользы магазина «Продукты 24».

Список используемых источников

1. Российская Федерация. Налоговый Кодекс РФ. Часть I (1998). [Принят Государственной Думой 31 июля 1998 г.]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/nalog1/>
2. Николаева И.П. Экономическая теория: учебник. — М.: Дашков и Ко. — 2014. — 328 с.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть I. [Текст]: ФЗ-№51 от 30.11.1994 г. [принят Гос. Думой ФС РФ 21.10.1994 г. (с изменениями на 02.11.2013 г.)] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/>
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть II. [Текст]: ФЗ-№14 от 26.01.1996 г. [принят Гос. Думой ФС РФ 22.12.1995 г. (с изменениями на 30.01.2014 г.)] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf2/>
5. Абрютин, М.С., Грачев, А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-практическое пособие / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. - М.; Изд-во «Дело и сервис», 2013. - 256 с.
6. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / под ред. Любушина Н.П. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 471 с.
7. Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие / И.Т. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2015. – 482 с.
8. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 215 с.
9. Бланк, И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. - К.: «Ника-Центр», Эльга - 2013. – 528 с.
10. Бородина, Е.И., Голикова, Ю.С., Колчина, Н.В., Смирнова, З.М. Финансы предприятий / Е.И. Бородина, Ю.С. Голикова, Н.В. Колчина, З.М. Смирнова. – М.: Финансы, 2013. – 335 с.
11. Гукасян Г.М. Экономическая теория: учебник и практикум. – М.: Изд-во Юрайт. — 2013. — 573 с.

12. Ендовицкий, Д.А., Лубков, В.А., Сасин, Ю.Е. Система показателей анализа деловой активности хозяйствующего субъекта // Экономический анализ – 2013. - № 17 – С. 2-12
13. Егорова А. О. Анализ состояния хозяйственной деятельности предприятия, как базы формирования стратегии развития / А. О. Егорова // Молодой ученый. — 2014. — №3. Т.1. — С. 156-159.
14. Ефимова О. В. Финансовый анализ. 4-е изд. перераб. и доп. /Под. Ред. Ефимова О.В. - М: «Бухгалтерский учет», 2010.- 195 с.
15. Ефимова О.В. Финансовый анализ-/Под. Ред. Ефимова О.В. - М.: Бухгалтерский учет, 2013.- 228 с.
16. Жилияков, Д. И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания): Учебное пособие/ Д. И. Жилияков. — М.: КноРус, 2012. — С. 67.
17. Иванов, И. Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник / И. Н. Иванов. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — С. 35.
18. Ионова А.Ф., Селезнёва Н.Н. Финансовый анализ: Учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2014. - 334 с.
19. Канке Л. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие/ Л. А. Канке, И. П. Кошечая. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013. – 288 с.
20. Каурова, О. В. Финансово-экономический анализ предприятия: Учебное пособие/ О. В. Каурова. — М.: КноРус, 2012. — С. 112.
21. Каратуев, А.Г. Финансовый менеджмент: учебно-справочное пособие / А.Г. Каратуев. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2013. – 496 с.
22. Кириллова Л.Н., Зиянгулова А.Р. Использование принципа «золотого сечения» в гармонизации структуры баланса предприятия // Экономический журнал. – 2013. - № 17 – С. 2-12.
23. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Методы и процедуры / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 560 с.
24. Колхасс, Б. Управление финансовой деятельностью предприятия / Б. Колхасс. - М.: Финансы, 2013. – 255 с.

25. Носова С.С. Экономическая теория для бакалавров. — М.: Кнорус. — 2014. — 792 с.
26. Основы экономической теории /Н.П. Костеров. – М.: Академия; Московские учебники. – 2013
27. Экономическая теория. Учебник. /Под ред. И.П.Николаевой. — М.: Дашков и К. — 2013. — 448 с.
28. Экономическая теория (политэкономия) / Под ред. Г.П. Журавлевой. — Изд-е 5. – М.: ИНФРА-М. – 2014. 864с.