Экономический анализ рентабельности, доходоемкости и издержкоемкости в торговле

тема диссертации и автореферата по ВАК 08.00.12, кандидат экономических наук Мелентьева, Валентина Васильевна

**Год:**

2000

**Автор научной работы:**

Мелентьева, Валентина Васильевна

**Ученая cтепень:**

кандидат экономических наук

**Место защиты диссертации:**

Москва

**Код cпециальности ВАК:**

08.00.12

**Специальность:**

Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности

**Количество cтраниц:**

237

## Оглавление диссертации кандидат экономических наук Мелентьева, Валентина Васильевна

Введение

1. Методологические основы экономического анализа конеч-ЯИЙ^инансовых результатов в коммерческих структурах

1.1. Экономическая природа рентабельности в условиях рыночной экономики

1.2. ^^мерческий расчёт и рентабельней^ ,.

1.3. 4Вй^ядок формирования прибыли

1.4. Системный подход к анализу формирования прибыли

Глава 2. Система показателей, характеризующих уровень рентабель \* ности, их оценка и исчисление

2.1. Система показателей, характеризующих уровень рентабельности

I 2.2. Оценка показателей, характеризующих уровень рентабельности

2.3. Методические способы и приёмы анализа уровня рентабельности

Глава 3. Совершенствование экономического анализа рентабельности и выявление неиспользованных резервов её повышения

3.1. Система управления прибылью и основные аспекты её организации

3.2. Факторы, повышающие уровень рентабельности, и их анализ

3.3. Анализ издержкоёмкости

3.4. Совершенствование системы торговых наценок, розничных цен и повышение рентабельности

## Введение диссертации (часть автореферата) На тему "Экономический анализ рентабельности, доходоемкости и издержкоемкости в торговле"

Прибыльность деятельности любого торгового предприятия определяет его функционирование независимо от экономической политики государства. Прибыль как экономическая категория получила новое содержание в условиях перехода к рыночным отношениям, которые характеризуются развитием конкуренции, свободного ценообразования, частной собственности на капитал и др. Прибыль является основным побудительным мотивом осуществления любой предпринимательской деятельности (в том числе торговой), поскольку обеспечивает рост благосостояния собственников предприятия через доход на вложенный капитал. Наёмные работники также заинтересованы в прибыльности предприятия, которая в определённой мере является не только гарантом их занятости (долгосрочная перспектива), но и обеспечивает дополнительное материальное вознаграждение их труда и удовлетворение социальных потребностей (краткосрочная перспектива). Кроме этого, прибыль предприятия через систему налоговых платежей позволяет формировать доходную часть государственных бюджетов всех уровней, создавая тем самым базу экономического развития государства в целом. Таким образом, обеспечивая интересы государства, собственников и персонала предприятий, прибыль является одним из важнейших показателей оценки эффективности деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Высокий уровень рентабельности даёт преимущество любому предприятию в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и др., что определяет его конкурентоспособность, а также степень его независимости от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры. В связи с этим вопросы экономического анализа уровня рентабельности в торговле с целью выявления неиспользованных резервов для её повышения приобретают исключительно важное значение.

В специальной литературе всегда уделялось значительное внимание вопросам экономического анализа прибыли и рентабельности. В период социалистического хозяйствования (особенно при внедрении хозрасчёта) большая часть научных исследований была посвящена именно этому разделу анализа. Отечественными учёными-экономистами была установлена необходимость научного обоснования уровня рентабельности через разработку системы торговых скидок. Не отрицая значимость такой постановки вопроса, следует отметить, что его решение рассматривалось с позиции, определяющей экономические источники формирования прибыли в торговле как сумма дохода, передаваемого из сферы материального производства через скидки и наценки, и дохода, создаваемого трудом торговых работников, связанным с продолжением процесса производства в сфере обращения. Поэтому существующие практические методики анализа и прогнозирования рентабельности торговых предприятий не удовлетворяют требованиям рыночной экономики. В этой связи перед отечественной наукой стоит задача создания такого инструментария для оценки рентабельности, который позволил бы пользователям экономической информации составить объективное представление о перспективах развития предприятия.

Значение анализа финансово-экономического состояния предприятия трудно переоценить, поскольку именно он является той базой, на которой строится разработка финансовой политики предприятия»1. Впервые на государственном уровне дана столь высокая оценка значения экономического анализа в повседневной деятельности конкретного предприятия. Несмотря на это, на практике анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия не является обязательным и проводится факультативно. Вся проблема заклю-чаегся в недостатке комплексных научно-практических разработок, позволяющих реально управлять результатами деятельности предприятия на научной основе.

Разработка теоретических положений и практических научно обоснованных рекомендаций по экономическому анализу рентабельности в торговле

1 Методические рекомендации по разработке финансовой политики предприятия (утв. приказом Минэкономики РФ от 1 октября 1997 г. № 118). обязательно должна базироваться на исследованиях как отечественных учёных, так и зарубежных, которые предлагают современные методики анализа деятельности предприятий. Однако, указанные методики в основном ориентированы на деятельность предприятий отраслей промышленности и не учитывают специфики сферы товарного обращения, что делает их малополезными для торговых предприятий. Более того, взгляды различных учёных по принципиальным положениям зачастую не совпадают (в отдельных случаях -даже противоречивы), что обусловливает необходимость определённой систематизации накопленного опыта при формировании методологических и методических основ анализа рентабельности. Также следует признать, что применение зарубежных концепций в российских условиях невозможно путём простого механического переложения, необходим критический подход с целью адаптации к национальной системе учёта и отчётности.

Таким образом, многообразие проблем развития экономического анализа прибыли и рентабельности на современном этапе обусловливает актуальность темы исследования, что и предопределило её выбор.

Цель и задачи исследования. Цель настоящего диссертационного исследования заключается в том, чтобы обобщить и развить теоретические положения экономического анализа рентабельности в торговле; разработать научно-обоснованную методику экономического анализа рентабельности в рамках системы управления прибылью на примере предприятия розничной торговли; определить направления совершенствования экономического анализа рентабельности, обеспечивающие выявление неиспользованных резервов для повышения эффективности финансово-хозяйственной деятельности и развития торгового предприятия в современных условиях хозяйствования.

Постановка данной цели предопределяет необходимость решения следующих задач:

• изучить и обобщить различные подходы к определению экономической природы рентабельности;

• сформулировать теоретические аспекты коммерческого расчёта и основные этапы его реализации в современных условиях хозяйствования;

• рассмотреть и обозначить основные элементы системы анализа формирования прибыли торгового предприятия;

• дать комплексную оценку системы показателей, характеризующих уровень рентабельности, а также систематизировать их по видам;

• рассмотреть и классифицировать методические способы и приёмы анализа уровня рентабельности;

• обосновать необходимость и разработать общую методику экономического анализа рентабельности в рамках организационной структуры системы управления прибылью торгового предприятия;

• определить основные направления выявления неиспользованных резервов для повышения рентабельности в условиях перехода к рыночным отношениям.

Объект и предмет исследования. В качестве объекта исследования выбрана финансово-хозяйственная деятельность предприятий розничной торговли.

Предметом исследования являются теоретические и практические аспекты экономического анализа рентабельности как комплексной процедуры (в качестве составных элементов - анализ издержкоёмкости и доходоёмкости).

Теоретическая и методологическая основа исследования. Теоретической и методологической базой диссертационного исследования являются научные труды отечественных и зарубежных учёных-экономистов, среди которых особого внимания заслуживают: М. И. Баканов, Л. И. Кравченко,

A. Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин, В. Ф. Палий, И. М. Дмитриева, В. И. Стражев,

B.В.Ковалёв, Г. В. Савицкая, И. Н. Герчикова, В. Б. Ивашкевич, О. В. Ефимова, М. Н. Крей-нина, Л. Бернстайн, М. Вебер, Э. Майер, Р. Манн, Ж. Ришар, К. Хеддервик, Р. Вандер Вил.

В процессе исследования применялись общенаучные методы познания (индукция, дедукция, абстрагирование, систематизация, анализ и синтез) и логические законы.

Научная новизна исследования заключается в разработке теоретических положений экономического анализа рентабельности в торговле, практических рекомендаций по проведению аналитических процедур и в определении направлений совершенствования экономического анализа уровня рентабельности, обеспечивающих выявление резервов для её повышения.

Научная новизна определяется следующими основными результатами диссертационного исследования:

1) обоснована необходимость подхода к определению экономической природы торговой прибыли с позиции оценки сферы товарного обращения как самостоятельной области ценообразования;

2) сформулировано определение коммерческого расчёта и определены основные уровни его реализации в рамках основной деятельности торгового предприятия;

3) уточнена и дополнена классификация основных видов прибыли в зависимости от условий её формирования, определены системы взаимосвязанных показателей прибыли торгового предприятия;

4) дана комплексная характеристика системы анализа формирования прибыли торгового предприятия, уточнена и дополнена классификация основных её элементов, при этом сформулировано понятие качества прибыли и обоснована необходимость его оценки как составного элемента этой системы;

5) дана комплексная характеристика системы показателей рентабельности и разработана классификация их по видам;

6) дана комплексная характеристика методических способов и приёмов анализа уровня рентабельности и предложена их классификация в зависимости от степени востребованности возможностей экономического анализа в практической деятельности предприятия;

7) разработаны основы методики факторного анализа рентабельности торгового предприятия в зависимости от организационной структуры системы управления прибылью;

8) определены основные положения анализа издержкоёмкости с различных позиций, уточнена и дополнена классификация издержек обращения по различным критериям;

9) определены основные требования к ценовой политике торгового предприятия, предложены и обоснованы направления совершенствования системы ценообразования и повышения рентабельности.

Практическая ценность исследования заключается в разработке вопросов проведения экономического анализа рентабельности торговых предприятий в принципиально новых условиях хозяйствования, в том числе основных положений анализа издержкоёмкости и доходоёмкости торговой деятельности, основных этапов реализации коммерческого расчёта, практических рекомендаций по применению методических способов и приёмов анализа уровня рентабельности, основных вопросов организации системы управления прибылью, организационной модели контроллинга прибыли, методики факторного анализа в зависимости от организационной структуры системы управления прибылью, а также основных направлений совершенствования системы ценообразования в розничной торговле.

Выводы и рекомендации, сформулированные в работе, могут быть использованы на практике экономистами, аудиторами, бухгалтерами, контролёрами, менеджерами разных уровней в своей профессиональной деятельности. Реализация предложенных организационных моделей (двухуровневой системы управления прибылью на базе центров ответственности, контроллинга), основ методики факторного анализа рентабельности и основных положений анализа издержкоёмкости с различных позиций могут дать возможность предприятиям розничной торговли: во-первых, привести методы управлении прибылью в соответствие с требованиями современных условий хозяйствования, во-вторых, осуществлять процесс управления прибылью в реальном режиме, используя многовариантность подходов к разработке отдельныхуправленческих решений (в частности, в области ценовой политики), в-третьих, достигнуть уровня рентабельности, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре.

Теоретические положения и выводы, изложенные в исследовании, расширяют и систематизируют знания в области экономического анализа рентабельности, издержкоёмкости и доходоёмкости в торговле. Учитывая тесную связь экономического анализа со смежными науками, теоретический материал диссертации может быть использован для развития ряда учебных курсов: «Теория экономического анализа», «Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий», «Аудит», «Финансовый менеджмент», «Экономика торгового предприятия»; а также при создании учебного курса «Управленческий анализ (контроллинг)».

Научные положения, сформулированные в диссертационной работе, обусловливают необходимость развития научных исследований в области экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий и могут являться базой для дальнейших научно-практических разработок.

Структура и основное содержание исследования. Диссертация состоит из трёх глав. В первой главе излагаются методологические основы экономического анализа конечных финансовых результатов. Прибыль - наиболее сложная и многогранная экономическая категория, поэтому до сих пор экономисты по-разному трактуют её источники и факторы роста. Источником формирования торговой прибыли служитприбавочная стоимость сферы обращения товаров, поскольку на современном этапе рыночной экономики труд работников торговли является производительным.

Основой эффективного хозяйствования является коммерческий расчёт, который на практике вследствие отсутствия опыта хозяйствования в рыночной ситуации сводится к коммерческому ценообразованию. «В работе дана комплексная характеристика методов ценообразования, сформулировано определение коммерческого расчёта и рассмотрена трёхуровневая система его реализации в зависимости от уровня управления прибылью в рамках основной деятельности торгового (розничного) предприятия.

Анализ формирования прибыли предполагает комплексный и системный подход к изучению прибыли с учётом условий её формирования, что обусловливает классификацию основных видов прибыли. Соответственно разнообразию видов прибыли в анализе используется большое количество разнокачественных показателей, которые необходимо систематизировать в зависимости от трактовки источников формирования прибыли. Такая систематизация показателей даёт настоящее представление об эффективности деятельности предприятия, поскольку учитывает не только их взаимосвязь, но и их соподчинённость. Для объективной оценки деятельности предприятия с позиции всех заинтересованных субъектов рыночных отношений чрезвычайно важна проблема качества прибыли, оценка которого является составной частью представленной в работе классификации основных элементов системы анализа формирования прибыли.

Во второй главе рассматривается система показателей, характеризующих уровень рентабельности, их оценка и исчисление. Показатели рентабельности представляют собой соотношение прибыли предприятия и факторов, являющимися по сути предпосылками её возникновения, и позволяют определить, насколько эффективно предприятие использует свои средства в целях получения прибыли. Представленная классификация показателей рентабельности в зависимости от целей анализа включает показатели, различные не только по задачам и содержанию, но и по использованию исходных показателей прибыли.

При исследовании рентабельности торговых предприятий на различных этапах анализа используются разнообразные методические приёмы и способы (сравнение, группировка, методы детерминированного и стохастического факторного анализа), выбор которых зависит от многих факторов. У каждого из этих способов имеется несколько преобладающих признаков или приоритетных требований как к анализируемой информации, так и к аналитической процедуре в целом, что позволяет их классифицировать в зависимости от востребованности возможностей экономического анализа.

В третьей главе рассматриваются вопросы совершенствования экономического анализа рентабельности и выявления неиспользованных резервов её повышения. Долговременное и эффективное функционирование предприятия в постоянно меняющихся условиях невозможно без управления процессом достижения конечных целей и результатов его деятельности, иными словами, без управления прибылью. Управление прибылью представляет собой процесс выработки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам её формирования с учётом временного ограничения. В работе сформулированы определённые принципы, соблюдение которых является основным условием эффективности системы управления прибылью.

В целях совершенствования организационного обеспечения системы управления прибылью на предприятиях торговли представлена модель двухуровневой системы управления прибылью на базе центров ответственности, которая при выполнении определённых условий позволяет максимизировать в конечном итоге совокупные доходы предприятия.

Неотъемлемой частью системы управления прибылью является контроллинг, призванный обеспечить оптимизацию прибыли предприятия с учётом гарантии ликвидности. Предпосылкой организации конроллинга на предприятии является экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности, проводимый систематически. В работе дана характеристика контроллинга, рассмотрены три уровня его реализации в зависимости от размера и структуры предприятия, организации системы управления прибылью и в общем виде определены основные этапы организации контроллинга на предприятии.

Основу механизма системы управления прибылью конкретного предприятия составляет определение и анализ отдельных факторов, увязывающих текущую и предстоящую деятельность, и в результате чего позволяющих выявлять резервы повышения уровня рентабельности. Представленная методика изучения факторов, влияющих на уровень рентабельности торгового предприятия, в зависимости от организационной структуры системы управления прибылью является общей и может служить базой при разработке частной детаяизированной) методики факторного анализа рентабельности.

Механизм действия системы управления прибылью в целом зависит от степени управляемости затратами, поскольку эффективность деятельности предприятия определяется постоянным сопоставлением расходов и полученных результатов. Задача экономического анализа состоит в выявлении фактов неэффективного использования издержек, а также в поиске возможностей приспособления их структуры и уровня к постоянно меняющимся экономическим условиям. В этой связи большое значение придаётся классификации издержек. Количество признаков классификации свидетельствует о степени аналитичности информации. Предлагаемая комплексная классификация издержек обращения по различным критериям учитывает характер самой сферы обращения как сферы ценообразования и характер факторов, влияющих на величину затрат. Такая классификации позволяет проводить объективный анализ издержкоёмкости, возможности которого рассматриваются в данном исследовании с различных позиций.

Прибыль торгового предприятия в основном определяется прибылью от реализации товаров, управление процессом формирования которой сводится, прежде всего, к ценовой политике, заключающейся в разработке системы дифференцированных торговых надбавок на реализуемые товары и управлении ценами в зависимости от изменения ситуации на товарном рынке. В работе определены и обоснованы требования к ценовой политике, а также рассмотрены основные подходы к формированию цены. Уровневое прогнозирование в системе управления прибылью предприятия за счёт разработки альтернативных вариантов обеспечивает возможность оценки пределов снижения цен в зависимости от влияния различных рыночных факторов. Формирование цены начинается с калькуляции издержек, что обусловило применение ситуационного планирования и определение направлений совершенствования анализа издержкоёмкости с целью повышения рентабельности.

## Заключение диссертации по теме "Бухгалтерский учет, контроль и анализ хозяйственной деятельности", Мелентьева, Валентина Васильевна

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Прибыль - наиболее сложная и многогранная экономическая категория. До сих пор экономисты используют понятие «прибыль» в самых различных значениях, по-разному определяя её источники и факторы роста. Каждая точка зрения раскрывает какую-то одну сторону сущности прибыли, среди которых следует отметить: 1) прибьшь - доход, получаемый от использования соответствующих факторов производства; 2) прибыль — своеобразное вознаграждение за коммерческий риск в условиях несовершенной рыночной структуры; 3) прибыль - монополистический доход; 4) прибыль - доход, получаемый с помощью технических и технологических нововведений и усовершенствований; 5) прибыль - дополнительный доход за счёт доступных инвестиционных возможностей; 6) прибыль - общественно признанный результат, полученный благодаря инициативе при благоприятных обстоятельствах; 7) прибыль - результат взаимодействия труда и капитала ( при условии сохранения капиталом первоначальной стоимости). Такое многообразие мнений подтверждает, что поиск единственно правильного определения прибыли далеко не завершён. Поскольку прибыль является основным побудительным мотивом предпринимательскойдеятельности в рыночной экономике, то многие современные экономисты уделяют внимание прежде всего способам оценки величины прибыли, не вникая глубоко в сущность этого показателя.

2. Торговая деятельность возникла в процессе углубления общественного разделения труда. Труд работников торговли не является производительным с позиции производства конкретного товара, но с позиции производства определённой полезности он носит производительный характер. Современное производство товаров обусловило достаточно весомое разделение труда в общественном масштабе и повысило роль торговли как сферы обращения товаров, поскольку для производителей с экономической точки зрения интересно производство только при условии полной реализации произведенного продукта. В такой ситуации задача торговли концентрируется исключительно на услугах по реализации товаров. В соответствии с принятой международной практикой услуга представляет собой товар в форме полезного действия. Отсюда, труд работников сферы обращения связан с производством услуг и является производительным, что позволяет утверждать о самостоятельном существовании прибавочной стоимости сферы обращения как источника формирования торговой прибыли.

3. Торговля в результате экономических реформ оказалась первой отраслью народного хозяйства, в которой завершилась приватизация. Но сама по себе предпринимательская деятельность не гарантирует обязательное получение положительного результата - прибыли. На практике способом обеспечения эффективного хозяйствования является коммерческий расчёт. Коммерческий расчёт - это целевой расчёт, ориентированный на достижение заданной величины прибыли, построенный на научно обоснованном выборе рационального использования потенциальных возможностей предприятия в зависимости от конъюнктуры рынка. Реализация коммерческого расчёта в рамках основной деятельности торгового (розничного) предприятия предполагает трёхуровневую систему: 1) прогнозирование уровня фирменных цен на товары в зависимости от приоритетности стратегических и тактических целей фирмы; 2) дифференциация ценовой политики в разрезе товарных групп и формирование конкретного уровня цен на товары; 3) формирование механизма своевременной корректировки уровня цен на товары. Многоуровневая система организации коммерческого расчёта позволяет его моделировать в зависимости от уровня управленияприбылью.

4. Переходный характер современной российской экономики и отсутствие опыта хозяйствования в непростой и постоянно меняющейся рыночной ситуации привели к тому, что на практике коммерческий расчёт сводится к коммерческому ценообразованию. В таких условиях цена выступает основным показателем, определяющим доход предприятия. При рыночном ценообразовании цены на товары определяются ихсобственниками. Продвижение товара по каналам сбыта порождает необходимость установления цен для каждого последующего звена. Для этого обычно используются такие инструменты, как торговая надбавка, наценка или скидка, которые по сути являются «ценой» сферы обращения. Как указывалось ранее, сфера обращения занята производством услуг, поэтому все методы затратного ценообразования в равной степени применимы и для торговли. При этом следует отметить, что нет универсальных подходов к ценообразованию, каждому присущи те или иные положительные и отрицательные моменты. Однако, зачастую в торговле расчёт продажной цены ограничен жёсткими рамками: либо по причинам конкуренции (заранее известна предельная цена, которую невозможно превысить), либо при организации фирменнойторговли (ориентировочные цены производителя становятся для продавца предельными продажными ценами). Объективной причиной, обусловливающей выбор метода ценообразования, является цель, которую преследует предприятие. Тем не менее, любая цель деятельности каждого предприятия сводится к прибыли.

5. Прибыльность является обязательным условием деятельности любого предприятия. Комплексный и системный подход к изучению вопросов формирования прибыли торгового предприятия требует классификации её видов. Основные виды прибыли в зависимости от условий её формирования можно классифицировать следующим образом: 1) экономическая и бухгалтерская прибыль (объём издержек обращения); 2) максимально возможная прибыль, нормативная прибыль, минимально допустимая прибыль, упущенная прибыль, убыток (значение итогового результата); 3) прибыль инвесторов, прибыль собственников, прибыль кредиторов (собственность на ресурсы); 4) прибыль от торговой деятельности, прибыль от инвестиционной деятельности, прибыль от финансовой деятельности (вид деятельности); 5) прибыль предприятия, консолидированная прибыль, прибыль от одной сделки, торговая прибыль по товарной группе, прибыль структурного подразделения, прибыль от делового сотрудничества с контрагентом (объём деятельности); 6) нормализованная прибыль, чрезвычайная прибыль, сезонная прибыль (регулярность формирования); маржинальная и валовая прибыль (система учёта издержек); 7) прибыль базисного периода, прибыль предшествующего периода, прибыль отчётного периода, прогнозируемая прибыль (рассматриваемый период формирования прибыли); 8) номинальная и реальная прибыль (инфляционные процессы в экономике); 9) налогооблагаемая прибыль по полной налоговой ставке, налогооблагаемая прибыль по льготной налоговой ставке, прибыль, не подлежащая налогообложению (требования налогового законодательства).

6. Анализ формирования прибыли начинается с постановки цели его осуществления, которая определяет круг задач и ограничительные условия для выявления их приоритетности. Широкий спектр задач предопределяет многообразие основных элементов системы анализа формирования прибыли торгового предприятия, что обусловливает необходимость их классификации по видам: 1) горизонтальный анализ (сравнение показателей отчётного периода с соответствующими показателями предшествующего периода, с плановыми показателями, с показателями аналогичного периода прошлого года); 2) вертикальный анализ (структурный анализ балансовой прибыли по учётным источникам формирования, по сферам деятельности, структурный анализ прибыли от реализации товаров по структурным подразделениям, по товарным группам); 3) трендовый анализ (анализ показателей предприятия за ряд периодов, показателей структурных подразделений предприятия за ряд периодов, показателей по товарным группам за ряд периодов, анализ сезонных колебаний уровня прибыльности предприятия); 4) рейтинговый анализ (сравнение показателей предприятия со среднеотраслевыми, с показателями конкурентов, с показателями деловых партнёров, с соответствующими показателями его структурных подразделений, с показателями по товарным группам); 5) факторный анализ (факторный анализ прибыли от реализации товаров, прибыли по системе директ-костинг, прибыли от реализации товаров по товарным группам, рентабельности предприятия, анализ компенсационных соотношений факторов, рыночной ситуации, оценка учётной политики предприятия); 6) оценка качества прибыли (анализ стабильности доходов, резервов увеличения прибыли и рентабельности и степени их использования, вероятности возникновения рисков и размера возможных финансовых потерь); 7) прогнозный анализ (разработка бюджета, бизнес-плана, нормативно-справочных показателей, предварительный анализ прибыльности отдельной торговой сделки, оценка погрешности ожидаемых результатов при прогнозах).

7. Для объективной оценки деятельности предприятия с позиции всех заинтересованных субъектов рыночных отношений чрезвычайно важна проблема качества прибыли. Качество прибыли отражает, насколько для данной организации является характерным (стабильным) достигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных резервов для его достижения. Известно, что отсутствие стабильности отражает рискованность бизнеса. Учитывая, что резервы определяют собой возможность наиболее полного и рационального использования экономического потенциала предприятия, можно предположить, что высокая степень их реализации выступает своеобразным гарантом стабильности. Поскольку источники резервов неисчерпаемы (согласно экономической теории), то имеет смысл говорить и о неограниченности роста качества прибыли.

8. Одним из важнейших оценочных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий служит рентабельность, которая отражает, насколько эффективно предприятие использует свои средства в целях получения прибыли. Показатели рентабельности представляют собой соотношение прибыли предприятия и факторов, которые являются по сути предпосылками её возникновения. Возможные сочетания прибыли с влияющими на неё факторами дают в итоге множество показателей рентабельности, различных не только по задачам и содержанию, но и по использованию исходных показателей прибыли. Факт отсутствия в экономической литературе единой терминологии и методик расчёта показателей рентабельности обуславливает необходимость их классификации в зависимости от целей анализа: 1) рентабельность продаж (показатель рентабельности продаж - норма общей прибыльности, показатель рентабельности продаж собственников, показатель рентабельности продаж кредиторов, показатель рентабельности продаж всех инвесторов, показатель рентабельности продаж при маржинальном подходе); 2) рентабельность деятельности (показатель рентабельности торговой деятельности, показатель рентабельности инвестиционной деятельности, показатель рентабельности финансово-хозяйственной деятельности); 3) рентабельность капитала (показатель рентабельности активов, показатель рентабельности инвестированного капитала, показатель рентабельности собственного капитала, показатель рентабельности заёмного капитала); 4) рентабельность других ресурсов (показатель рентабельности хозяйственных средств, показатель рентабельности экономического потенциала, показатель рентабельности основных средств, показатель прибыльности 1 кв. м торговой площади, показатель рентабельности оборотных средств, показатель рентабельности средств на оплату труда, показатель рентабельности расходов на оплату труда, показатель прибыльности труда одного работника).

9. Все показатели для оценки эффективности деятельности предприятия ориентированы на прибыль. Однако, новая экономическая действительность обусловила появление новых показателей, которые обеспечивают анализ рентабельности с учётом соблюдения принципа долгосрочного существования — сохранения ликвидности предприятия. Для управления ликвидностью в качестве одного из показателей используется поток денежных средств (Cash-flow), который с ограничениями является также показателем оценки уровня доходов предприятия. Он показывает, в каком объёме предприятие может получить финансовые средства в результате хозяйственной деятельности в виде чистой прибыли и затрат, которые не являются выплатами. Cash-flow применяют и в анализе прибыли, то есть с его помощью определяют показатели рентабельности. Рентабельность оборота по Cash-flow показывает, какая доля товарооборота находится в свободном распоряжении предприятия для финансирования инвестиций, погашения долгов и выплаты дивидендов. Отношение Cash-flow к совокупному капиталу показывает, какая доля средств принимается в расчёт при распределении прибыли, учитывая потребности в инвестиции и средствах для погашения задолженности. Cashflow имеет большое значение в финансовом анализе, так как даёт информацию о возможных внутренних источниках финансирования и показывает доходность предприятия за определённый период отчётливее, чем прибыль.

10. При исследовании рентабельности торговых предприятий на различных этапах анализа используются разнообразные методические приёмы и способы, от правильного выбора которых напрямую зависит качество результатов анализа. В качестве основных требований, которыми следует руководствоваться при выборе того или иного способа, можно назвать следующие общеэкономические принципы: целенаправленность, объективность, эффективность и оптимальность. С практической точки зрения классификацию методических способов и приёмов анализа рентабельности торгового предприятия следует рассматривать в зависимости от востребованности возможностей экономического анализа: 1) способы и приёмы, обеспечивающие аналитическое прочтение экономической информации (сравнение и группировка); 2) способы, обеспечивающие измерение влияния факторов в детерминированном факторном анализе (цепные подстановки, абсолютные разницы, относительные разницы, интегральный и логарифмирования); 3) способы, обеспечивающие моделирование экономических процессов на предприятии с целью изучения стохастических взаимосвязей, обоснования управленческих решений, прогнозирования экономических показателей ( математические методы). Однако, в процессе экономического анализа рентабельности ни один из рассмотренных способов и приёмов не применяется в чистом виде.

11. Рентабельность складывается под действием многочисленных факторов, которые также находятся во взаимодействии друг с другом. На практике лишь некоторые факторы имеют реальные предпосылки их формализации, то есть специфика российской экономики на данном этапе (когда влияние внешних факторов на деятельность предприятий весьма значительно) предопределяет большую вероятность того, что в будущем исследуемые величины не только не сохранят форму корреляции, но и вообще не будут коррелировать. Реальность математической модели зависит от уровня сложности структуры рассматриваемого процесса, поэтому рентабельность целесообразно рассматривать как некую единую целостность отдельных комплексных факторов деятельности предприятия. В таком случае моделирование некоторых из них позволяет так или иначе управлять рентабельностью (например, анализ издержек обращения).

Эффективное использование математического оптимизационного моделирования возможно только на основе чёткого определения места и роли линейного программирования в экономическом анализе рентабельности предприятия. Анализ полученного в работе результата показывает, что оптимальное решение в рамках одной модели достигается в первую очередь за счёт существенных упрощений сущности и связей экономических процессов, составляющих деятельность торгового предприятия. Поэтому только в отдельных случаях относительно простые (с точки зрения сложности управляемых процессов) модели могут соответствовать реальным условиям хозяйствования. Таким образом, математические методы необходимо отнести к специфическим способам и приёмам, обеспечивающим лишь частный подход к анализу рентабельности. Недопустимо ради использования этих методов чрезмерно упрощать (искажать) условия формирования прибыли. С другой стороны, при анализе деятельности предприятий всегда необходимо учитывать все возможности применения формализованных методов как основу для научно обоснованного прогнозирования.

12. Долговременное и эффективное функционирование предприятия в постоянно меняющихся условиях невозможно без управления процессом достижения конечных целей и результатов его деятельности, иными словами, без управления прибылью. Управление прибылью связано с текущей деятельностью, непрерывность которой обуславливает организацию системы управления прибылью. Основным условием эффективности системы управления прибылью является соблюдение следующих принципов: 1) принцип необходимости; 2) принцип интеграции; 3) принцип постоянства; 4) принцип комплексности; 5) принцип эффективности; 6) принцип оптимальности; 7) принцип динамизма; 8) принцип ответственности; 9) принцип информационной обеспеченности; 10) принцип согласованности целей системы управления прибылью и стратегических целей развития предприятия. Управление прибылью представляет собой процесс выработки и принятия управленческих решений по всем основным аспектам её формирования с учётом временного ограничения. Такое ограничение имеет важное стратегическое значение, поскольку достижение определённого результата или создание предпосылок для его достижения требует необходимого периода времени. Поэтому управление прибылью должно иметь предварительный характер, то есть выявлять тенденции развития событий и соответственно реагировать на них.

13. Система управления прибылью с организационной точки зрения представляет собой взаимосвязанную совокупность структурных подразделений предприятия, обеспечивающих разработку и принятие управленческих решений по отдельным вопросам формирования прибыли и несущих ответственность за результаты этих решений. В целях совершенствования организационного обеспечения системы управления прибылью на предприятиях торговли целесообразно использование двухуровневой системы: первый уровень - аппарат управления предприятием в целом, второй уровень - структурными подразделениями (товарными отделами). При этом специфика деятельности торговых предприятий позволяет определить первый уровень управления как центр инвестиций; основой второго уровня являются либо центры затрат, либо центры прибыли в зависимости от размера и организационной структуры конкретного предприятия. Создание центров ответственности ведёт к децентрализации управления прибылью, что при правильно распределённой ответственности между всеми организационными уровнями системы управления прибылью позволяет максимизировать в конечном итоге совокупный доход предприятия.

14. В составе механизмов управления прибылью важная роль отводится контроллингу, функция которого изначштьно состоит в обеспечении руководителя предприятия информацией, сориентированной на конечный результат - прибыль. Предпосылкой организации контроллинга на предприятии является экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности, проводимый систематически. В зависимости от размера предприятия, его организационной структуры, организации системы управления прибылью различают три уровня реализации контроллинга на предприятии. Первый уровень подразумевает классификацию, агрегирование и упорядочение данных бухгалтерского учёта таким образом, чтобы они отражали экономическую характеристику деятельности предприятия. Второй уровень предполагает не только анализ экономической информации, но и разработку проектов управленческих решений. Третий уровень формирует концепции эффективного управления с преобладанием элементов планирования.

Контроллинг в общем виде является основой системы управления прибылью и его организация на предприятии включает следующие этапы: 1) определение целей и задач контроллинга; 2) определение видов и сфер контроллинга; 3) формирование системы информативных показателей по каждому виду контроллинга; 4) разработка технологии обработки и представления управленческой информации; 5) разработка и документальное закрепление схемы взаимоотношений контроллинга со структурными подразделениями и службами управления; 6) определение обязанностей, прав и ответственности контроллера, разработка должностной инструкции.

15. Рентабельность торгового предприятия может изменяться в любую сторону, но независимо от этого система управления прибылью ориентирована исключительно на повышение уровня рентабельности, которое должно достигаться только за счёт повышения эффективности работы предприятия. Специфика и различие внешних и внутренних условий хозяйствования каждого конкретного предприятия не позволяют выработать единую модель оптимизации факторов, влияющих на рентабельность, которая носила бы универсальный характер. Поэтому общую методику изучения факторов, влияющих на уровень рентабельности торгового предприятия, следует строить в зависимости от организационной структуры системы управления прибылью. & этом случае результаты действия целого ряда факторов рассматриваются по сферам ответственности за конечные результаты деятельности. В то же время схема факторной системы показателей рентабельности носит комплексный и системный характер. Таким образом, контроллинг может использовать указанную схему как для формирования текущей управленческой информации, так и для выявления существующих и потенциальных резервов повышения рентабельности предприятия.

16. Механизм действия системы управления прибылью в целом зависит от степени управляемости затратами, поскольку эффективность деятельности определяется постоянным сопоставлением расходов и полученных результатов. Издержки можно измерять и рассчитывать различными способами, а значит, их структура должна быть построена таким образом, чтобы была возможность отследить влияние на общую сумму каждой составляющей. В этой связи большое значение придаётся классификации издержек, учитывающей характер сферы обращения как сферы ценообразования и характер факторов, влияющих на величину затрат. Количество признаков классификации свидетельствует о степени аналитичности информации. Комплексная классификация издержек обращения по различным критериям может быть представлена в следующем виде: по экономическим элементам (материальные, на оплату труда, на социальные нужды, амортизация, прочие); по статьям номенклатуры; по назначению (основные и накладные); по возможности отнесения на конкретные результаты деятельности (прямые и косвенные); по степени эластичности к объёму товарооборота (постоянные, условно-постоянные, смешанные, условно-переменные и переменные); по степени взаимосвязи с товарооборотом (пропорциональные, прогрессивные и дегрессивные); по степени влияния на финансовое состояние (издержки расходного характера и издержки нерасходного характера); по периодичности возникновения (текущие, дискреционные, единовременные); по составу (одноэлементные и комплексные); по степени воздействия на общую сумму издержек (регулируемые и нерегулируемые); по отношению к системе контроля (контролируемые и неконтролируемые); по возможности охвата планом (планируемые и непла-нируемые); по времени исчисления (фактические и плановые); по степени влияния на налогообложение (нормируемые и ненормируемые); по целесообразности расходования (эффективные и неэффективные); по отношению к реализованным товарам (издержки, приходящиеся на реализованные товары, истекшие и издержки, приходящиеся на остаток товаров, - входящие); по степени агрегирования (общие, издержки ассортиментной группы, издержки группы товаров, издержки единицы товара); по центрам ответственности (издержки структурного подразделения, издержки предприятия); по степени влияния инфляции на сопоставимость аналитических данных (номинальные и реальные).

17. Одной из важнейших предпосылок организации анализа соотношения между издержками, объёмом товарооборота и прибылью является классификация издержек торгового предприятия по степени эластичности к объёму товарооборота на постоянные и переменные, сущность которой проявляется в том, что постоянные издержки характеризуют эффективность управления, а переменные - хозяйственнуюактивность, связанную с изменением объёма товарооборота. Поэтому при анализе издержек важно учитывать места их возникновения, что даст возможность предусмотреть ответственность не только за эти расходы, но и за прибыль предприятия.

18. Прибыль торгового предприятия в основном определяется прибылью от реализации товаров, управление процессом формирования которой сводится, прежде всего, к ценовой политике, заключающейся в разработке системы дифференцированных торговых надбавок на реализуемые товары и управлении ценами в зависимости от изменения ситуации на товарном рынке. Ценовая политика предприятия должна формироваться с учётом следующих основных требований: 1) требование прибыльности торговой деятельности; 2) требование согласованности с приоритетными целями осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятия; 3) требование регламентации затрат; 4) требование ориентации на товарный рынок; 5) требование гибкости для обеспечения конкурентоспособности; 6) требование дифференцированного подхода в разрезе товарных групп; 7) требование высокого динамизма; 8) требование активности; 9) требование законности.

19. Различие внешних и внутренних условий хозяйственной деятельности предприятий не позволяет разработать единую формализованную модель цены, которая носила бы универсальный характер. Поэтому на практике ценообразование, главным образом, зависит от искусства менеджеров и обусловлено тем, что основным фактором является уровень спроса, а ограничительным - уровень издержек. Тем не менее, формирование цены начинается с калькуляции издержек, поскольку только она может дать наиболее достоверную информацию об издержках с целью оценки возможных пределов снижения цен в зависимости от влияния различных рыночных факторов, то есть обеспечивает уровневое прогнозирование цены по трём точкам: максимальная, вероятная и минимальная.

20. При анализе деятельности предприятий розничной торговли большое значение имеет выбор базового показателя для оценки результатов торговой деятельности, в качестве каковых могут выступать товарооборот или валовой доход. Это обусловлено необходимостью учитывать различия в темпах прироста товарооборота и валового дохода. Эффективность контроллинга в системе управления прибылью торгового предприятия повысится, если изменить взгляд на методологию анализа условий формирования розничной цены. Включение покупной стоимости товара в состав переменных затрат позволит рассматривать торговлю, во-первых, как отрасль, производящую услуги, наравне с другими производственными отраслями, и, во-вторых, как сферу ценообразования. Отсюда, понятие валового дохода приобретает новый экономический смысл и численно отождествляется с товарооборотом. Но при этом следует подчеркнуть, что данное предложение лишь преследует цель расширения возможностей анализа формирования прибыли и не предполагает отмены торговой надбавки как ценообразующего фактора розничной торговли.

## Список литературы диссертационного исследования кандидат экономических наук Мелентьева, Валентина Васильевна, 2000 год

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.

2. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. № 2116-1 «О налоге на прибыль предприятий и организаций» (в ред. Федеральных законов от 31.07.98 № 141-ФЗ и № 143-Ф3).

3. Федеральный закон от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учёте» (в ред. Федерального закона от 23.07.98 № 123-Ф3).

4. Положение по ведению бухгалтерского учёта и отчётности в Российской Федерации (утв. приказом Минфина РФ от 29.07.98 № 34н).

5. Положение по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчётность организации» ПБУ 4/96 (утв. приказом Минфина РФ от 06.07.99 № 43н).

6. Положение по бухгалтерскому учёту «Доходы организации» ПБУ 9/99 (утв. приказом Минфина РФ от 06.05.99 № 32н).

7. Положение по бухгалтерскому учёту «Расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. приказом Минфина РФ от 06.05.99 № ЗЗн).

8. Приказ Минфина РФ от 12 ноября 1996 г. № 97 «О годовой бухгалтерской отчётности организаций».

9. Инструкция Госналогслужбы России от 10 августа 1995 г. № 37 «О порядке исчисления и уплаты в бюджет налога на прибыль предприятий и организаций».

10. Методические положения по оценке финансового состояния предприятий и установлению неудовлетворительной структуры баланса (уте. распоряжением ФУДН от 12.08.94 № 31-р).1. МП

11. Методические рекомендации по разработке финансовой политики предприятия (утв. приказом Министерства экономики РФ от 01.10.97 № 118).

12. Акофф Р. Л. Планирование будущего корпорации/Пер. с англ. М.: Прогресс, 1985.

13. Анализ и обоснование хозяйственных решений/Б. И. Майданчик, М. Г. Карпунин, Я. Г. Любинецкий и др.. М.: Финансы и статистика, 1991.

14. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: Учебник/ Л. А. Богдановская, Г. Г. Виногоров, О. Ф. Мигун и др.; Под общ. ред. В. И. Стражева. 2-е изд., стереотип. - Минск: Выш. шк., 1996.

15. Анташов В. А., Уварова Г. В. Экономический советник менеджера: Учебно-практическое пособие. Минск: «Финансы, учёт, аудит», 1996.

16. Астахов В. П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством. М.: Издательство «Ось-89», 1996.

17. Аудит предприятия. Методология аудиторской проверки хозяйственно-финансовой деятельности предприятия: Учеб. пособие/Сост. В. В. Ни-тецкий, Н. Н. Кудрявцев. М.: Дело, 1996.

18. Бабо А. Прибыль: Пер. с франц./Общ. ред. и коммент. В. И. Кузнецова. -М.: А/О Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1993.

19. Баканов М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учеб. для торг. вузов. М.: Экономика, 1990.

20. Баканов М. И. Издержки товарного обращения в СССР. М.: Госторгиздат, 1959.

21. Баканов М. И. О природе торговой прибыли//Советская торговля. -1977,-№2.

22. Баканов М. И. О рентабельности в розничной торговле//Советская торговля. 1965. -№ 10.

23. Баканов М. И. О хозяйственном расчёте в торговле/Советская торговля. 1968.-№ 11.

24. Баканов М. И. Прибыль и экономическое стимулирование//Совет-ская торговля. 1975. - № 6.

25. Баканов М. И. Проблемы хозрасчёта, самоокупаемости и самофинан-сирования//Советская торговля. 1988. - № 8.

26. Баканов М. И. Рентабельность торговли и резервы её повышения. -М.: Экономика, 1978.

27. Баканов М. И., Капелюш С. М. Калькуляция издержек обращения в торговле. -М.: Экономика, 1987.

28. Баканов М. И., Мелентьева В. В. Оценка качества прибыли торгового предприятия//Аудит и финансовый анализ. 1999. - № 4.

29. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа: Учебник. 4-е изд., доп. и перераб. - М.: Финансы и статистика, 1997.

30. Балабанов И. Т., Степанов В. Н., Эйбшиц Е. В. Анализ расчёта рентабельности продукции//Бухгалтерский учёт. 1996. - № 3.

31. Банди Б. Основы линейного программирования. М.: Радио и связь,1989.

32. Баумоль У. Экономическая теория и исследование операций: Пер. с англ. -М.: Прогресс, 1965.

33. Белов В. С., Селезнева Н. П., Скоблева И. П. Управление прибылью: Проблемы выбора, принятие финансовых решений. С.-Петербург: Приоритет, 1996.

34. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности: Пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1996.

35. Бланк И. А. Управление прибылью. Киев: «Ника-Центр», 1998.

36. Богатко А. Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. -М.: Финансы и статистика, 1999.

37. Богачев Н. В. Прибыль?'. О рыночной экономике и эффективности капитала. -М.: Финансы и статистика, 1993.

38. Божко О. В., Лазарев В. В. Разгосударствление предприятий й рынок /Под ред. проф. Куликова А. Г. М.: Финансы и статистика, 1992.

39. Бромвич М. Анализ экономической эффективности капиталовложений/Пер. с англ. -М.: ИНФРА-М, 1996.

40. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование: Учебник. М.: ИНФРА-М, 1999.

41. Бухгалтерский учёт: Учебник /П. С. Безруких, В. Б. Ивашкевич, Н. П. Кондраков и др.; Под ред. П. С. Безруких. 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Бухгалтерский учёт, 1996.

42. Васильева Н. Э., Козлова Л. И. Формирование цены в рыночных условиях. М.: АО «Бизнес-Школа «Интел-Синтез», 1995.

43. Вебер М. Коммерческие расчеты от А до Я. Формулы, примеры расчетов и практические советы./Пер. с нем. М.: Издательство «Дело и Сервис», 1999.

44. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Пер. с дат. М.: Высшая школа, 1994.

45. Гайдар Е. Т., Кошкин В. И. Хозрасчет и развитие хозяйственной самостоятельности предприятий. -М.: Экономика, 1984.

46. Герасименко В. В. Ценовая политика фирмы. М.: Финстатинформ,1995.

47. Герчикова И. Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. М.: Издательство АО «Консалтбанкир», 1996.

48. Грабовецкий Б. Е., Погомий В. М. Маркетинг и экономический анализ//Бухгалтерский учет. 1991. - № 5.

49. Грузинов В. П., Грибов В. Д. Экономика предприятия. М.: ИЭП,1996.

50. Дегтяренко В. Г. Основы логистики и маркетинга. Ростов н/Д: Экспертное бюро, М.: Гардарика, 1996.

51. Деловое планирование: Учебное пособие/Под ред. В. М. Попова. -М.: Финансы и статистика, 1997.

52. Денисова И. П. Цены и ценообразование: Учебное пособие. М.: «Экспертное бюро - М», 1997.

53. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ бухгалтерской отчетности. -М: Изд-во «ДИС», 1998.

54. Друри К. Введение в управленческий и производственный учёт: Пер. с англ./Под ред. С. А. Табалиной. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1994.

55. Ефимова О. В. Прогнозный баланс торгового предприятияУ/Бухгал-терский учёт. 1996. - № 8.

56. Ефимова О. В. Финансовый анализ. М.: Бухгалтерский учёт, 1996.

57. Захаров И. В. Анализ и планирование прибыли торговых предприятий и потребительских обществ. — М.: 1997.

58. Зудилин А. П. Анализ хозяйственной деятельности предприятий развитых капиталистических стран. 2-е изд. - Екатеринбург: «Каменный пояс», 1992.

59. Ивашкевич В. Б. Использование данных учета издержек для обоснования заказов и цен//Бухгалтерский учет. 1992. - № 2.

60. Ивашкевич В. Б. Контроллинг: сущность и назначение//Бухгал-терский учет. 1991. - № 7.

61. Ивашкевич В. Б., Зайцев С. Н. Контроллинг на предприятиях Федеративной республики Германии//Бухгалтерский учёт. 1996. - № 10.

62. Ивашкевич В. Б., Ивашкевич А. И. Контроллинг: экзотика или необходимость? //Бухгалтерский учёт. 1996. - № 7.

63. Исследование операций в экономике: Учебн. пособие для вузов /Н. Ш. Кремер, И. М. Тришин, М. Н. Фридман; Под ред. проф. Н. Ш. Кремера. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

64. Как читать финансовый отчет: Пер. с англ. -М.: «Дело», 1992.

65. Карлоф Б. Деловая стратегия/Пер. с англ. М.: Экономика, 1991.

66. Карпова Т. П. Основы управленческого учета: Учебное пособие. -М.: ИНФРА-М, 1997.

67. Ковалев А. И., Привалов В. П. Анализ финансового состояния предприятия. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Центр экономики и маркетинга, 1997.

68. Ковалев А. П. Финансовый анализ и диагностика банкротства: Учебное пособие. -М.: Экономическая академия, 1994.

69. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 1998.

70. Кодацкий В. П. Ваша прибыль в условиях рынка. М.: Финансы и статистика, 1994.

71. Количественные методы финансового анализа/Под ред. С. Дж. Брауна и М. П. Крицмена: Пер. с англ. М.: ИНФРА-М, 1996.

72. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.

73. Кофман А. Методы и модели исследования операций/Пер. с франц. -М. : Мир, 1966.

74. Кохно П. А., Микрюков В. А., Комаров С. Е. Менеджмент. М.: Финансы и статистика, 1993.

75. Кравченко JT. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учеб. для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. - Минск: Вышэйшая школа, 1995.

76. Крейнина М. Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле. -М.: АО «ДИС», «МВ-Центр», 1994.

77. Крылова Т. Б. Выбор партнёра: анализ отчётности капиталистического предприятия. — М.: Финансы и статистика, 1991.

78. Крыньский X. Э. Математика для экономистов: Пер. с польск. В. Д. Меникера/Под ред. М. И. Баренгольца. — М.: Статистика, 1970.

79. Куксов А. Планирование деятельности предприятия//Экономист. -1996.-№6.

80. Кульман А. Экономические механизмы/Пер. с франц. М.: Прогресс, 1993.

81. Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование: Учебник для вузов. -М.: Издательство БЕК, 1997.

82. Литвин М. И. О факторном методе планирования прибыли и рента-бельности//Финансы. 1992. - № 2.

83. Лорин А. И. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности фирмы. — М.: Международные отношения, 1993.

84. Мазурова И. И., Романовский М. В. Условия прибыльной работы предприятия. С.-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 1992.

85. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления. М.: Финансы и статистика, 1992.

86. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика./Пер. с англ. 11-го изд. М.: Республика, 1992. - В 2-х томах.

87. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих. — М.: Финансы и статистика, 1992.

88. Маршалл А. Принципы экономической науки: Пер. с англ. М., Издательская группа «Прогресс», 1993. - В 2-х томах.

89. Мелентьева В. В. Анализ рентабельности торговых предприятий //Аудитор. 1999. -№ 9, 10.

90. Мишарин Ю. Определение оптимальных экономических показателей/Аудитор. 1997. - № 6.

91. Мюллендорф Р., Карренбауэр М. Производственный учёт. Снижение и контроль издержек. Обеспечение их рациональной структуры: Пер. с немецкого М. И. Корсакова. -М.: ЗАО «ФБК-ПРЕСС», 1996.

92. Наринский А. С., Гаджиев Н. Г. Контроль в условиях рыночной экономики. -М.: Финансы и статистика, 1994.

93. Неруш Ю. М. Коммерческая логистика: Учебник для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

94. Нидлз Б., Андерсон X., Колдуэлл Д. Принципы бухгалтерского учёта: Пер. с англ. /Под ред. Я. В. Соколова. 2-е изд., стереотип. - М.: Финансы и статистика, 1997.

95. Николаева С. А. Особенности учета затрат в условиях рынка: система «директ-костинг»: Теория и практика. -М: Финансы и статистика, 1993.

96. Новиков Н. Ценообразование в переходный период//Экономист. -1996. -№3.

97. Палий В. Ф. Основы калькулирования. М.: Финансы и статистика,1987.

98. Палий В. Ф. Хозрасчётный доход и самофинансирование: Вопросы учёта и анализа. М. : Финансы и статистика, 1990.

99. Панков Д. А. Бухгалтерский учёт и анализ в зарубежных странах: Учеб. пособие. Минск: ИП «Экоперспектива», 1998.

100. Пардаев А. Показатели, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность акционерных обществ, и их классификация//Аудитор. -1996.-№6.

101. Пардаев А. Совершенствование анализа финансового состояния акционерных обществ//Аудитор. 1996. -№ 8.

102. Патров В. В. Бухгалтерский учёт товарных операций. 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Бухгалтерский учёт, 1995.

103. Патров В. В., Ковалев В. В. Как читать баланс. 2-е изд., перераб. и доп. -М.: Финансы и статистика, 1993.

104. Пешкова Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. М.: «Ось-89», 1996.

105. Плановое ценообразование: Учебник/Под ред. С. И. Лунина. — М.: Высшая школа, 1986.

106. Пронский Л. М. Три источника прибыли (введение в общую теорию прибыли, рынка и денег). М.: Финансы и статистика, 1995.

107. Пунин Е. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях в условиях рыночной экономики/Под ред. Э. Е. Обминского. — М.: Международные отношения, 1993.

108. Рахман 3., Шеремет А. Бухгалтерский учёт в рыночной экономике. М.: ИНФРА-М, 1996.

109. Рейльян Я. Р. Аналитическая основа принятия управленческих решений. М.: Финансы и статистика, 1989.

110. Ришар Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия/Пер. с франц. под ред. Л. П. Белых. -М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997.

111. Родионова В. М., Федотова М. А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции. М.: Перспектива, 1995.

112. Романов А. Н., Лукасевич И. Я. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: Опыт зарубежных корпораций. М.: Финансы и статистика, Банки и биржи, 1993.

113. Рузавин Г. И. Основы рыночной экономики: Учебн. пособие для вузов. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.

114. Русак Н. А., Русак В. А. Основы финансового анализа. Минск: ООО «Меркаванне», 1995.

115. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. Минск: ИП «Экоперспектива», 1997.

116. Сайфулин Р. С. Экономико-математические методы в анализе хозяйственной деятельности. -М.: Финансы, 1978.

117. Самуэльсон П. Экономикс. М.: Прогресс, 1992. - В 2-х томах.

118. Сергеев А. А. Экономические основы бизнес-планирования. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.

119. Стоянова Е. С. Финансы маркетинга. -М.: Перспектива, 1994.

120. Стуков С. А. Экономический анализ и рынок//Бухгалтерский учет. -1991. -№ 3.

121. Терехов Л. Л., Куценко В. А., Сиднее С. П. Экономико-математические методы и модели в планировании и управлении. Киев: В ища школа, 1984.

122. Ткач В. И., Ткач М. В. Управленческий учёт: международный опыт. М.: Финансы и статистика, 1994.

123. Торвей Р. Индексы потребительских цен: Методологическое руководство/Международная организация труда: Пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 1993.

124. Трофимова JI. Методы обобщающей оценки эффективности деятельности торгового предприятия//Аудитор. 1996. - № 10.

125. Трофимова Л. Проблема формирования сравнительной оценки эффективности деятельности предприятия и пути её решения//Аудитор. -1996. -№ U.

126. Трофимова Л. Экономические показатели, используемые для оценки эффективности деятельности предприятия//Аудитор. 1996. - № 9.

127. Управленческий учет/Под ред. В. Палия и Р. Вандер Вила. М.: ИНФРА-М, 1997.

128. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика. — М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 1997.

129. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник/Под ред. Е. С. Стояновой. -М.: Перспектива, 1996.

130. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов/Г. Б. Поляк, И. А. Акодис, Т. А. Краева и др.; Под ред. Г. Б. Поляка, М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997.

131. Фольмут X. Й. Инструменты контроллинга от А до Я: Пер. с нем. /Под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. М.: Финансы и статистика, 1998.

132. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия//МэиМО. 1989.12.

133. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма: Пер. с англ. -М.: Издательство «Новости» при участии изд-ва «Catallaxy», 1992.

134. Хайман Д. Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. М.: Финансы и статистика, 1992.

135. Хеддервик К. Финансовый и экономический анализ деятельности предприятий /Международная организация труда: Пер. с англ. Д. П. Лукичева и А. О. Лукичевой/Под ред. Ю. Н. Воропаева. М.: Финансы и статистика, 1996.

136. Хейне П. Экономический образ мышления: Пер. с англ. М.: Издательство «Новости» при участии изд-ва «Catallaxy», 1993.

137. Хорнгрен Ч. Т., Фостер Дж. Бухгалтерский учет: управленческий аспект: Пер. с англ./Под ред. Я. В. Соколова. М.: Финансы и статистика,1995.

138. Ценообразование: Учеб. пособие для вузов/Всерос. Заоч. Фин.-экон. ин-т; И. К. Салимжанов, О. В. Португалова, Т. И. Рощина и др. ; Под ред. И. К. Салимжанова. 2-е изд., доп. - М.: АО «Финстатинформ», 1996.

139. Ценообразование и рынок/Под ред. Е. И. Пунина и С. Б. Рычкова. -М.: Прогресс, 1992.

140. Чедвик Л. Основы финансового учета/Пер. с англ. под ред. В. А. Микрюкова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

141. Челноков В. А. Банки: Букварь кредитования. Технологии банковских ссуд. Околобанковское рыночное пространство. — М.: АОЗТ «Антидор»,1996.

142. Чернов В. А. Анализ коммерческого риска/Под ред. М. И. Баканова. М.: Финансы и статистика, 1998.

143. Черчмен У., Акоф Р., Арноф Л. Введение в исследование операций/Пер. с англ. М.: Наука, 1968.

144. Четыркин Е. М. Методы финансовых и коммерческих расчетов. — 2-е изд., испр. и доп. М.: «Дело Лтд», 1995.

145. Чубаков Г. Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия. М. : Инфра-М, 1996.

146. Шеремет А. Д., Сайфулин Р. С. Методика финансового анализа. -М.: ИНФРА-М, 1995.

147. Шеремет А. Д., Суйц В. П. Аудит: Учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 1995.

148. Шим Джей К., Сигел Джоэл Г. Методы управления стоимостью и анализа затрат /Перевод с англ. М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996.

149. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия. М.: Финансы и статистика, 1997.

150. Шульман Е. И., Медова Н. В. Прибыль и рентабельность в торговле. -М.: Экономика, 1975.

151. Щедрин Н. И., Кархов А. Н. Экономико-математические методы в торговле: Учебное пособие для торг. вузов. М.: Экономика, 1980.

152. Щербинина Ю. Анализ прибыли//Бухгалтерский учёт.- 1998. № 7.

153. Экономика и статистика фирм: Учебник/В. Е. Адамов, С. Д. Ильенкова, Т. П. Сиротина и др.; Под ред. проф. С. Д. Ильенковой. М.: Финансы и статистика, 1996.

154. Энтони Р., Рис Дж. Учёт: ситуации и примеры: пер. с англ./Под ред. и с предисл. А. М. Петрачкова. М.: Финансы и статистика, 1993.

155. Brealey R. A., Myers S. С. Principles of Corporate Finance. 4th ed. -New York, 1991.

156. Dorward Neil. The Pricing Decision: Economic Theory and Business Practice. Harper & Row, 1987.

157. Finnerty J. D. Corporate financial analysis. New York, 1986.

158. Kendrick J. W. Improving company productivity/Kendrick J. W. In collab. With Aver, productivity center. Baltimor, 1984.

159. Parker R. Understanding Company Financial Statements-Penguin, 1988.

160. Rees B. Financial Analysis. Prentice Hall, 1990.

161. Sink D. S. Productivity management: planning, measurement and evalution, control and improvement. N. Y.: John Wiley and Sins, 1985.

162. Thompson Arthur A., Formby John P. Economics of the Firm: Theory and Practice. 6th ed. Englewodd Cliffs, 1993.