

ственных площадей. Однако необходимо учесть, что все рассмотренные направления реструктуризации не вызывают развитие производства, а скорее наоборот. Сложившееся сегодня положение на ОАО "Знамя индустриализации" диктует руководству предприятия необходимость проведения коренных преобразований. На данный момент фабрике очень необходим прилив капитала со стороны.

Предлагается создать совместное предприятие "Modern Style" на базе швейного цеха №7 ОАО "Знамя индустриализации" с привлечением частного капитала в лице ЗАО "КиС". Данное предприятие будет концентрировать свою деятельность на пошиве мужских курток из смесовых тканей. Указанный вид продукции сегодня пользуется довольно большим спросом у населения. При этом имя, торговая марка хорошо зарекомендовавшей себя на нашем рынке ЗАО "КиС" будет активно способствовать продвижению и сбыту изделий, производимых на организованном совместном предприятии. ОАО "Знамя индустриализации" вкладывает в СП оборудование, передает квалифицированных работников и предоставляет на условиях аренды производственные площади. Производственные расчеты показали, что такой вариант реструктуризации будет более эффективен, так как позволит ОАО "Знамя индустриализации" постоянно получать свою долю прибыли от деятельности СП. Кроме того, для ОАО "Знамя индустриализации" это явилось бы путем к дополнительному сокращению численности работающих без ущерба для самих рабочих: они просто переходят на баланс другой организации без потери рабочих мест. Это сегодня особенно актуально для фабрики, производственные мощности которой не загружены даже на половину. В то же время повышается мобильность производства.

Список литературы.

1. Влодимеж Ситко, Мешайкина Е.И. Реструктуризация промышленных предприятий. Белорусский экономический журнал. №4, 1999.
2. Заварзина Н. Реструктуризация как средство привлечения инвестиций. Экономика и жизнь. №41, 1997.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ

А. А. Кахро

*УО «Витебский государственный технологический
университет»*

Сложность определения эффективности функционирования фирменной торговли предопределяется разнородностью и неоднозначностью задач, выполняемых фирменным магазином. Поэтому результаты работы их трудно измерить и нередко они проявляются лишь в общих итогах.

При оценке эффективности работы фирменного магазина серьезным недостатком является тот факт, что к оценке работы фирменного магазина, как правило, подходят как и к оценке обычного розничного предприятия. Между тем эффективность функционирования фирменной торговли следует оценивать не только по экономическим результатам торгово-хозяйственной деятельности, но и с учетом выполнения ею определенных социальных функций.

Все показатели, используемые при оценке коммерческой деятельности торговых предприятий, можно разделить на две группы, оценивающие две экономические категории:

- экономический эффект;
- экономическая эффективность.

Для оценки эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности торгового предприятия чаще всего используют систему показателей.

Содержание показателей, привлекаемых для оценки хозяйственной ситуации, определяется жизненным циклом предприятия, его размером, временным аспектом планового горизонта, назначением анализа и другими параметрами.

Особенность системы показателей оценки коммерческой деятельности торговых предприятий применительно к условиям переходного периода заключается в том, что, с одной стороны, еще не сложилась система индикативного регулирования экономики, которая помогла бы предприятию сориентироваться во внешних условиях, определить свое место среди других предприятий, оценить

адекватность своих экономических целей состоянию и перспективам развития потребительского рынка.

Поэтому предприятия самостоятельно создают для себя исходную базу, выделяют приоритетные показатели для оценки эффективности коммерческой деятельности.

В качестве составляющих могут использоваться три группы показателей, отражающих:

- интересы потребителей;
- интересы инвесторов;
- финансовую устойчивость предприятия.

Наиболее важное значение для анализа коммерческой деятельности фирменного магазина имеет первая группа показателей. В группу показателей, отражающих интересы потребителей, входят:

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

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

Одним из основных экономических показателей хозяйственной деятельности торгового предприятия является товароборот - процесс обмена товара на деньги.

Показатель розничного товарооборота имеет количественную и качественную характеристики. Количественная характеристика товарооборота - объем реализации в денежном исчислении, качественная - структура товарооборота. Структура (или ассортиментный состав) товарооборота - это доля отдельных товарных групп в общем объеме реализации.

Исходя из изложенного, основные задачи анализа розничного товарооборота могут быть сведены к следующим:

- проверка выполнения планов (прогнозов) товарооборота, удовлетворения спроса покупателей на отдельные товары. Освоение долгосрочных нормативов по показателям торговой деятельности, определение тенденций экономического и социального развития;
- изучение, количественное измерение и обобщение влияния факторов на выполнение плана и динамику розничного товарооборота, комплексная оценка торговой деятельности предприятия;
- выявление путей и возможностей роста товарооборота, повышения качества обслуживания покупателей, эффективности использования материально-технической базы торговли, товарных и трудовых ресурсов;
- разработка оптимальных управленческих решений по развитию розничного товарооборота торгового предприятия.

К показателям, характеризующим товароборот, относятся:

- объем товарооборота в стоимостном выражении в текущих ценах;
- объем товарооборота в стоимостном выражении в сопоставимых ценах;
- ассортиментная структура товарооборота по отдельным группам товаров (%);
- объем товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговой группы;
- объем товарооборота на 1 м² общей площади, в том числе торговой площади;
- время обращения товаров, дни оборота;
- скорость обращения товаров, число оборотов.

Анализ товарооборота магазина №3 ТД «Витязь» проводится по месяцам за 2001 год в стоимостном выражении в текущих и сопоставимых ценах. И он показал, что в течение 2001 года товароборот магазина значительно изменился. Первая половина года характеризуется невысоким товароборотом по сравнению со второй. Это объясняется тем, что в начале года покупательская активность была невелика, т.к. в этот период значительно увеличился уровень минимальной заработной платы и, как следствие, поднялись отпускные цены на товары. Во второй половине года (в частности в III квартале) товароборот значительно увеличился, что явилось результатом влияния следующих факторов. Вследствие высокого уровня организации товароснабжения и низкого уровня товарооборота в предыдущей половине рассматриваемого периода в магазине образовались большие товарные запасы, реализация которых далее осуществлялась по старым ценам, в то

время как цены на новую продукцию неизменно росли. Немаловажную роль в повышении объема товарооборота магазина сыграло и повышение курса доллара, что позволило покупателям взыскать дополнительные средства на приобретение товаров.

Как уже говорилось в систему показателей товарооборота входят такие, как объем товарооборота в расчете на одного работника, в том числе работника торговой группы, и товарооборот на 1 м² общей площади, в том числе торговой площади.

Исходя из того, что численность работников данного торгового предприятия составляет 53 человека, в том числе работников торговой группы - 35 человек, общая площадь - 1184 м², в том числе торговая площадь - 827 м², проведем расчет данных показателей. Результаты расчета приведены в таблице 1.

По результатам, приведенным в таблице 1 видно, что товарооборот в IV квартале 2001 года намного превышает товарооборот I квартала 2002 года. Следовательно, рассмотренные показатели товарооборота в IV квартале имеют более высокое значение, чем в I квартале 2002 года.

Товарные запасы анализируются, планируются и учитываются в абсолютных и относительных показателях. Абсолютные показатели, представляющие собой стоимостные и натуральные единицы, удобны и используются при проведении инвентаризаций в торговых предприятиях. Главный недостаток абсолютных показателей - невозможность с их помощью определить степень соответствия величины товарных запасов потребностям развития товарооборота. Поэтому более широкое распространение получили относительные показатели, позволяющие сопоставлять величину товарных запасов с товарооборотом торгового предприятия.

Таблица 1.

Показатели товарооборота.

Показатели	Периоды		
	2001 год	VI кв. 2001 год	I кв. 2002 год
Товарооборот в целом, млн. руб.	201044,2	184568,5	137864,06
Товарооборот на одного работника магазина,	9459,66	3482,4	2601,2,
в том числе на одного работника торговой группы, млн. чел.			
Товарооборот на 1 м ² общей площади,	423,18	155,9	116,4
в том числе на 1 м ² торговой площади, млн. руб.			

Первым относительным показателем, применяемом при анализе, является уровень товарных запасов.

Уровень товарных запасов характеризует обеспеченность торгового предприятия запасами и показывает, на какое число дней торговли (при сложившемся товарообороте) хватит этого запаса.

На начало 2002 года уровень товарных запасов в магазине составлял:

$$U_{тз} = 71969 \cdot 360 / 501044,2 = 51,7$$

Следовательно, на начало 2002 года магазин №3 ТД «Витязь» был обеспечен товарными запасами на 52 дня торговли.

Время товарного обращения товаров в целом по магазину за 2001 год составило следующую величину:

$$T_{дн} = 49729,25 \cdot 360 / 501044,2 = 35,73 \text{ дня}$$

Данный расчет показывает, что средний запас магазина в 2001 обращался примерно за 36 дней.

Скорость обращения товаров в 2001 году составила:

$$T_{об} = 501044,2 / 49729,25 = 10,075 \text{ оборотов.}$$

Полученное число характеризует количество оборотов среднего товарного запаса за 2001 год.

Анализ средних товарных запасов и товарооборачиваемости можно проводить не только в целом по торговому предприятию, но и в разрезе отдельных товарных групп. Данные для такого рода анализа приведены в таблице 2.

Из данных таблицы видно, что наилучшей товарооборачиваемостью характеризуется такая группа товаров, как телерадиотовары - 20,25 дня. Такое положение объясняется тем, что магазин №3 ТД "Витязь" является фирменным магазином ПО "Витязь" и, следовательно, специализируется на реализации телевизоров. Остальные группы товаров являются сопутствующими, поэтому их товарооборачиваемость несколько ниже.

Товарооборачиваемость галантерейных изделий составляет 96,4 дня. Достаточно большой удельный вес в данной группе товаров занимают перчаточные изделия, которые относятся к товарам сезонного спроса и их реализация в наибольшей степени осуществляется в холодный период года. Однако показатель товарооборачиваемости рассчитан в среднем за год, что и привело к такой величине.

Самой низкой товарооборачиваемостью характеризуются товары хозяйственного назначения, в связи с чем эта группа товаров устраняется из реализации в магазине и отдел будет расформирован.

Таблица 2

Анализ товарооборачиваемости товаров за 2001год.

Товарная группа	Розничный товароборот в действующих ценах, млн.руб.	Сумма среднегодовых товарных запасов в действующих ценах	Товарооборачиваемость в днях	Товарооборачиваемость в количестве оборотов
Одежда	26283	5442,75	74	4,8
Обувь	15454	2903,75	67,6	5,3
Парфюмерно-косметические товары	4708	962	70	5,1
Галантерея	8207	2198,6	96,4	3,7
Мебель	50750	8825,75	62,6	5,7
Ковровые изделия	3687	599	58,4	6,2
Хозтовары	8473	4581	194,6	1,8
Электротовары	30799	5818,3	68	5,3
Телерадиотовары	278588	15677,1	20,25	17,7
Культтовары	11504	1891,3	59,1	6,1

Анализ показал, что наибольшее значение величина издержек обращения имела в IV квартале 2001 года. В это время произошло увеличение цен на тепло- и электроэнергию, а также была значительно увеличена заработная плата работников магазина, которая учитывается в затратах. За счет поднятия уровня заработной платы возросли суммы, отчисляемые в государственные фонды.

В течение 2001 года доля издержек обращения в объеме товарооборота изменялась. Наибольший удельный вес за рассматриваемый период издержки обращения заняли в объеме товарооборота в IV квартале, наименьший - в III квартале. В I квартале 2002 года доля расходов в объеме товарооборота значительно возросла по сравнению со всеми кварталами 2001 года и составила 10,28%. Причиной этому послужил рост цен на тарифы по перевозкам товаров, энергоносители, услуги, в связи с чем наблюдается резкое возрастание издержек обращения в торговой деятельности. Поэтому экономия издержек обращения имеет важное значение для повышения эффективности коммерческой деятельности.

Важнейшим показателем оценки эффективности работы торгового предприятия является прибыль, в которой отражаются результаты всей торговой деятельности предприятия - объем реализации продукции, его состав и ассортиментная структура, производительность труда, уровень затрат, наличие непроизводительных расходов и потерь и т.д.

Исследования показали, что в январе 2002 года предприятие получило наименьшую прибыль, что связано с увеличением налога на добавленную стоимость. Далее прибыль возросла и в марте имела размер, превышающий сумму полученной прибыли в январе в 5,7 раза (сравнение проведено

в сопоставимой оценке). По сравнению с IV кварталом 2001 года прибыль в I квартале 2002 года значительно уменьшилась.

Прибыль от реализации товаров зависит от изменения объема товарооборота, среднего уровня валового дохода, оставшегося в распоряжении торгового предприятия, и среднего уровня издержек обращения.

Уменьшение прибыли в I квартале 2002 года по сравнению с IV кварталом 2001 года на 23,5 млн. р. произошло за счет изменения объема товарооборота, уменьшение на 7,2 млн. р. - за счет уменьшения объема валового дохода. Рост уровня издержек обращения снизил общую прибыль на 13,4 млн. р. Баланс факторов соответствует суммарному объему уменьшения прибыли, что подтверждает правильность аналитических расчетов.

Показатель эффективности коммерческой деятельности магазина №3 ТД "Витязь" в I квартале 2002 года составил:

$$P_a = \frac{5655,172}{14176} * 100 = 39,89\%$$

Этот показатель позволяет судить об эффективности коммерческой деятельности, т.к. показывает, какова доля прибыли на каждый рубль расходов по ведению коммерции.

Доля прибыли на один рубль расходов в рассматриваемом магазине составила 39,89% что позволяет охарактеризовать работу магазина в области коммерческой деятельности как положительную.

На основании проведенных экономических исследований можно сделать вывод, что работу магазина №3 ТД "Витязь" в области коммерческой деятельности можно характеризовать как положительную.

ОСОБЕННОСТИ УЛУЧШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ИРВИТ»)

А.А. Кахро

УО «Витебский государственный технологический университет»

Переход к рыночной экономике требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизация предпринимательства и т. д. Важное значение придается определению финансовой устойчивости, платежеспособности предприятий. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии, которое зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Целью исследования являлась оценка финансового состояния и основные направления его стабилизации ООО "Ирвит", которое можно отнести и по численности работающих, и по объему выпускаемой продукции, и по размерам получаемого дохода к среднему бизнесу. Исследования проводились по различным методикам анализа финансового состояния, выявлялись положительные и отрицательные стороны каждой из методик. На наш взгляд, наиболее приемлемым по соотношению простота/объективность следует считать именно коэффициентный анализ, т.к. главной целью анализа является своевременно, используя различные принципы и методы изучения бухгалтерской отчетности предприятия, выявлять и устранять недостатки в финансовой деятельности и находить резервы улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособность. Для целей внешнего анализа, на наш взгляд, наиболее подходит комплексная методика, изложенная Русак Н.А. и Стражевым В.И. Она сочетает в себе простоту, логичность, избыточна для проведения внешнего анализа финансового состояния предприятия, а кроме того, учитывает белорусскую специфику. ООО "Ирвит" создано на основе объединения имущества физических лиц. Изначально ООО создавалось как самостоятельная экономическая структура, однако в 1997 году оно на добровольной основе вошло в состав государственного Белорусского концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности "Беллепром".