

УДК 339.137.2
ББК 65.422.-132
К 68

Рецензенты: В. В. Сторовойтова, начальник отдела маркетинга и организации торговли ГКОРУП «Облторгсоюз»;
Е. Е. Шишкова, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой отраслевых экономик Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 2 от 8 декабря 2009 г.

Коробкин А. З.

К 68 Эффективность и конкурентоспособность организаций торговли : пособие для слушателей специального факультета по переподготовке кадров и студентов экономических специальностей / А. З. Коробкин. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2010. – 80 с.
ISBN 978-985-461-764-0

УДК 339.137.2
ББК 65.422.-132

ISBN 978-985-461-764-0

© Коробкин А. З., 2010
© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2010
© ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза», 2010

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Проводимая в стране экономическая реформа направлена на развитие социально ориентированного рынка, призванного служить движущей силой общественного обмена веществ, создание эффективной, обеспечивающей удовлетворение потребностей человека экономики. Поскольку закономерности рыночных отношений проявляются через фазу обмена в сфере товарного обращения, то торговля представляет собой всеобщую рыночную форму проявления общественных отношений. Задача современного этапа ее развития состоит в том, чтобы усилить влияние торговли, с одной стороны, на повышение эффективности производства, а с другой – предоставить населению максимальную возможность для широкого и непрерывного удовлетворения своих потребностей.

В этих условиях задача повышения социально-экономической эффективности и конкурентоспособности организаций торговли и, прежде всего кооперативной, в розничном товарообороте которой получает отражение работа всех отраслей и видов деятельности народнохозяйственного комплекса республики, представляется весьма актуальной.

На современном этапе весьма важным является теоретическое переосмысление вопросов дальнейшего развития организаций торговли в условиях рынка, изучение не только причин снижения эффективности их работы и конкурентоспособности. Важной проблемой является критическая оценка методических подходов к рассмотрению социальной, экономической и социально-экономической эффективности торговли, выработка на этой основе оптимальных пропорций в их соотношении. Для организаций торговли потребительской кооперации это обусловлено тем, что потребительская кооперация представляет собой общественно-массовую организацию и в силу этого для нее показатели социальной эффективности играют особую роль. В условиях рынка актуальной представляется также проблема оценки конкурентных позиций организаций, в том числе и потребительской кооперации.

В данном пособии отражены сущность, виды и критерии эффективности торговли организации, предложена система показателей социально-экономической эффективности, а также современные методические подходы к оценке различных направлений эффективности и конкурентоспособности организации в целом.

В приложениях 1–18 представлены макеты аналитических таблиц для выполнения научных исследований, курсовых и дипломных работ по проблемам эффективности торговли.

Данное пособие поможет слушателям и студентам экономических специальностей в освоении таких дисциплин, как «Экономика организации», «Экономика организации отрасли», «Экономика предприятий торговли» и др.

1. СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Термин «эффективный» (от лат. *effectivus*) – действенный, дающий нужные либо наилучшие результаты. Следовательно, «эффективность» – это понятие, обозначающее результативность функционирования системы какого-либо рода. Оно может быть применено к общественному производству в целом, к отдельным его сферам (производство, обращение, обмен и потребление), отдельным отраслями экономики и, наконец, отдельным организациям. В связи с этим можно говорить не только об эффективности общественного производства в целом, но и об эффективности отдельных его сфер, в том числе эффективности сферы обмена, а внутри последней – отраслей, составляющих эту сферу, а также торговли вообще и, наконец, эффективности отдельных организаций торговли и в частности потребительской кооперации.

Эффективность организации торговли проявляется в единстве и уровне решения экономических и социальных задач. А это значит, что, во-первых, категория эффективности торговли относится к эффективности воспроизводства, как частное к общему и единичное к целому. Данная категория охватывает более узкую группу отношений эффективности – отношения по повышению результативности торговли. Во-вторых, критерии и показатели эффективности торговли должны составлять взаимосвязанную единую систему в процессе воспроизводства.

Однако прежде чем раскрыть экономическую сущность понятия «эффективность торговли», следует определиться в отношении понятия «эффект торговой деятельности». Под этим термином понимается результат, который в той или иной мере отвечает целям, поставленным в процессе осуществления торговой деятельности. Остановимся на краткой классификации эффектов. Основной, итоговый эффект экономической деятельности – обеспечение массы прибыли на используемые собственные или заемные средства (капитал). Но для достижения этой (конечной) цели необходимо реализовать ряд взаимосвязанных промежуточных целей и получить частные эффекты. Сре-

ди них решающими являются, на наш взгляд, создание материально-технической и кадровой базы экономической деятельности, организация и осуществление самого процесса производства и продажи товаров и услуг. Каждый из этих этапов движения капитала в соответствии с классической схемой «Д – Т... П ... Т' – Д'» имеет свои цели и эффекты, которые требуют самостоятельной оценки и вносят определенный вклад в конечный эффект торговой деятельности.

В качестве экономического эффекта торговой деятельности в отечественной и зарубежной экономической литературе предлагается использовать ряд показателей, основными из которых являются товарооборот, валовой доход от реализации, чистая продукция и прибыль.

Эффективность хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности организаций, основным видом деятельности которых является торговля, необходимо рассматривать и оценивать как в экономическом, так в социальном и социально-экономическом аспектах в силу функционального назначения торговли. Поэтому по характеру проявления эффективность торговли бывает *экономической, социальной и социально-экономической*.

Экономическая эффективность функционирования организации торговли – это экономическая категория, отражающая, с каким уровнем прибыльности (доходности) используются ресурсы, которыми организация владеет или привлекает для использования.

С учетом особенностей организаций кооперативной торговли ее социальный эффект можно быть как внешним, так и внутренним. Внешний социальный эффект – это эффект, получаемый населением от торговли (эффект обслуживания). Эффект, связанный с улучшением условий и характера труда, жизни и быта самих работников торговли представляет ее внутренний социальный эффект.

Первый вид социальной эффективности является результатом работы организаций торговли с населением.

Социальный эффект покупателей и социальный эффект работников торговли взаимосвязаны и взаимообусловлены. Социальная эффективность персонала организаций торговли выступает в качестве фактора социального эффекта населения, т. е. улучшения условий работы и жизни работников влияют на качество торгового обслуживания, что, как указывалось выше, в свою очередь является фактором повышения социальной эффективности покупателей.

Социальная эффективность функционирования организаций торговли определяется степенью соответствия целям, задачам развития самого хозяйствующего субъекта в целом, что выражается в прогрессивных изменениях в социальной структуре покупателей и работни-

ков – улучшении условий труда, оптимальном использовании человеческого потенциала, активизации предприимчивости, инициативы, повышении квалификации кадров и как результат – повышении культуры труда, обслуживания, повышении степени удовлетворения спроса, реализации социальных интересов работников и покупателей.

Есть еще один аспект социальной эффективности торговли, который характеризуется ее участием в формировании бюджета государства, – участие потребительской кооперации в формировании государственного бюджета и внебюджетных фондов, являющееся фактом проявления социальной эффективности на общественном уровне, так как эти отчисления перераспределяются на решение социальных задач общества: пенсионное обслуживание, финансирование объектов социально-культурной сферы, ликвидацию последствий аварии на Чернобыльской АЭС и т. д. Следовательно, это также социальный эффект кооперативной торговли в социально-экономических процессах общественного обмена веществ.

Итак, социальная эффективность представляет собой сложную категорию, составные части которой взаимосвязаны и находятся, с одной стороны, в самой организации, а с другой – вне ее. Внешний социальный эффект организации кооперативной торговли представляет собой качественную совокупность уровня удовлетворения спроса и уровня технологий и организации торгового обслуживания. Все эти составные элементы социального эффекта могут быть количественно оценены.

Социальная эффективность функционирования торговой организации выражается:

- уровнем удовлетворения спроса обслуживаемого населения при надлежащем качестве обслуживания и наименьших затратах покупателей на приобретение товаров и услуг;

- уровнем жизни и условий труда работников;

- уровнем решения социальных задач общества.

Таким образом, *социально-экономическая эффективность* функционирования торговой организации – это экономическая категория, которая характеризует уровень и качество удовлетворения спроса населения, жизни и быта работников, решения социальных задач общества, а также уровень прибыльности и доходности от оптимального использования экономических ресурсов.

Критерий эффективности – это главный признак, мерило ее оценки.

Критерии эффективности организаций торговли выражаются коэффициентом, отражающим соотношение результатов деятельности

к ресурсам или затратам, идущим на их достижение, и выражается следующими соотношениями:

$$K_{\varepsilon_1} = \frac{\text{результат}}{\text{ресурсы}} \rightarrow \infty ;$$

$$K_{\varepsilon_2} = \frac{\text{результат}}{\text{затраты}} \rightarrow \infty .$$

Критерием экономической эффективности организаций торговли вообще является максимальное получение прибыли при оптимальном использовании ресурсов, тогда как для организации кооперативной торговли таким критерием может стать оптимальное соотношение между полученной прибылью и использованными ресурсами.

Критерий социальной эффективности функционирования торговой организации – достижение максимального результата по удовлетворению спроса обслуживаемого населения в товарах и услугах при качественном их обслуживании и минимальных затратах покупателей.

Критерием социально-экономической эффективности организации торговли является наиболее полное удовлетворение спроса населения в товарах и услугах по объему и структуре с учетом надлежащего качества обслуживания, минимальных затратах при максимально выгодном (прибыльном, доходном) и оптимальном использовании ресурсов.

2. СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

Показатели эффективности классифицируются по ряду признаков: по назначению, измерителям, роли в управлении, факторам эффективности, способу исчисления, аспектам оценки, широте охвата, совокупности явлений, использованию на различных иерархических уровнях, охватываемому периоду, отношению к стимулированию, месту возникновения, отношению к деятельности звена, получаемым характеристикам и т. д. (рис. 1).



Рис. 1. Классификация показателей, характеризующих эффективность организаций торговли

Система показателей эффективности функционирования торговой организации является подсистемой более высокого порядка, но, в свою очередь, и в себе содержит ряд подсистем.

Система показателей эффективности функционирования организаций торговли должна отвечать ряду требований:

- с максимально возможной степенью отражать уровень использования всех экономических ресурсов;
- содержать несколько показателей, которые выражали бы главное качество этой системы и характеризовали эффективность торговли наиболее обобщенно (обобщающие показатели);
- иметь сквозные показатели для сравнительного анализа с системами более высокого порядка;
- представлять собой комплекс показателей, находящихся во взаимосвязи и взаимозависимости.

Система показателей социально-экономической эффективности (рис. 2) наиболее полно отражает как экономическую, так и социальную сторону деятельности организации торговли.



Рис. 2. Система показателей социально-экономической эффективности функционирования организаций торговли

Многие показатели эффективности, как, например, частные и вспомогательные, не всегда отражают в себе критериальное соотношение эффективности (результата с ресурсами или затратами), но зато они помогают более объективно оценить эффективность в целом.

Система показателей экономической эффективности является, в свою очередь, составляющей системы показателей социально-экономической эффективности организаций торговли (рис. 3).



Рис. 3. Система показателей экономической эффективности

Система показателей экономической эффективности торговой организации в современных условиях претерпевает некоторые изменения в силу того, что в условиях рыночной экономики при оценке организаций торговли, в первую очередь, рассматриваются показатели прибыли, и того, что рыночная экономика предполагает наличие не только прибыльных, но и убыточных организаций.

3. ОБОБЩАЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Одним из признаков классификации показателей эффективности является степень обобщения оценки. Согласно этому признаку они подразделяются на обобщающие и частные. Обобщающие показатели экономической эффективности (коэффициенты эффективности) отражают критериальное соотношение показателей результатов деятельности организации к экономическим ресурсам или затратам на их достижение ($K_{\text{ЭЭ}_1}$, $K_{\text{ЭЭ}_2}$):

$$K_{\text{ЭЭ}_1} = \frac{\text{Экономический результат}}{\text{Экономические ресурсы}} \rightarrow \infty ;$$

$$K_{\text{ЭЭ}_2} = \frac{\text{Экономический результат}}{\text{Экономические затраты}} \rightarrow \infty .$$

К обобщающим показателям экономической эффективности организации относятся ресурсоотдача, ресурсоемкость, расходоотдача, расходоемкость, рентабельность.

Для точности экономической обоснованности оценки эффективности организаций потребительской кооперации с многоотраслевым характером деятельности обобщающие показатели эффективности предлагается рассчитывать в целом по организации (итоговый показатель), торговой деятельности и другим отраслям деятельности. Для расчета итоговых обобщающих показателей используются не совсем традиционные в настоящее время категории – валовая выручка, совокупные расходы.

В стоимостном выражении валовая выручка представляет собой сумму выручки от реализации продукции всех отраслей деятельности с внереализационными и операционными доходами:

$$BV = PV + VD + OD,$$

где BV – валовая выручка, млн р.;

PV – выручка от реализации, млн р.;

VD – внереализационные доходы, млн р.;

OD – операционные доходы, млн р.

Совокупные текущие расходы представляют собой сумму расходов организации на производство и реализацию продукции, а также операционных и внереализационных расходов:

$$CP = CB + PP + BP + OP,$$

где CP – совокупные расходы, млн р.;

CB – себестоимость произведенной продукции, млн р.;

PP – расходы на реализацию продукции, млн р.;

BP – внереализационные расходы, млн р.;

OP – операционные расходы, млн р.

В таблицах 1 и 2 представлены обобщающие показатели эффективности деятельности организаций потребительской кооперации, основным видом деятельности которых является торговля, методика их расчета и источники информации.

Таблица 1. Обобщающие показатели оценки экономической эффективности функционирования организации потребительской кооперации

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета
<i>1. Ресурсоотдача</i>		
1.1. Итоговая	$\frac{\text{Валовая выручка}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}}$	Стр. 4 * Стр. 7
1.2. Торговли	$\frac{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}$	Стр. 5 Стр. 11
1.3. Других отраслей	$\frac{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли}}{\text{Стоимость экономических ресурсов отрасли деятельности (общественное питание, заготовки, промышленность и др.)}}$	Стр. 6 Стр. 15
<i>2. Ресурсоемкость</i>		
2.1. Итоговая	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов}}{\text{Валовая выручка}}$	Стр. 7 Стр. 4
2.2. Торговли	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов торговли}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}$	Стр. 11 Стр. 5
2.3. Других отраслей	$\frac{\text{Стоимость экономических ресурсов отрасли деятельности}}{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли (общественное питание, заготовки, промышленность и др.)}}$	Стр. 15 Стр. 6

* Строки указаны из таблицы 2 данного пособия.

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета
<i>3. Расходоотдача</i>		
3.1. Итоговая	$\frac{\text{Валовая выручка}}{\text{Совокупные расходы}}$	$\frac{\text{Стр. 4}}{\text{Стр. 16}}$
3.2. Торговли	$\frac{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}{\text{Расходы на реализацию в торговле (издержки обращения)}}$	$\frac{\text{Стр. 5}}{\text{Стр. 17}}$
3.3. Других отраслей	$\frac{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли}}{\text{Текущие расходы другой отрасли (общественное питание заготовки промышленности и др.)}}$	$\frac{\text{Стр. 6}}{\text{Стр. 18}}$
<i>4. Расходоёмкость</i>		
4.1. Итоговая	$\frac{\text{Совокупные расходы}}{\text{Валовая выручка}}$	$\frac{\text{Стр. 16}}{\text{Стр. 4}}$
4.2. Торговли	$\frac{\text{Расходы на реализацию в торговле (издержки обращения)}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}}$	$\frac{\text{Стр. 17}}{\text{Стр. 5}}$
4.3. Других отраслей	$\frac{\text{Текущие расходы другой отрасли (общественное питание заготовки промышленности и др.)}}{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли (общественное питание заготовки промышленности и др.)}}$	$\frac{\text{Стр. 18}}{\text{Стр. 6}}$
<i>5. Рентабельность</i>		
5.1. Итоговая	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Валовая выручка}} \cdot 100$	$\frac{\text{Стр. 1}}{\text{Стр. 4}} \cdot 100$
5.2. Экономических ресурсов	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Стоимость экономических ресурсов}} \cdot 100$	$\frac{\text{Стр. 1}}{\text{Стр. 7}} \cdot 100$
5.3. Совокупных расходов	$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Совокупные расходы}} \cdot 100$	$\frac{\text{Стр. 1}}{\text{Стр. 16}} \cdot 100$

Окончание табл. 1

Показатели	Порядок расчета	Алгоритм расчета
5.4. Торговли	$\frac{\text{Прибыль от реализации торговли}}{\text{Розничный товарооборот (оборот по реализации)}} \cdot 100$	$\frac{\text{Стр. 2}}{\text{Стр. 5}} \cdot 100$
5.5. Других отраслей	$\frac{\text{Прибыль от реализации другой отрасли (общественное питание заготовки промышленность и др.)}}{\text{Товарооборот (выручка) другой отрасли (общественное питание заготовки промышленность и др.)}} \cdot 100$	$\frac{\text{Стр. 3}}{\text{Стр. 6}} \cdot 100$

Таблица 2. Источники информации для расчета обобщающих показателей эффективности организации потребительской кооперации

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Прибыль	«Отчет о прибылях и убытках» (стр. 200, колонка 3)
2. Прибыль от реализации в торговле	«Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр.140, колонка 1)
3. Прибыль от реализации в других отраслях	«Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах» (стр. 220, колонка 1 + стр. 410, колонка 4 + «Отчет о расходах на реализацию» (прибыль общественного питания, заготовок))
4. Валовая выручка	«Отчет о прибылях и убытках» (стр. 100 + стр. 080 + стр. 130)
5. Розничный товарооборот (оборот по реализации)	«Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 530 (розничный товарооборот), стр. 540 (оборот от реализации))
6. Товарооборот (выручка) других отраслей	«Отчет о расходах на реализацию» (валовый товарооборот общественного питания, оптовый товарооборот, оборот по реализации в заготовках); «Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах» (выручка от реализации в промышленности (стр.160), в других отраслях (стр. 410))
7. Стоимость экономических ресурсов	Сумма строк 8, 9, 10 табл. 2
8. Фонд заработной платы	Форма № 1-Т «Отчет по труду» (стр. 100, колонка 2)
9. Средняя стоимость основного капитала	Бухгалтерский баланс (стр. 190, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
10. Стоимость оборотного капитала	Бухгалтерский баланс (стр. 290, среднее арифметическое колонок 3 и 4)
11. Стоимость экономических ресурсов торговли	Сумма строк 12, 13, 14 табл. 2

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
12. Фонд заработной платы работников торговли	Форма № 1-Т «Отчет по труду» (стр.112, колонка 2)
13. Средняя стоимость основных средств торговли	Форма № 1-Ф(ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 207, среднее арифметическое колонок 1 и 12)
14. Средняя стоимость оборотных средств торговли	Стр. 290 – стр. 210 баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма № 1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр.92, среднее арифметическое колонки 3)
15. Стоимость экономических ресурсов других отраслей	Рассчитывается по соответствующим строкам баланса, формы № 1-Т (торг) «Отчет по труду», формы №1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» + + стр. 10 данной таблицы × доля соответствующего оборота (общественного питания, заготовительной отрасли, промышленности) в валовой выручке
16. Совокупные расходы	«Отчет о прибылях и убытках» (сумма строк 030, 100, 150, колонка 3)
17. Расходы на реализацию в торговле (издержки обращения)	«Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр.100, колонка 1)
18. Текущие расходы других отраслей	«Отчет о расходах на реализацию товаров» (расходы общественного питания, заготовок), «Отчет о себестоимости произведенной продукции и финансовых результатах» (расходы производства и других отраслей)

Показатель *ресурсоотдача* – один из обобщающих показателей эффективности торговли. Чем выше его значение, тем лучше осуществляется торговая деятельность и эффективнее используются экономические ресурсы.

Показатель *затратоотдача* также является обобщающим и показывает, сколько товарооборота дает каждый рубль затрат. Обратный ему показатель – *затратоемкость*, отражающий издержкоемкость продаж. Важными показателями при оценке розничных продаж являются розничный товарооборот, приходящийся на одного работника и одного жителя.

Категория «рентабельность» отражает уровень прибыльности того или иного направления деятельности организации. Так, один из критериев экономических показателей экономической эффективности – *ресурсо-*

рентабельность – показывает, ценой каких ресурсов организация достигла прибыли и в то же время – насколько эффективно используются экономические ресурсы.

Расчет итоговой рентабельности должен производиться по валовой выручке и прибыли от всех отраслей и видов деятельности, так как именно эти показатели отражают совокупный хозяйственный результат (валовая выручка) и совокупный конечный финансовый результат (прибыль). Кроме этого показатель итоговой рентабельности целесообразно рассчитывать также и по чистой прибыли по формуле

$$ИРч = \frac{ПЧ \cdot 100}{ВВ},$$

где *ИРч* – итоговая рентабельность, %;

ПЧ – чистая прибыль, млн р.;

ВВ – валовая выручка, млн р.

Этот показатель более точно отражает эффективность работы организации в целом, так как показывает долю чистых доходов в выручке отчетного периода, часть прибыли, оставшуюся в организации после налогообложения и уплаты штрафных санкций.

Анализируя обобщающие показатели эффективности в динамике, необходимо основываться на соотношениях темпов роста, достижение которых ведет к росту эффективности функционирования организации в целом и торговой деятельности в частности:

$$T_n > T_{вв} > T_{эр} > T_{ср};$$

$$T_{n_m} > T_{рто(р)} > T_{эр_m} > T_{рр_m},$$

где *T_n* – темп роста прибыли;

T_{вв} – темп роста валовой выручки;

T_{эр} – темп роста стоимости экономических ресурсов;

T_{ср} – темп роста совокупных расходов;

T_{n_m} – темп роста прибыли от реализации в торговле;

T_{рто(р)} – темп роста розничного товарооборота (объема реализации);

T_{эр_m} – темп роста экономических ресурсов торговли;

T_{рр_m} – темп роста расходов на реализацию в торговле.

Для полной и объективной оценки эффективности необходимо проводить ее анализ в динамике за ряд лет.

4. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Первым блоком при оценке экономической эффективности организации торговли представлены показатели результатов хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности.

Система показателей результатов организаций торговли состоит из нескольких подсистем показателей, к которым относятся показатели оценки эффективности розничной продажи, доходности и прибыльности. Показатели оценки эффективности розничной продажи и алгоритм их расчета представлены в табл. 3. Розничный товароборот (розничная продажа) одновременно характеризует как экономический, так и социальный эффект организаций торговли, так как он, с одной стороны, является результатом хозяйственно-финансовой и коммерческой деятельности, а с другой, – отражает объем удовлетворения спроса населения (реализованного спроса).

Таблица 3. Показатели оценки эффективности розничной торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товароборот, млн р.:	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
1.1. В действующих ценах	
1.2. В ценах базисного года	Стр. 1.1 : Совокупный индекс цен *
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 100, колонка 1)
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.	Стр. 4.1 + стр. 4.2 + стр. 4.3 табл. 3
В том числе:	Форма №1-Ф(ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр.207, среднее арифметическое колонок 1 и 12)
4.1. Среднегодовая стоимость основных средств торговли	
4.2. Среднегодовая стоимость оборотных средств торговли	
4.3. Фонд заработной платы работников торговли	Стр. 210 – стр. 290 бухгалтерского баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр.92, среднее арифметическое колонки 3)
	Форма № 1-Т (торг) «Отчет по труду», (стр. 113, колонка 2)

* Совокупный индекс цен рассчитывается как произведение индексов цен за ба-

зисный и предшествующие годы: 2005г. – 1,08; 2006г. – 1,066, 2007г. – 1,121; 2008г. – 1,133; 2009г. – 1,13.

Окончание табл. 3

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
5. Среднесписочная численность работников торговли, чел.	Форма № 1-Т (торг) «Отчет по труду», (стр. 113, колонка 1)
6. Численность обслуживаемого населения, тыс. чел.	Материалы управления (отдела) статистики
7. Товарооборот зоны деятельности организации (через все каналы реализации), млн р.	Материалы управления (отдела) статистики
8. Ресурсоотдача, р.	Стр. 1.1 : стр. 4 табл. 3
9. Расходоотдача, р.	Стр. 1.1 : стр. 3 табл. 3
10. Уровень расходов на реализацию (издержек обращения), %	Стр. 3 : стр. 1.1 табл. 3 · 100
11. Рентабельность продажи, %	Стр. 2 : стр. 1.1 табл. 3 · 100
12. Производительность труда, млн р.:	Стр. 1.1 : стр. 5 табл. 3
12.1. По товарообороту в действующих ценах	
12.2. По товарообороту в сопоставимых ценах	
13. Товарооборот на 1 жителя, млн р.:	Стр. 1.1 : стр. 6 табл. 3
13.1. В действующих ценах	
13.2. В ценах базисного года	
14. Доля рынка, %	Стр. 1.1 : стр. 7 табл. 3 · 100

Показатель ресурсоотдачи является одним из обобщающих показателей эффективности торговли. Чем выше его значение, тем лучше осуществляется торговая деятельность и эффективнее используются хозяйственные ресурсы. Показатель издержкоотдачи также является обобщающим и показывает, сколько товарооборота приходится на каждый рубль затрат. Обратный ему показатель – уровень расходов на реализацию (издержек обращения) – отражает издержкостоемость розничной продажи. Важным показателем при оценке розничной продажи является розничный товарооборот, приходящийся на 1 работника и 1 жителя.

Особо актуален в условиях рыночной экономики показатель удельного веса товарооборота организации в товарообороте зоны обслуживания (доля рынка), который во многом определяет не только эффективность, но и конкурентоспособность организации.

При оценке эффективности розничной продажи необходимо основываться на соотношениях, выполнение которых ведет к росту эффективности:

$$T_T > T_{Эр_m};$$

$$T_T > T_{рр_m},$$

где T_T – темп роста розничного товарооборота;

$T_{Эр_m}$ – темп роста экономических ресурсов торговли;

$T_{рр_m}$ – темп роста расходов на реализацию в торговле (издержек обращения).

Оценивая эффективность розничной продажи, также необходимо оценить в динамике ее место в соотношении эффективности, соблюдение которого позволит обеспечить и интенсивность развития:

$$T_{П} > T_{ЧП} > T_T,$$

где $T_{П}$ – темп роста прибыли от реализации в торговле;

$T_{ЧП}$ – темп роста чистой продукции;

Для полной и объективной оценки эффективности необходимо проводить ее анализ в динамике за ряд лет.

В табл. 4 представлены показатели оценки доходности торговой организации и механизм их расчета.

Таблица 4. Показатели оценки доходности торговой деятельности

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
2. Чистая продукция, млн р.	Стр. 1 – стр. 4 – стр. 5 или стр. 7 + стр. 9 табл. 4
3. Расходы на реализацию без расходов на оплату труда, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 100, колонка 1 – стр. 020, колонка 1)
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, млн р.	Алгоритм расчета приведен в табл. 1, стр. 4
5. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
6. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 100, колонка 1)
7. Расходы на оплату труда работ-	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о рас-

ников торговли, млн р.	ходах на реализацию товаров» (стр. 020, колонка 1)
8. Розничный товароборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
9. Уровень валового дохода, %	Стр. 1 : стр. 8 табл. 4 · 100
<i>Окончание табл. 4</i>	
Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
10. Уровень чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 8 табл. 4 · 100
11. Доходность экономических ресурсов, р.	Стр. 1 : стр. 4 табл. 4
12. Доходность затрат, р.	Стр. 1 : стр. 6 табл. 4
13. Доходность чистой продукции, р.	Стр. 2 : стр. 4 табл. 4
14. Доходность затрат по чистой продукции, р.	Стр. 2 : стр. 6 табл. 4
15. Доля прибыли от реализации в валовом доходе от реализации, %	Стр. 5 : стр. 1 табл. 4 · 100

В торговле различается несколько видов доходов: валовой доход, чистая продукция и хозрасчетный доход.

Показатель чистой продукции имеет также определенный социально-экономический смысл, так как от его объема и пропорций распределения зависит благосостояние организации в целом и ее работников в частности.

Чистая продукция распределяется на средства на оплату труда и прибыль. От оптимальности распределения чистой продукции зависит будущее организации на рынке, ее финансовая устойчивость.

Опережающий рост прибыли по сравнению со средствами на оплату труда ведет к снижению доли расходов на оплату труда в составе чистой продукции и росту доли прибыли. Но соотношение этих пропорций с точки зрения влияния на эффективность можно оценить только в увязке с другими показателями (рентабельность, соотношение производительности труда и заработной платы).

Также актуально оценить в динамике и соотношение издержек обращения и прибыли в валовом доходе, так как рост валового дохода не всегда ведет к образованию прибыли.

В соотношении эффективного развития показатели доходов торговли должны удовлетворить следующему неравенству:

$$T_{II} > T_{ЧИ} > T_{ВД} > T_T > T_{ррт},$$

где $T_{ВД}$ – темп роста валового дохода от реализации в торговле.

В систему показателей прибыльности организаций торговли наряду с традиционными включены показатели, не получившие еще широкого распространения в практической деятельности организаций (табл. 5).

Таблица 5. Показатели оценки прибыльности торговой деятельности

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Прибыль, млн р.	Форма № 2 бухгалтерского баланса «Отчет о прибылях и убытках» (стр. 200, колонка 3)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
3. Чистая прибыль, млн р.	Стр. 1 – стр. 4 табл. 5
4. Сумма налогов и других платежей, взимаемых из прибыли, млн р.	Форма № 2 бухгалтерского баланса «Отчет о прибылях и убытках» (стр. 210, 220, колонка 3)
5. Розничный товароборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
6. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
7. Чистая продукция, млн р.	Алгоритм расчета приведен в табл. 4 (стр. 2)
8. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.	Стр. 8.1 + стр. 8.2 + стр. 8.3 табл. 5
В том числе:	
8.1. Среднегодовая стоимость основных средств торговли	Форма №1-Ф(ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов» (стр. 207, среднее арифметическое колонок 1 и 12)
8.2. Среднегодовая стоимость оборотных средств торговли	Стр. 290 – стр. 210 бухгалтерского баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
8.3. Фонд заработной платы работников торговли	Форма № 1-Т «Отчет по труду» (стр. 113, колонка 2)
9. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения)	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 100, колонка 1)
10. Среднегодовая стоимость капитала торговли	Стр. 8.1 + стр. 8.2 табл. 5
11. Рентабельность экономических ресурсов, %	Стр. 2 : стр. 8 табл. 5 · 100
12. Рентабельность расходов на реализацию товаров, %	Стр. 2 : стр. 9 табл. 5 · 100
13. Рентабельность продаж, %	Стр. 2 : стр. 5 табл. 5 · 100

14. Рентабельность валового дохода, %	Стр. 2 : стр. 6 табл. 5 · 100
15. Рентабельность чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 7 табл. 5 · 100
<i>Окончание табл. 5</i>	
Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
16. Рентабельность фонда заработной платы, %	Стр. 2 : стр. 8.3 табл. 5 · 100
17. Рентабельность основных средств, %	Стр. 2 : стр. 8.1 табл. 5 · 100
18. Рентабельность оборотных средств, %	Стр. 2 : стр. 8.2 табл. 5 · 100
19. Рентабельность капитала, %	Стр. 2 : стр. 10 табл. 5 · 100
20. Доля прибыли от реализации в торговле в прибыли, %	Стр. 2 : стр. 1 табл. 5 · 100
21. Итоговая рентабельность, %	Стр. 1 : стр. 5 табл. 5 · 100

Категория «рентабельность» отражает уровень прибыльности развития того или иного направления деятельности организации. Так, один из критериальных показателей экономической эффективности – ресурсорентабельность – показывает, ценой каких ресурсов организация достигла прибыли и в то же время насколько эффективно используются экономические ресурсы.

Рост прибыльности и рентабельность необходимо оценивать по опережающим темпам роста прибыли в следующем соотношении:

$$T_{\Pi} \geq T_{\Pi P} > T_{\text{ЧП}} > T_{\text{ВД}} > T_{\text{ФЗПт}} > T_{\text{К}} > T_{\text{РРт}} > T_{\text{ЧРт}},$$

где $T_{\Pi P}$ – темп роста прибыли от реализации в торговле;

$T_{\text{ФЗПт}}$ – темп роста фонда заработной платы работников торговли;

$T_{\text{К}}$ – темп роста среднесписочной численности работников торговли;

$T_{\text{ЧРт}}$ – темп роста капитала торговли.

В силу того, что прибыль торговой организации является конечным финансовым результатом всех ее видов деятельности, а розничный товарооборот отражает социально-экономический эффект, то рентабельность следует рассчитывать и как соотношение прибыли от всех видов деятельности к товарообороту (итоговая рентабельность).

В рамках оценки эффективности результатов деятельности торговой организации целесообразно сравнить фактические показатели ре-

зультатов деятельности с показателями экономических границ торговой деятельности за этот период. Экономические границы торговой деятельности отражают следующие показатели:

- точку безубыточности;
- критический объем продаж;
- минимальную прибыль;
- точку минимальной рентабельности;
- критическую величину доходов.

Эти показатели отражают минимально допустимые объемы товарооборота, доходов и прибыли для целесообразности функционирования торговой деятельности. Алгоритм расчета этих показателей предложен в табл. 6.

Таблица 6. Экономические границы торговой деятельности организации

Показатели	Алгоритм расчета
1. Точка безубыточности (объем товарооборота, при котором валовые доходы от реализации покрывают текущие расходы)	$ТБУ = \frac{P_{nocm_n}}{Y_{ВД_n} - Y_{ПР_n}} \cdot 100,$ <p>где $ТБУ$ – точка безубыточности; P_{nocm_n} – плановая сумма условно-постоянных расходов; $Y_{ВД_n}$ – плановый уровень валового дохода от реализации; $Y_{ПР_n}$ – плановый уровень условно-переменных расходов</p>
2. Критическая точка продаж (объем товарооборота, минимизирующий убыток)	$КТП \geq ТБУ - P_{nocm},$ <p>где $КТП$ – критическая точка продаж</p>
3. Минимальная прибыль от реализации в торговле	$P_{min} = \frac{(OC_c + O\Phi_c) \cdot C}{100},$ <p>где P_{min} – минимальная прибыль от реализации в торговле; OC_c – собственные оборотные средства торговли; $O\Phi_c$ – остаточная стоимость собственных основных средств торговли; C – ставка банка за пользование кредитами, %</p>
4. Точка минимальной рентабельности (объем товарооборота, при котором организация получает минимальную прибыль)	$ТМР = \frac{P_{nocm_n} + P_{min}}{Y_{ВД_n} - Y_{ПР_0_n}} \cdot 100,$ <p>где $ТМР$ – точка минимальной рентабельности</p>

5. Желаемая прибыль от реализации в торговле	$ПЖ = ПТД_n,$ <p>где $ПЖ$ – желаемая прибыль от реализации в торговле; $ПТД_n$ – плановая сумма прибыли от реализации в торговле</p>
--	---

Продолжение табл. 6

Показатели	Алгоритм расчета
6. Точка желаемой рентабельности (объем товарооборота, при котором организация получает желаемую прибыль)	$ТЖР = \frac{P_{nocm_n} + ПЖ}{У_{ВД_n} - У_{ПР_n}} \cdot 100$
7. Запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности: <ul style="list-style-type: none"> • в сумме; • в процентах 	$ЗФП_{ТБУ} = РТО_n - ТБУ;$ $ЗФП_{ТБУ(\%)} = \frac{РТО_n - ТБУ}{РТО_n} \cdot 100,$ <p>где $ЗФП_{ТБУ}$ – запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности, млн р.;</p> <p>$ЗФП_{ТБУ(\%)}$ – запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности, %;</p> <p>$РТО_n$ – плановый объем товарооборота</p>
8. Запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности: <ul style="list-style-type: none"> • в сумме; • в процентах 	$ЗФП_{ТМР} = РТО_n - ТМР;$ $ЗФП_{ТМР(\%)} = \frac{РТО_n - ТМР}{РТО_n} \cdot 100,$ <p>где $ЗФП_{ТМР}$ – запас финансовой прочности, исходя из точки минимальной рентабельности, млн р.;</p> <p>$ЗФП_{ТМР(\%)}$ – запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности, %</p>
9. Запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности: <ul style="list-style-type: none"> • в сумме; • в процентах 	$ЗФП_{ТЖР} = РТО_n - ТЖР,$

	$ЗФП_{ТЖР(\%)} = \frac{РТО_n - ТЖР}{РТО_n} \cdot 100,$ <p>где $ЗФП_{ТЖР}$ – запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности, млн р. $ЗФП_{ТЖР(\%)}$ – запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности, %</p> <p style="text-align: right;"><i>Окончание табл. 6</i></p>
Показатели	Алгоритм расчета
10. Критическая величина валового дохода от реализации (объем доходов, требуемый для достижения точки безубыточности)	$ВД_K = \frac{Р_{норм_n}}{КП} \cdot 100,$ $КП = \frac{ВД_n - Инер_n}{ВД_n},$ <p>где $ВД_K$ – критическая величина валового дохода от реализации; $КП$ – коэффициент покрытия; $ВД_n$ – плановая сумма валового дохода; $Инер_n$ – плановая сумма условно-переменных расходов</p>
11. Запас финансовой прочности по валовому доходу: <ul style="list-style-type: none"> • в сумме; • в процентах 	$ЗФП_{ВД} = ВД_n - ВД_K,$ $ЗФП_{ВД(\%)} = \frac{ВД_n - ВД_K}{ВД_n} \cdot 100,$ <p>где $ЗФП_{ВД}$ – запас финансовой прочности по валовому доходу, млн р.; $ЗФП_{ВД(\%)}$ – запас финансовой прочности по валовому доходу, %; $ВД_K$ – критическая величина валового дохода от реализации</p>

5. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

В данной теме анализируется эффективность использования экономических ресурсов. В табл. 7 представлены показатели эффективности использования одного из постоянных экономических ресурсов организации – основных средств.

Таблица 7. Показатели оценки эффективности использования основных средств торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товароборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте»

	и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
3. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
4. Чистая продукция, млн р.	Алгоритм расчета приведен в табл. 4 (стр. 2)
<i>Окончание табл. 7</i>	
Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
5. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Форма № 1-Ф (ОС) «Отчет о наличии и движении основных средств и других внеоборотных активов», (стр. 207, среднее арифметическое колонок 1 и 12)
6. Торговая площадь, м ²	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле» (стр. 140, колонка 2)
7. Число торговых объектов, ед.	Форма № 1-торг (розница) «Отчет по розничной торговле» (стр. 151, колонка 1)
8. Среднесписочная численность работников розничной торговли, чел.	Форма № 1-Г (торг) «Отчет по труду» (стр. 113, колонка 1)
9. Рентабельность основных средств, %	Стр. 2 : стр. 5 табл. 7 · 100
10. Доходность основных средств, всего, р.	Стр. 3 : стр. 5 табл. 7
10.1. В том числе по чистой продукции, р.	Стр. 4 : стр. 6 табл. 7
11. Фондоотдача, р.	Стр. 1 : стр. 5 табл. 7
12. Фондоёмкость, р.	Стр. 5 : стр. 1 табл. 7
13. Фондовооруженность, млн р.	Стр. 5 : стр. 8 табл. 7
14. Товарооборот на 1 м ² торговой площади, млн р.	Стр. 1 : стр. 6 табл. 7
15. Прибыль на 1 м ² торговой площади, млн р.	Стр. 2 : стр. 6 табл. 7
16. Товарооборот на 1 торговый объект, млн р.	Стр. 1 : стр. 7 табл. 7
17. Прибыль на 1 торговый объект, млн р.	Стр. 2 : стр. 7 табл. 7
18. Интегральный показатель эффективности основных средств	$\sqrt{\text{Стр.11} \cdot \text{стр.9}} \text{ табл. 7}$

Критериальным (основным) показателем использования основных средств является фондоотдача, отражающая, сколько рублей товарооборота дает использование основных средств. Если этот показатель растет, то, следовательно, растет и эффективность использования основных средств. Не менее важен в этой системе показатель фондорентабельности (прибыльности основных средств), отражающий насколько прибыльно используются средства (инвестиции), вложенные в основные фонды. Он отражает срок окупаемости инвестиций. Более точную картину эффективности использования основных средств торговой организации дадут такие частные и вспомогатель-

ные показатели, как товарооборот и прибыль на 1 м² торговой площади, на торговый объект, прибыль в среднем на 1 торговый объект.

При оценке эффективности основных средств необходимо проверить соблюдение пропорций между показателями фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда.

Показатель фондовооруженности работников отражает степень наделения работников торговой организации средствами и предметами труда. Рост фондовооруженности должен вести к росту эффективности основных средств и, следовательно, всей социально-экономической эффективности. Но это не всегда происходит, особенно в кризисных условиях, поэтому положительно оценивать фондовооруженность можно лишь в случае опережающих темпов роста производительности труда по сравнению с ней. В этом случае фондоотдача будет расти, что можно представить следующим образом:

$$T_{\Phi B} < T_{\Pi T} \rightarrow \uparrow \Phi O,$$

где ΦO – фондоотдача;

$T_{\Phi B}$ – темп изменения фондовооруженности;

$T_{\Pi T}$ – темп изменения производительности труда.

Иначе говоря, для роста фондоотдачи необходимо, чтобы производительность труда росла быстрее его вооруженности.

В систему показателей оценки эффективности использования оборотных средств традиционно включаются показатели оборачиваемости оборотных средств и их рентабельности. В современных условиях этого явно недостаточно, так как составные части оборотного капитала неоднородны по своему происхождению. Источники происхождения оборотного капитала подразделяются на собственные и заемные. К показателям эффективности использования оборотных средств относятся следующие показатели:

- коэффициент оборачиваемости оборотных средств;
- коэффициент оборачиваемости собственных средств;
- коэффициент оборачиваемости заемных средств;
- оборачиваемость запасов торговли;
- рентабельность оборотных, собственных и заемных средств;
- доходность оборотных средств и товарных запасов (табл. 8).

Таблица 8. Показатели оценки эффективности использования оборотных средств торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товарооборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
3. Сумма налогов с объема реализации товаров, млн р.	Налоговые декларации по НДС и налогу с продаж

Продолжение табл. 8

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
4. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
5. Розничный товарооборот в отпускных ценах, млн р.	Стр. 1 – стр. 3 – стр.4 табл. 8
6. Средняя стоимость товарных запасов, млн р.	Формы №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
7. Средняя стоимость оборотных средств торговли, млн р.	Стр. 290 – стр. 210 бухгалтерского баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100 + форма №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (по покупной стоимости) (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
8. Средняя стоимость собственных оборотных средств торговли, млн р.	Бухгалтерский баланс [(стр. 490 пассива, среднее арифметическое колонок 3 и 4 – стр. 190 актива, среднее арифметическое колонок 3 и 4 + + расходы будущих периодов бухгалтерского баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : 100)]
9. Средняя стоимость заемных средств торговли, млн р.	Стр. 7 – стр. 8 табл. 8
10. Средняя стоимость товарных запасов в покупных ценах, млн р.	Стр. 6 – стр. 3 – стр. 4 табл. 8
11. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств торговли, раз	Стр. 5 : стр. 7 табл. 8
12. Коэффициент загрузки оборотных средств торговли, раз	Стр. 7 : стр. 5 табл. 8
13. Длительность 1 оборота, дни	Стр. 7 : стр. 5 табл. 8 : 360
14. Коэффициент оборачиваемости собственных оборотных средств торговли, раз	Стр. 5 – стр. 9 : стр. 8 табл. 8
15. Коэффициент оборачиваемости заемных оборотных средств торгов-	Стр. 5 – стр. 8 : стр. 9 табл. 8

ли, раз	
16. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (скорость товарного обращения), раз	Стр. 1 : стр. 10 табл. 8
17. Коэффициент загрузки товарных запасов	Стр. 10: стр. 1 табл. 8
18. Оборачиваемость товарных запасов (время товарного обращения), дни	Стр. 10 : (стр. 1 : 360) : стр. 10 табл. 8

Окончание табл. 8

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
19. Уровень товарных запасов к среднемесячному товарообороту, %	Стоимость товарных запасов на начало года (форма №12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров») · 100 : среднемесячный товарооборот (стр.1 : 12)
20. Рентабельность оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 7 табл. 8 · 100
21. Рентабельность собственных оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 8 табл. 8 · 100
22. Рентабельность заемных оборотных средств торговли, %	Стр. 2 : стр. 9 табл. 8 · 100
23. Рентабельность товарных запасов, %	Стр. 2 : стр. 6 табл. 8 · 100
24. Доходность оборотных средств торговли, р.	Стр. 4 : стр. 7 табл. 8
25. Доходность товарных запасов, р.	Стр. 4 : стр. 6 табл. 8

Показатель оборачиваемости собственных средств характеризует финансовый, экономический, коммерческий аспекты деятельности организации. С финансовой точки зрения он определяет скорость оборота вложенных собственных средств, с экономической – активность денежных средств, с коммерческой – либо излишки продажи, либо их недостаток. Если в динамике наблюдается рост данного показателя, то это значит, что заемные средства преобладают над собственными и свидетельствует об ухудшении финансового положения.

Показатель оборачиваемости заемных средств характеризует объем товарооборота в покупных ценах, приходящийся на единицу заемных средств. Этот показатель оценивается в динамике и на его уровень влияет соотношение собственных и заемных средств. Показатель оборачиваемости заемного капитала указывает на то, сколько дней требуется организации для полного оборота заемного капитала. Анализировать данный показатель необходимо вместе с показателями оборачиваемости всех оборотных средств и собственных оборотных средств.

Показатель оборачиваемости товарных запасов указывает на скорость их реализации, т. е. на то, сколько раз в среднем за год были реализованы товарные запасы. Рост данного показателя говорит об эффективности вложения и использования средств в запасах, а следовательно, о росте товарооборота, прибыли и экономии издержек обращения. Значит, чем выше данный показатель, тем устойчивее финансовое положение организации. Однако в некоторых случаях ускорение оборачиваемости не ведет к росту прибыли, так как могут быстро реализоваться отдельные социально значимые товары с ограниченной торговой надбавкой. Также актуальным в настоящее время является показатель уровня запасов к среднемесячному товарообороту, отражающий долю товарных запасов в среднемесячном объеме реализации.

Критериальными показателями эффективности труда являются показатели производительности труда (табл. 9). В отличие от традиционно рассчитываемого показателя производительности труда по товарообороту в настоящее время необходимо знать, сколько прибыли и чистой продукции зарабатывает для организации каждый работник. Для этого необходимо динамику показателей производительности труда сравнивать с динамикой среднего дохода работника. Если темп роста среднего дохода выше темпа роста производительности труда, то это говорит об отсутствии научного подхода к оплате труда в организации, что может привести к потере мотивации труда и снижению результативных показателей организации.

Таблица 9. Показатели оценки эффективности использования трудовых ресурсов торговли

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
1. Среднесписочная численность работников торговли, чел.	Форма № 1-Т (торг) «Отчет по труду» (стр. 113, колонка 1)
2. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.	Форма № 1-Т (торг) «Отчет по труду» (стр. 113, колонка 2)
3. Расходы на оплату труда, относимые на расходы на реализацию товаров: 3.1. В сумме, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 020, колонка 1)
3.2. В процентах к товарообороту	Стр. 3.1 : стр. 5 табл. 9 · 100
4. Расходы на оплату труда, производимые из прибыли: 4.1. В сумме, млн р.	Стр. 2 – стр. 3.1 табл. 9
4.2. В процентах к товарообороту	Стр. 4.1 : стр. 5 табл. 9 · 100

5. Розничный товароборот, млн р. : 5.1. В действующих ценах	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр. 03, колонка 1)
5.2. В ценах базисного года	Стр. 5.1 : совокупный индекс цен
6. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
7. Чистая продукция, млн р.	Стр. 3.1 + стр. 8 табл. 9
8. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)

Окончание табл. 9

Показатели	Источники информации и алгоритм расчета
9. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.	Стр. 290 – стр. 210 бухгалтерского баланса × доля розничного товарооборота в валовой выручке : : 100 + форма №1-торг (розница) «Отчет о розничной торговле» за отчетный и предшествующий годы (стр. 92, среднее арифметическое колонки 3)
10. Производительность труда, измеренная, млн р. : 10.1. Товарооборотом в действующих ценах	Стр. 5.1 : стр. 1 табл. 9
10.2. Товарооборотом в сопоставимых ценах	Стр. 5.2 : стр. 1 табл. 9
10.3. Валовым доходом от реализации	Стр. 6 : стр. 1 табл. 9
10.4. Чистой продукцией	Стр. 7 : стр. 1 табл. 9
10.5. Прибылью	Стр. 8 : стр. 1 табл. 9
11. Средняя заработная плата, млн р.	Стр. 2 : стр. 1 табл. 9
12. Доля фонда заработной платы в чистой продукции, %	Стр. 2 : стр. 7 табл. 9 · 100
13. Фондовооруженность, млн р.	Стр. 9 : стр. 1 табл. 9
14. Рентабельность фонда заработной платы, %	Стр. 8 : стр. 2 табл. 9 · 100
15. Доходность фонда заработной платы, млн р.	Стр.6 : стр. 2 табл. 9
В том числе по чистой продукции, млн р.	Стр. 7 : стр. 2 табл. 9

Важное значение при оценке эффективности труда отводится анализу соотношений различных частей фонда заработной платы и его доли в чистой продукции в динамике. Рост эффективности труда можно оценить, используя следующее соотношение:

$$T_{ПТnm} > T_{ПТчп} > T_{ПТвд} > T_{ПТm} > T_{ФВ} > T_{СЗП},$$

где $T_{ПТnm}$ – темп роста производительности труда по прибыли;
 $T_{ПТчп}$ – темп роста производительности труда по чистой продукции;
 $T_{ПТвд}$ – темп роста производительности труда по валовому доходу от реализации;
 $T_{ПТm}$ – темп роста производительности труда по товарообороту;
 $T_{ФВ}$ – темп роста фондовооруженности;
 $T_{СЗП}$ – темп роста средней заработной платы работника.

6. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕКУЩИХ РАСХОДОВ

Еще одним блоком в системе показателей экономической эффективности считаются показатели оценки эффективности расходов на реализацию (издержек обращения) (табл. 10). Необходимость этого анализа заключается в том, что ресурсы организации (материальные, финансовые, трудовые) в ходе хозяйственной деятельности трансформируются и находят свое отражение (переходят) в различных статьях расходов.

Таблица 10. Показатели оценки эффективности расходов на реализацию товаров организаций торговли

Название показателей	Источники информации и алгоритм расчета
1. Розничный товароборот, млн р.	Форма № 12-торг «Отчет о товарообороте и запасах товаров» (стр.03, колонка 1)
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 140, колонка 1)
3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 100, колонка 1)
4. Расходы на оплату труда, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 020, колонка 1)
5. Расходы по кредиту, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 018, колонка 1)
6. Транспортные расходы, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 011, колонка 1)
7. Материальные затраты, млн р.	Форма № 3 бухгалтерского баланса «Отчет о расходах на реализацию товаров» (стр. 010, колонка 1)
8. Валовой доход от реализации в тор-	Форма № 3 бухгалтерского баланса «От-

говле, млн р.	чет о расходах на реализацию товаров» (стр. 110, колонка 1)
9. Уровень расходов на реализацию, %	Стр. 3 : стр. 1 табл. 10 · 100
10. Расходоотдача, р.	Стр. 1 : стр. 3 табл. 10
11. Уровень расходов на оплату труда, %	Стр. 4 : стр. 1 табл. 10 · 100
12. Уровень материальных затрат, %	Стр. 7 : стр. 1 табл. 10 · 100
13. Уровень расходов по кредиту, %	Стр. 5 : стр. 1 табл. 10 · 100
14. Уровень транспортных расходов, %	Стр. 6 : стр. 1 табл. 10 · 100
15. Доля расходов на реализацию в валовом доходе, %	Стр. 3 : стр. 8 табл. 10 · 100
16. Рентабельность расходов на реализацию (издержек обращения), %	Стр. 2 : стр. 3 табл. 10 · 100

Так, трудовые ресурсы находят свое стоимостное выражение в статье «Расходы на оплату труда», а основные средства – «Амортизация», оборотные средства – в расходах по кредиту, без которого не может функционировать торговая организация. Поэтому, кроме традиционно рассчитываемых показателей эффективности текущих затрат предлагается также оценивать структуру издержек по укрупненным статьям расходов и динамику их доли в валовом доходе от реализации. Оценивая динамику состава расходов, можно использовать следующие соотношения, характерные для эффективного развития при снижении общего уровня расходов на реализацию товаров (издержек обращения):

$$T_{PPM} > T_{PK},$$

$$T_{MЗ} > T_{РОТ},$$

где $T_{MЗ}$ – темп изменения материальных затрат;

$T_{РОТ}$ – темп изменения расходов на оплату труда;

T_{PPM} – темп изменения расходов на реализацию товаров (издержек обращения);

T_{PK} – темп изменения расходов по уплате банку процентов за кредит.

Необходимо также оценивать место расходов на реализацию товаров в соотношениях эффективного развития, отраженных ранее.

7. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ

Эффективность торговой сделки – экономическая категория, отражающая с какой доходностью и прибыльностью от вложенных ресурсов и понесенных затрат реализуются отдельные партии товаров.

Расчет эффективности торговой сделки проведем на условном примере.

Пример. Коммерческой службой торговой организации было проведено маркетинговое исследование, в ходе которого была изучена конъюнктура рынка трикотажных товаров в районе деятельности, а также спрос населения на эти товары. В результате этого была закуплена партия товаров у производителя на сумму 50 млн р. без НДС, под банковский кредит, проценты по которому составляют 12% годовых. На основании результатов маркетингового исследования коммерческая служба рассчитывает реализовать эту партию в течение 30 дней, установив торговую надбавку в размере 30% к покупной стоимости товаров. Налог на добавленную стоимость составляет 20%, расходы, связанные с закупкой и реализацией партии, – 13,5 млн р.

Расчет прибыли, которую торговая организация планирует получить от торговой сделки, производят следующим образом:

$$П = ВД - Р, \quad (19)$$

где $П$ – прибыль от торговой сделки (реализации партии товара) млн р.;

$ВД$ – валовой доход от реализации партии, млн р.

$Р$ – расходы по закупке и реализации партии (издержки обращения), млн р.

1. Сумма торговой надбавки (валового дохода от реализации) составляет:

$$\frac{50 \cdot 30}{100} = 15 \text{ млн р.}$$

2. Сумма прибыли равна:

$$15 - 13,5 = 1,5 \text{ млн р.}$$

Из приведенных выше расчетов видно, что в результате продажи партии товаров торговая организация получит прибыль в размере 1,5 млн р. Однако эта прибыль будет получена лишь при условии, что товар реализуется в течение 30 дней. Если срок реализации будет увеличиваться, то будут увеличиваться расходы, связанные с продажей товаров и, в первую очередь, расходы, связанные с уплатой банку процентов за пользование кредитом. Поэтому в условиях конкуренции работникам, занятым закупкой и реализацией товаров, необходимо углубленно изучать спрос и его структуру, чтобы в соответствии с ней закупать товары для снижения и оптимизации расходов и максимизации прибыли.

Для определения эффективности данной сделки необходимо знать сумму ежедневных расходов по уплате процентов за кредит, при которых организация получит необходимую прибыль:

- Среднедневная ставка процента по кредиту равна:

$$\frac{12}{360} = 0,033.$$

- Сумма ежедневных расходов по кредиту составляет:

$$\frac{50 \cdot 0,033}{100} = 0,017 \text{ млн р.}$$

Если в течение 30 дней партия трикотажных изделий не будет реализована, то каждый день увеличения срока реализации (замедление товарооборачиваемости) приведет к росту расходов по уплате процентов за кредит на 0,017 млн р. Соответственно, на эту сумму будет снижаться и прибыль. В этом случае прибыли от реализации данной партии товаров хватит еще на 88 дней (1,5 млн р. : 0,017 млн р.). Следовательно, от умения закупать быстро реализуемые, т. е. пользующиеся спросом партии товаров, во многом зависит прибыльность или убыточность организации в целом, а также ее конкурентоспособность и успех на рынке.

При этом торговую сделку можно будет считать эффективной, если выполняются прогнозные условия закупки и реализации товаров.

Далее рассчитаем объем коммерческой сделки, т. е. оборот по реализации партии товаров. Оборот по реализации партии товаров включает в себя покупную стоимость товаров, торговую надбавку на реализованные товары и НДС. Таким образом, объем коммерческой сделки будет рассчитываться следующим образом:

$$(50+15) \cdot 1,2 = 78 \text{ млн. р.},$$

где 1,2 – коэффициент ставки НДС.

3. Рассчитаем показатели экономической эффективности торговой сделки:

- Рентабельность продаж равна:

$$\frac{1,5}{78} \cdot 100 = 1,92\% .$$

- Рентабельность текущих расходов составляет:

$$\frac{1,5}{13,5} \cdot 100 = 11,1\% .$$

- Уровень текущих расходов равен:

$$\frac{13,5}{78} \cdot 100 = 17,3 \%$$

- Рентабельность средств, вложенных в закупку товаров, составит:

$$\frac{1,5}{50} \cdot 100 = 3\%$$

- Уровень расходов по кредиту равен:

$$\frac{30 \cdot 0,033}{78} \cdot 100 = 1,26\%$$

- Доля прибыли в валовом доходе от реализации равна:

$$\frac{1,5}{15} \cdot 100 = 10\%$$

- Доля расходов на реализацию (издержек обращения) в валовом доходе составит:

$$\frac{13,5}{15} \cdot 100 = 90\%$$

Эффективность коммерческой деятельности необходимо оценивать не только с экономической, но и с социальной стороны, так как функциональное назначение торговли заключается в качественном удовлетворении спроса обслуживаемого населения и экономии его времени. Особенно важно учитывать социальную эффективность в работе торговли. Поэтому критерием оценки социальной и экономической эффективности торговой сделки является ее прибыльность (рентабельность) при высокой оборачиваемости товаров. Прибыльность отражает экономическую эффективность, а высокая оборачиваемость – как экономическую, так и социальную эффективность (удовлетворение спроса и качество обслуживания) при отсутствии товарного дефицита.

Рассчитанные показатели необходимо сравнивать с аналогичными показателями подобных сделок с целью выявления наиболее эффективной из сделок для изыскания неиспользованных возможностей роста эффективности торговой деятельности.

Рост экономической эффективности каждой отдельно взятой сделки ведет к росту эффективности использования всех экономических ресурсов и, следовательно, к повышению эффективности деятельности всей организации.

8. ПОКАЗАТЕЛИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ

Система показателей социальной эффективности состоит из трех групп показателей:

1. Показатели, характеризующие удовлетворение покупательского спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого населения при приобретении товаров и получении услуг.

2. Показатели, характеризующие условия и характер труда, жизни и быта работников торговли.

3. Показатели, характеризующие проявление социальной эффективности на общественном уровне.

К показателям, характеризующим удовлетворение покупательского спроса, снижение затрат и экономию времени обслуживаемого контингента населения на приобретение товаров, относятся следующие:

- Степень освоения покупательных фондов населения на покупку товаров и услуг ($C = rd : n$) исчисляется в процентах как отношение объема товарооборота (rd) к сумме покупательных фондов населения (n). Если покупательные фонды используются не полностью, то имеет место неудовлетворенный спрос обслуживаемого населения. Стопроцентное их использование означает полное удовлетворение спроса. Если расходы на покупку товаров и услуг превышают заработанную сумму, то это свидетельствует о дополнительном привлечении денежных средств населения из его сбережений. Однако по одному значению (C) нельзя судить о тенденции в изменении степени удовлетворения спроса. Поэтому большое значение имеет динамика этого показателя, которая характеризуется следующим индексом:

$$U_c = \frac{C_1}{C_0}.$$

- Товароборот на одного человека, или одну семью обслуживаемого населения по всем товарам или товарным группам, видам оборота. Эти показатели дают представление о различиях в уровне товарного потребления материальных благ в территориальном разрезе. Они могут быть исчислены и в стоимостном, и в натуральном выражении, и их необходимо сравнивать с физическими нормами потребления и показателями за предшествующие годы в сопоставимом виде.

- Коэффициент завершенности покупки – соотношение числа посетителей, совершивших покупку, к общему числу посетителей за определенный период. Он отражает степень соответствия предлагаемых товаров спросу покупателей и зависит от качества обслуживания.

- Коэффициент заменяемости или вынужденной покупки – соотношение числа посетителей, совершивших покупки в зависимости не от их спроса, а от наличия товаров к общему числу посетителей. Следует отметить, что покупатель, совершивший вынужденную покупку, уходит с торгового объекта не до конца удовлетворенным, так как обычно заменяющий товар покупается в меньшем количестве, т. е. покупка носит экспериментальный характер.

- Показатели обеспеченности населения организациями торговли – число торговых объектов на 1 тыс. населения и число посадочных мест на 1 тыс. населения; площадь торгового зала на 10 тыс. жителей, 100 семей.

- Степень соответствия фактической обеспеченности населения торговой площадью согласно установленному нормативу. Степень охвата населения дополнительными услугами торговли характеризует долю населения, охваченную дополнительными услугами, и измеряется количеством дополнительных услуг на одну организацию (одного покупателя). Коэффициент дополнительных услуг определяется отношением числа услуг, фактически оказываемых торговыми объектами организаций, к числу услуг, предусмотренных установленным перечнем. Полученный результат можно разделить на число наблюдений.

- Коэффициент устойчивости ассортимента товаров и услуг характеризует степень соответствия фактического ассортимента товаров и услуг ассортиментному перечню в течение определенного периода времени и определяется путем деления разновидности товаров и услуг, имеющихся в наличии в момент наблюдения, на количество разновидностей товаров и услуг по ассортиментному перечню.

- Обеспеченность населения фасованными и упакованными товарами. Уровень этого показателя можно характеризовать через коэффициент фасованности товаров.

- Денежная экономия доходов обслуживаемого населения от уровня ограничения торговых надбавок. Некоторые организации торговли работают с убытками, так как предельные торговые надбавки на социально значимые товары не покрывают текущих расходов. В результате этого получается, что у населения образуется экономия денежных средств, равная сумме убытков торговых организаций от реализации социально значимых товаров, что указывает на снижение экономической и рост социальной эффективности торговли.

- Затраты времени покупателей в среднем на одну покупку и на рубль покупок. Эти два показателя, дополняя друг друга, характеризуют размер затрат времени покупателей на единицу эффекта. Второй по отношению к первому является обратным показателем. Эффект от этих показателей виден тогда, когда они имеют тенденцию к снижению.

- Затраты времени одного покупателя – отношение суммы затрат времени посетителей за день (месяц или год) к числу посетителей (покупателей).
- Степень применения прогрессивных методов продажи рассчитывается как отношение розничного товарооборота, полученного прогрессивными методами продажи, к общему объему товарооборота.
- Коэффициент соотношения активных и пассивных затрат времени покупателей в торговле. К пассивным затратам времени относятся затраты времени на ожидание в очередях и расчеты. Остальное время называется активным, повышение которого приводит к экономии времени покупателей.
- Затраты времени покупателей на одну покупку – время, затраченное на ознакомление с ассортиментом и выбор товара, ожидание в очереди для входа в отдел или секцию, ожидание в очереди к кассиру и расчет, дорогу в торговую точку и обратно, на повторное посещение, при приобретении товаров вне места жительства и др.
- Уровень соответствия числа посетителей (потенциальных покупателей) пропускной способности обслуживающих объектов торговли. Если этот коэффициент больше единицы, то покупатели будут стоять в очереди и ждать, когда их обслужат, что приведет к потере времени.
- Уровень правовой защищенности потребителей, рассчитываемый как отношение числа покупателей, требования которых были удовлетворены в соответствии с законодательством, к общему числу покупателей, выдвинувших требования.
- Профессиональный и культурный уровень торгово-оперативных работников.

Вторую группу показателей социальной эффективности торговли составляют показатели, *характеризующие условия и характер труда, жизни и быта работников торговли.*

В повышении социальной эффективности большое значение имеют показатели заменяемости торгово-технологического оборудования. Для повышения производительности труда и социальной эффективности роста уровня механизации и автоматизации недостаточно. Необходимо создавать и внедрять автоматизированное рабочее место работников торговли.

Важными показателями социальной эффективности торговли, *характеризующими условия и характер труда, жизни и быта работников,* являются следующие:

- Уровень обеспеченности работников современными орудиями и средствами труда.
- Уровень обеспеченности жильем и транспортными средствами.
- Уровень повышения квалификации.

- Уровень интеллектуального содержания труда, отношений в коллективе, зрелости и социальной активности коллектива, инновационной деятельности работников.

- Уровень престижности и популярности профессий среди населения, особенно, среди молодежи и др.

- Санитарно-гигиенические показатели условий труда, такие, как уровень освещенности рабочих мест, температурные условия (уровень обеспеченности теплом и холодом), воздушная среда (загазованность, запыленность, сырость и др.), уровень обеспеченности санитарно-бытовыми помещениями и их состояние.

- Уровень текучести и закрепляемости кадров показывающий, что работник не увольняется тогда, когда его полностью устраивают условия работы и данная работа обеспечивает ему хорошую жизнь. Следовательно, эти показатели являются центральными показателями второй группы показателей социальной эффективности.

- Уровень предоставления работникам организаций торговли (пайщикам) различных льгот (бесплатное обучение в учебных заведениях, оздоровление, отдых, скидки со стоимости набора товаров и др.).

- Уровень реальной средней заработной платы, во многом отражающий уровень жизни работников.

Проявление социальной эффективности организаций торговли на общественном уровне выражается удельным весом суммы налогов и обязательных отчислений организации из прибыли и товарооборота (выручки), отражающим вклад организации в целом и торговли в частности в решение социальных задач общества.

Для совершенствования оценки качества обслуживания (тем более, что не все показатели можно рассчитать) в условиях рыночных отношений, когда все субъекты хозяйствования будут заниматься маркетингом, необходимо проводить социологические исследования при помощи анкетных опросов. Например, анкета состоит из 5 – 7 вопросов, отражающих качество обслуживания или другую сторону социальной эффективности торговли. Каждый из вопросов оценивается по трехбалльной системе:

- x_1 – вполне удовлетворяет (10 баллов);
- x_2 – среднее значение (5 баллов);
- x_3 – неудовлетворительно (1 балл).

Для расчета среднего уровня оценки качества производится распределение всех ответов на вопросы анкеты согласно полученным значениям. Тогда средний уровень оценки качества торговли (VO_k) можно определить следующим образом:

$$VO_k = \frac{(K_1 \cdot K_1) + (K_2 \cdot K_2) + (K_3 \cdot K_3)}{K},$$

где k_1 – количество удовлетворительных ответов;
 k_2 – количество средних значений;
 k_3 – количество неудовлетворительных значений;
 k – общее количество вопросов анкеты.

Чем ближе будет полученный показатель к десяти, тем выше качество обслуживания в исследуемой организации. Если каждому показателю установить коэффициенты значимости, т. е. определить степень их приоритетности по удельным весам этих коэффициентов, то можно избавиться от принципа равноценного подхода к анализируемым показателям. Таким образом, понятие «качество торговли» выражает меру выполнения торговлей своей основной функции – удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах.

9. ПОНЯТИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

Понятие «конкуренция» в последние годы плотно вошло в нашу жизнь в связи с тем, что национальная экономика уверенными темпами идет по пути рыночных реформ. Как элемент внешней среды организации конкуренция представляет собой экономическое соперничество за улучшение условий работы, большую долю рынка, потребителей.

Важным направлением экономического анализа является анализ конкурентной позиции организации. Под *конкурентоспособностью* организации понимается его способность приносить прибыль на вложенный капитал в краткосрочном периоде не ниже заданной, или превышение рентабельности в краткосрочном периоде по сравнению со среднеотраслевой в соответствующей отрасли. В общем виде конкурентоспособность – это эффективность функционирования организации в краткосрочном периоде.

Для обеспечения конкурентоспособности организации необходимо наращивать *конкурентный потенциал*, который означает потенциальную возможность сохранять или увеличивать стратегическую конкурентоспособность. Этот показатель определяется совокупностью параметров, определяющих возможность (потенциал) и способность организации эффективно функционировать на рынке, т. е. удерживать или увеличивать свою рыночную долю, иметь достаточную рентабельность, а также финансовую устойчивость в перспективе.

Задачей анализа конкурентоспособности является изучение возможностей компании организовывать и развивать основной вид деятельности в реальных условиях с учетом нестабильности факторов внешней среды и их неопределенности.

Анализ конкурентоспособности включает определение и оценку главных конкурентных сил, на основе которых руководство формулирует основные варианты конкурентных стратегий.

Таким образом, под конкурентоспособностью организации понимается ее умение эффективно работать в условиях рынка.

Составляющими эффективной и конкурентной работы организаций торговли является, с одной стороны, высокое качество предлагаемых товаров и обслуживания, послепродажный сервис, новизна применяемых технологий (социальная эффективность), а с другой стороны, – эффективная деятельность по всем ключевым направлениям (экономическая эффективность) (рис.4).

Составляющие конкурентоспособности взаимосвязаны и взаимообусловлены. Так, если организация реализует товары ненадлежащего качества, значит, они не будут своевременно реализованы, снизится спрос и объемы продаж, а соответственно, и прибыль. Поэтому при оценке конкурентоспособности организаций торговли важны как социальный, так и экономический аспекты.



*Рис.4. Факторы, определяющие конкурентоспособность
торговой организации*

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Наиболее распространенным методом оценки конкурентоспособности организации является метод ранжирования. Его суть заключается в том, что для оценки организации в целом или отдельного направления ее деятельности определяется перечень показателей, сопоставимых с аналогичными показателями других организаций и среднерыночными (отраслевыми) показателями. В зависимости от количества участвующих в оценке организаций каждому показателю присваивается место (ранг) от одного (лучшее значение) до n (худшее значение). Чем меньше сумма этих рангов, тем выше место организации в рейтинговой оценке.

Постановлением Правления Белкоопсоюза «О критериях оценки деятельности организаций потребительской кооперации» от 20 октября 2009 г. №444/36 утверждены критерии оценки результатов деятельности организаций потребительской кооперации, нацеленные на выполнение основных показателей развития отраслей деятельности в рамках выполнения Программы совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005–2010 гг. Для облпотребсоюзов и райпо эта оценка проводится методом ранжирования по следующим показателям:

- Темп роста совокупного объема деятельности.
- Изменение доли рынка по розничному товарообороту.
- Объем экспорта.
- Экспортно-импортное сальдо.
- Усредненный показатель по внешнеэкономической деятельности.
- Уровень привлечения иностранных инвестиций.
- Показатель по энергосбережению.
- Рентабельность совокупного объема деятельности.
- Изменение рентабельности.
- Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.
- Изменение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами.
- Коэффициент текущей ликвидности.
- Изменение коэффициента текущей ликвидности.
- Доля убыточных организаций.
- Просроченная кредиторская задолженность в процентах (по совокупному объему деятельности).
- Среднемесячная заработная плата на одного работника.

Рассчитанные ранги определяют место организации (облпотребсоюза, райпо) по эффективности всей хозяйственно-финансовой деятельности. В связи с тем, что торговля является основной отраслью потребительской кооперации, в которой проявляется ее социально-экономический эффект, необходимо также оценивать эффективность и конкурентоспособность именно торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Уровень конкурентоспособности организации торговли или торговой отрасли целесообразно оценивать путем расчета обобщающих показателей социально-экономической эффективности и определения оптимального соотношения между экономической и социальной эффективностью, что особенно важно для организаций потребительской кооперации, основным видом деятельности которых является торговля.

Для коммерческих организаций уровень конкурентоспособности можно оценить путем сравнения составляющих комплексного показателя экономической эффективности с аналогичными показателями конкурентов или со среднерыночными показателями.

Расчет обобщающего показателя социально-экономической эффективности торговой организации предлагается производить по формуле

$$O_{cэ} = \sqrt{\mathcal{E} \cdot C},$$

где $O_{cэ}$ – значение обобщающего показателя социально-экономической эффективности торговой деятельности;

\mathcal{E} – комплексный показатель экономической эффективности;

C – комплексный показатель социальной эффективности.

Комплексные показатели экономической и социальной эффективности рассчитываются как сумма квадратов матричных значений показателей:

$$\mathcal{E} = \sum_{n=1}^6 \mathcal{E}^{n^2},$$

$$C = \sum_{n=1}^6 C^{n^2},$$

где \mathcal{E}^{n^2} , C^{n^2} – суммы квадратов матричных значений показателей;
 n – количество отобранных показателей экономической и социальной эффективности.

В расчет комплексного показателя экономической эффективности предлагается включать следующие показатели, отражающие различные стороны экономической эффективности в современных условиях:

- темп роста физического объема розничного товарооборота;
- рентабельность продаж;
- расходотдача;
- производительность труда;
- доля рынка;
- товарооборачиваемость (раз).

Для расчета значений комплексных показателей берется максимальное значение конкретного показателя за определенный период и принимается за единицу. Остальные показатели или показатели других организаций делятся на это максимальное значение. Расположение значений этих показателей называют *матрицей координат*. Далее, элементы матрицы координат возводятся в квадрат и суммируются по каждой организации отдельно по строкам, в результате чего получается комплексный показатель экономической эффективности.

Для расчета комплексного показателя социальной эффективности предлагается использовать значения следующих показателей:

- розничный товарооборот на 1 жителя;
- количество торговых работников, приходящихся на 1 тыс. жителей обслуживаемого населения;
- доля магазинов самообслуживания в общем количестве магазинов;
- количество торговых объектов в среднем на 1 тыс. жителей;
- средняя заработная плата;
- торговая площадь на 1 тыс. жителей.

Отдельно взятые значения комплексных показателей социальной и экономической эффективности ничего не означают. Присвоив же ранговые места каждому показателю по мере убывания, можно определить, какая организация сработала более эффективно как в социальном, так и в экономическом аспекте. При этом лучшей организации, т. е. той, где выше социальная или экономическая эффективность, соответствует большее значение комплексного показателя.

Следует отметить, что такого принципа нельзя придерживаться при определении *мест значения социально-экономической эффективности или конкурентоспособности*, так как максимальное значение обобщающего показателя социально-экономической эффективности не всегда соответствует организации, где она выше, и наоборот. Для достижения социально-экономической эффективности должны быть высокими как показатели экономической, так и социальной эффективности.

Для объективной оценки конкурентоспособности тех организаций, где достижение высокой экономической эффективности произошло за счет снижения социальной, и наоборот, ее необходимо оценивать не по величине обобщающего показателя, а по оптимальному соотношению ранговых мест, так как уровни социальной и экономической эффективности должны находиться в оптимальном соотношении для роста конкурентоспособности в целом.

Оптимальное состояние эффективности организации достигается тогда, когда невозможно увеличить экономическую эффективность, не снизив социальную, и наоборот.

Чтобы определить ранговые места по уровню конкурентоспособности на основании оптимального сочетания обеих сторон эффективности, необходимо сопоставить сумму мест комплексных показателей с ее разностью по модулю. Критерием распределения мест будет соответствие минимального значения суммы и модульной разницы ранговых мест:

$$Mэ + Mс \rightarrow \min;$$

$$|Mэ - Mс| \rightarrow \min,$$

где $Mэ$, $Mс$ – ранговые места значений комплексных показателей экономической и социальной эффективности (конкурентоспособности).

Методика определения уровня конкурентоспособности может быть использована в организациях торговли различных организационно-правовых форм, которые имеют в своем составе унитарные организации торговли или в организациях торговли, где ведется отдельный учет по каждому магазину.

11. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для оценки конкурентоспособности розничной торговли областных союзов потребительских обществ потребительской кооперации Республики Беларусь за 2008 г. применим подходы, изложенные выше.

В таблицах 11 и 12 представлены показатели для расчета комплексных показателей экономической и социальной эффективности розничной торговли Белкоопсоюза.

Таблица 11. Показатели сравнительной оценки экономической эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по облпотребсоюзам за 2008 г.

Облпотребсоюз	Показатели					
	Темп роста физического объема розничного товарооборота, %	Рентабельность продаж, %	Расходо-отдача, р.	Производительность труда, тыс. р.	Доля рынка, %	Товарооборачиваемость, раз
Брестский	115,0	0,65	5,68	8679	20,9	9,6
Витебский	113,3	0,69	5,96	9065	20,1	9,6
Гомельский	112,8	0,76	5,51	9076	19,0	8,9
Гродненский	114,2	0,61	5,47	7856	15,9	9,1
Минский	114,2	0,21	5,80	8363	20,9	9,5
Могилевский	114,4	0,38	5,51	8327	19,2	10

Из табл. 11 видно, что по темпу роста физического объема товарооборота Брестский облпотребсоюз находится на первом месте (115%). При самых высоких темпах роста товарооборота Брестский облпотребсоюз имеет рентабельность продаж 0,65% (третье место), самую высокую долю рынка и товарооборачиваемость (9,6 раза). Наиболее высокий финансовый показатель наблюдается в Гомельском облпотребсоюзе, где рентабельность составляет 0,76%.

Из табл.12 видно, что по показателю товарооборота на одного жителя лидирующее положение занимает Витебский облпотребсоюз (1240,2 тыс. р.).

По показателю обеспечения населения торговой площадью на первом месте находится также Витебский облпотребсоюз (285 м² на 1 тыс. жителей). Однако не во всех организациях этот показатель достигает республиканского норматива обеспеченности населения торговой площадью (260 м² на 1000 человек), который утвержден постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30 мая 2003 г. № 724 «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики». Так, Брестский, Гомельский, Гродненский и Минский облпотребсоюзы не достигают этого норматива на 43, 84, 86 и 114 м² на 1 тыс. жителей соответственно, что является фактором снижения социальной эффективности торговли в сельской местности этих регионов и качества торгового обслуживания.

Таблица 12. Показатели сравнительной оценки социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по облпотребсоюзам за 2008 г.

Облпотребсоюз	Показатели					
	Розничный товарооборот на 1 жителя, тыс. р.	Количество торговых работников на 1 тыс. жителей, ед.	Доля магазинов самообслуживания, %	Количество торговых объектов на 1 тыс. жителей, ед.	Средняя заработная плата, тыс. р.	Торговая площадь на 1 тыс. жителей, м ²
Брестский	1009,9	9,6	65,4	2,5	636	217
Витебский	1240,2	11,4	78,7	3,1	588	285
Гомельский	747,6	6,9	67,1	1,9	629	176
Гродненский	668,9	7,0	57,2	2,0	563	174
Минский	636,1	6,3	44,8	1,7	608	146
Могилевский	1106,7	11,0	54,7	2,9	576	264

В таблицах 13 и 14 рассчитаны матрицы координат показателей экономической и социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по Белкоопсоюзу. Лучший показатель приравнивается к единице, а остальные определяются в виде коэффициентов по отношению к нему.

Таблица 13. Матрица координат показателей экономической эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по облпотребсоюзам в 2008 г.

Облпотребсоюз	Значения показателей экономической эффективности					
	Э ₁	Э ₂	Э ₃	Э ₄	Э ₅	Э ₆
Брестский	1	0,85	0,95	0,96	1	0,96
Витебский	0,98	0,91	1	0,99	0,96	0,96
Гомельский	0,98	1	0,92	1	0,91	0,89
Гродненский	0,99	0,80	0,93	0,87	0,76	0,91
Минский	0,99	0,28	0,97	0,92	1	0,95
Могилевский	0,99	0,50	0,92	0,92	0,92	1

Таблица 14. Матрица координат показателей социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по облпотребсоюзам в 2008 г.

Облпотребсоюз	Значения показателей социальной эффективности					
	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆
Брестский	0,81	0,84	0,83	0,81	1	0,76
Витебский	1	1	1	1	0,92	1
Гомельский	0,60	0,61	0,85	0,61	0,99	0,62
Гродненский	0,54	0,61	0,73	0,65	0,89	0,62
Минский	0,51	0,55	0,57	0,55	0,96	0,51
Могилевский	0,89	0,96	0,7	0,93	0,91	0,93

В таблицах 15 и 16 рассчитываются квадраты значений матрицы координат и комплексные показатели экономической и социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь за 2008 г. и определяются их ранговые места.

Таблица 15. Результаты сравнительной комплексной оценки экономической эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь по облпотребсоюзам за 2008 г.

Облпотребсоюз	Квадраты значений матрицы координат						Комплексный показатель (Э)	Место
	Э ₁ ²	Э ₂ ²	Э ₃ ²	Э ₄ ²	Э ₅ ²	Э ₆ ²		
Брестский	1	0,72	0,9	0,92	1	0,92	5,46	2
Витебский	0,96	0,83	1	0,98	0,92	0,92	5,61	1
Гомельский	0,96	1	0,85	1	0,83	0,79	5,39	3
Гродненский	0,98	0,64	0,86	0,76	0,58	0,83	4,65	6
Минский	0,98	0,08	0,95	0,85	1	0,9	4,76	5
Могилевский	0,98	0,25	0,85	0,85	0,85	1	4,78	4

Как видно из табл. 15 по экономическим показателям эффективности торговой деятельности лидирует Витебский облпотребсоюз (самый высокий комплексный показатель).

По социальной эффективности Витебский облпотребсоюз также занимает в 2008 г. лидирующую позицию.

Таблица 16. Результаты сравнительной комплексной оценки социальной эффективности розничной торговли потребительской кооперации Республики Беларусь в 2008 г.

Облпотребсоюз	Квадраты значений матрицы координат						Комплексный показатель (С)	Место
	C_1^2	C_2^2	C_3^2	C_4^2	C_5^2	C_6^2		
Брестский	0,66	0,7	0,69	0,66	1	0,58	4,29	3
Витебский	1	1	1	1	0,85	1	5,85	1
Гомельский	0,36	0,37	0,72	0,37	0,98	0,38	3,18	4
Гродненский	0,29	0,37	0,53	0,42	0,79	0,38	2,78	5
Минский	0,26	0,3	0,32	0,3	0,92	0,26	2,36	6
Могилевский	0,79	0,92	0,49	0,86	0,83	0,86	4,75	2

Как видно из таблиц 15 и 16 ранговые места облпотребсоюзов по уровню социальной и экономической эффективности в основном не совпадают. Там, где выше экономическая эффективность, ниже социальная, и наоборот.

В табл. 17 рассчитаны обобщающие показатели социально-экономической эффективности.

Таблица 17. Обобщающие показатели, ранговые места облпотребсоюзов по социально-экономической эффективности розничной торговли за 2008 г.

Облпотребсоюз	Комплексный показатель экономической эффективности (Э)	Комплексный показатель социальной эффективности (С)	Обобщающий показатель $(O_{сэ} = \sqrt{Э \times С})$	Ранговые места по уровню социально-экономической эффективности
Брестский	5,46	4,29	4,84	2
Витебский	5,61	5,85	5,73	1
Гомельский	5,39	3,18	4,14	4
Гродненский	4,65	2,78	3,59	5
Минский	4,76	2,36	3,35	6
Могилевский	4,78	4,75	4,76	3

Как видно из табл. 17 по уровню социально-экономической эффективности лидирует Витебский облпотребсоюз.

На основании критериев оценки конкурентоспособности организаций торговли (стремление к минимуму суммы и модульной разницы значений ранговых мест комплексных показателей) в табл. 18 произведено распределение ранговых мест облпотребсоюзов по уровню конкурентоспособности их торговой деятельности.

Таблица 18. Ранговые места облпотребсоюзов по уровню конкурентоспособности розничной торговли в 2008 г.

Облпотребсоюз	Сумма ранговых мест комплексных показателей	Модульная разница значений комплексных показателей	Ранговые места по уровню конкурентоспособности торговли
Брестский	5	1	2
Витебский	2	0	1
Гомельский	7	1	4
Гродненский	11	1	5–6
Минский	11	1	5–6
Могилевский	6	2	3

Как видно из расчетов в 2008 г. наибольшими конкурентными преимуществами обладала торговля Витебского, Брестского и Могилевского облпотребсоюзов, самый низкий уровень отраслевой конкурентоспособности торговли наблюдался в Минском и Гродненском облпотребсоюзах.

Таким образом, конкурентоспособность организации можно определить как по комплексному показателю социально-экономической эффективности, так и по критерию стремления к минимуму суммы и модульной разницы значений ранговых мест комплексных показателей. Результаты оценки конкурентоспособности этими способами практически совпадают.

При сравнительной оценке эффективности в отдельных торговых организациях можно учесть значимость (весомость) каждого из показателей, поскольку они оказывают различное влияние на формирование комплексных показателей. Самым распространенным является экспертный подход, при котором наиболее важному показателю присваивается вес (коэффициент), равный единице, а всем остальным – в порядке убывания в диапазоне от 1 до 0; либо коэффициент присваивается по значимости отдельных единичных показателей 1, 2, 3 ... n.

Следует отметить, что если включаемые в расчет показатели имеют различную значимость (весомость), то отдельные показатели умножаются на соответствующие ему коэффициенты, после чего они суммируются по каждой организации в отдельности.

Методику оценки конкурентоспособности можно применить и для отдельных райпо, сравнивая их показатели с аналогичными по облпотребсоюзам и по Белкоопсоюзу в целом, т. е. со среднеотраслевыми, а также для организаций торговли других организационных форм путем сравнения их показателей с показателями конкурентов и со среднеотраслевыми.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

1. Что понимается под экономической эффективностью функционирования организации?
2. В чем сущность социальной эффективности функционирования организации?
3. Охарактеризуйте понятие «социально-экономическая эффективность».
4. На какие группы показателей подразделяются показатели эффективности по степени обобщения оценки?
5. Что представляет собой система показателей оценки экономической эффективности?
6. Какими соотношениями характеризуются критерии экономической эффективности?
7. Как определяются валовая выручка и совокупные текущие расходы?
8. Какие показатели относятся к итоговым обобщающим показателям экономической эффективности?
9. Какое соотношение между показателями должно выполняться для роста экономической эффективности в целом по организации?
10. Какие показатели отражают эффективность розничной торговли? Методика расчета.
11. Как определяются доходность ресурсов и доходность затрат?
12. Как определяются показатели рентабельности торговой деятельности организации?
13. Как определяется эффективность использования основных средств торговли?
14. Какое соотношение показателей должно выполняться для роста фондоотдачи?
15. Какие показатели относятся к показателям эффективности использования оборотных средств торговли?
16. Как определяется оборачиваемость собственных и заемных средств торговли?
17. Методика определения скорости товарного обращения и товарооборачиваемости.
18. Какие показатели отражают эффективность использования трудовых ресурсов?
19. По какому соотношению показателей можно оценить эффективность использования трудовых ресурсов торговли?
20. По каким показателям следует оценивать эффективность текущих расходов торговой деятельности организации?

21. Какие показатели характеризуют экономические границы торговой деятельности?
22. Как определяются показатели, характеризующие экономические границы деятельности?
23. Что такое конкурентоспособность организации торговли?
24. Какие факторы определяют конкурентоспособность торговых организаций?
25. Какие существуют методы оценки конкурентоспособности организаций торговли?
26. По каким критериям (показателям) оценивается деятельность организаций потребительской кооперации в настоящее время?
27. Как определяется комплексный показатель экономической эффективности?
28. Как определяется комплексный показатель социальной эффективности?
29. Как определяется обобщающий показатель социально-экономической эффективности торговли?
30. По какому критерию определяется конкурентный статус организации торговли?

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕСТ

Ответьте на вопросы, выбрав один наиболее правильный ответ.

Вариант 1

1. На какие виды по характеру проявления результативности подразделяется эффективность торговли?

Варианты ответа:

- а) экономическую, инновационную;
- б) социальную, культурную, инвестиционную;
- в) экономическую, социальную, социально-экономическую;
- г) финансовую, экономическую.

2. Каким образом показатели эффективности деятельности подразделяются по назначению?

Варианты ответа:

- а) директивные, плановые, частные;

- б) плановые, аналитические, оценочные;
- в) сквозные, годовые, квартальные;
- г) экономические, качественные, частные.

3. Что характеризует показатели экономической эффективности?

Варианты ответа:

- а) доходность, удовлетворение спроса, быт работников;
- б) обобщение, результативность деятельности, ресурсы и расходы;
- в) экономию времени покупателей, результаты деятельности, прибыльность;
- г) условия труда, продажи, частные проявления.

4. Что такое валовая выручка?

Варианты ответа:

- а) сумма себестоимости расходов на реализацию и управленческих расходов;
- б) сумма себестоимости и операционных доходов;
- в) сумма выручки от реализации, внереализационных и реализационных доходов;
- г) сумма выручки от реализации и доходов от сдачи имущества в аренду.

5. Как определяется итоговая расходоотдача?

Варианты ответа:

- а) отношение выручки от реализации к издержкам обращения;
- б) отношение валовой выручки к совокупным расходам;
- в) отношение совокупных расходов к валовой выручке;
- г) отношение доходов от реализации к издержкам обращения.

6. Как определяется доля рынка организации торговли?

Варианты ответа:

- а) процентное соотношение розничного товарооборота организации к товарообороту зоны деятельности организации, полученному через возможные каналы реализации;
- б) отношение розничного товарооборота организации к товарообороту организаций конкурентной среды;

- в) процентное соотношение обслуживаемого населения к численности населения в регионе;
- г) отношение количества объектов торговой сети организации к количеству объектов торговой сети в зоне деятельности организации.

7. Как рассчитывается доходность экономических ресурсов?

Варианты ответа:

- а) отношение валового дохода от реализации к стоимости экономических ресурсов торговли;
- б) отношение выручки от реализации к стоимости экономических ресурсов организации;
- в) отношение чистой прибыли к валовому доходу от реализации;
- г) отношение чистой продукции к валовому доходу от реализации.

8. Как определяется скорость товарного обращения?

Варианты ответа:

- а) отношение розничного товарооборота к средней стоимости товарных запасов в покупных ценах;
- б) отношение выручки от реализации к стоимости собственных оборотных средств;
- в) отношение валового товарооборота к средней стоимости заемных средств;
- г) отношение розничного товарооборота к валовому доходу от реализации.

9. Как определяется расходоотдача торговли?

Варианты ответа:

- а) отношение расходов на реализацию товаров к розничному товарообороту;
- б) отношение розничного товарооборота к расходам на реализацию товаров;
- в) отношение прибыли от реализации в торговле к расходам на реализацию товаров;
- г) отношение валового дохода от реализации к расходам на реализацию товаров.

10. Как определяется рентабельность расходов на реализацию?

Варианты ответа:

- а) $\frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Себестоимость реализованных товаров}} \cdot 100;$
- б) $\frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Себестоимость реализованных товаров}} \cdot 100;$
- в) $\frac{\text{Прибыль от реализации в торговле}}{\text{Расходы на реализацию товаров}} \cdot 100;$
- г) $\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Совокупные расходы}} \cdot 100.$

Вариант 2

1. Какое соотношение представляет собой критерий эффективности?

Варианты ответа:

- а) результатов и ресурсов;
- б) прибыли и доходов;
- в) расходов и доходов;
- г) доходов и выручки.

2. Каким образом показатели эффективности подразделяются по степени обобщения оценки?

Варианты ответа:

- а) экономические и социальные;
- б) отраслевые и расчетные;
- в) результативные и затратные;
- г) обобщающие и частные.

3. На какие группы подразделяются показатели социальной эффективности?

Варианты ответа:

- а) удовлетворения спроса, экономии затрат потребителей, условий труда и жизни работников, общественного проявления;
- б) уровня жизни потребителей, общественного проявления, доходности и прибыльности;
- в) экономических ресурсов и затрат;

г) качества обслуживания, оценки результатов деятельности.

4. Каким образом определяются совокупные расходы?

Варианты ответа:

- а) сумма себестоимости и расходов на реализацию;
- б) сумма себестоимости и управленческих расходов;
- в) сумма себестоимости и операционных расходов;
- г) сумма себестоимости, операционных и внереализационных расходов.

5. Как рассчитывается итоговая ресурсоотдача?

Варианты ответа:

- а) отношение валовой выручки к экономическим ресурсам торговли;
- б) отношение экономических ресурсов к прибыли;
- в) отношение валовой выручки к экономическим ресурсам организации;
- г) отношение выручки от реализации к доходам от реализации.

6. Каким образом рассчитывается рентабельность экономических ресурсов торговли?

Варианты ответа:

- а) $\frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка от реализации}} \cdot 100$;
- б) $\frac{\text{Валовая прибыль}}{\text{Валовая выручка}} \cdot 100$;
- в) $\frac{\text{Прибыль от реализации в торговле}}{\text{Экономические ресурсы торговли}} \cdot 100$;
- г) $\frac{\text{Прибыль от внереализационных операций}}{\text{Выручка от реализации}} \cdot 100$.

7. Каким образом определяется доходность основных средств организации?

Варианты ответа:

- а) отношение прибыли от реализации к среднегодовой стоимости основных средств;
- б) отношение среднегодовой стоимости основных средств к валовому доходу от реализации;

в) отношение валовой прибыли к остаточной стоимости основных средств;

г) отношение валового дохода от реализации в торговле к среднегодовой стоимости основных средств торговли.

8. Как рассчитывается товарооборачиваемость в днях?

Варианты ответа:

а) отношение средней стоимости оборотных средств к среднедневной выручке;

б) отношение средней стоимости товарных запасов в покупных ценах к однодневному розничному товарообороту;

в) отношение средней стоимости заемных средств к однодневному товарообороту;

г) отношение средней стоимости собственных оборотных средств к однодневному товарообороту в покупных ценах.

9. Какое соотношение должно выполняться для роста эффективности использования трудовых ресурсов?

Варианты ответа:

а) превышение темпа роста фондовооруженности над темпами роста производительности труда;

б) превышение темпов роста производительности труда над темпами роста средней заработной платы;

в) превышение темпов роста средней заработной платы над темпами роста производительности труда;

г) превышение темпа роста фондоотдачи над темпом роста фондовооруженности.

10. Какие из нижеперечисленных показателей относятся к показателям социальной эффективности торговли?

Варианты ответа:

а) рентабельность продаж, доходность ресурсов, доля рынка;

б) производительность труда, фондоотдача, расходимость;

в) расходотдача, оборачиваемость товарных запасов, ресурсоемкость;

г) затраты времени на одну покупку, профессиональный уровень работников торговли, санитарно-гигиенические показатели условий труда.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2007–2010 годы : утв. Указом Президента Республики Беларусь от 26 марта 2007 г. № 136 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 79, 1/8435.

Гребнев, А. И. Совершенствование управления торговлей / А. И. Гребнев. – М. : Экономика, 1998. – 136 с.

Жигалов, В. Т. Эффективность торговли: сущность, оценка, тенденции : лекция / В. Т. Жигалов. – М. : МКИ, 1985. – 49 с.

Коробкин, А. З. Эффективность и конкурентоспособность функционирования организаций торговли: теоретико-методические аспекты : монография / А. З. Коробкин. – Гомель : КИП УП «Сож», 2005. – 72 с.

Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учеб. / Л. И. Кравченко. – Минск : Новое знание, 2009.

О критериях оценки деятельности организаций потребительской кооперации : постановление Правления Белкоопсоюза от 20 окт. 2009 г. №444/36. – Минск : Белкоопсоюз, 2009. – 11 с.

Основные показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2008 г. – Минск : Белкоопсоюз, 2009. – 77 с.

Писаренко, Н. П. Экономика, организация и планирование заготовок продукции сельского хозяйства / Н. П. Писаренко. – М. : Экономика, 1988. – 295 с.

Программы совершенствования деятельности потребительской кооперации на 2005 – 2010 годы : утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 авг. 2004 г. №1038 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2004. – №142.

Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006–2010 годы : утв. Указом Президента Республики Беларусь от 12 июня 2006 г. № 384 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2006. – № 92.

Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учеб. / А. М. Фридман. – М. : Дашков и К°, 2008. – 628 с.

Чечелова, Т. В. Экономическая эффективность общественного производства в период развитого социализма / Т. В. Чечелова. – М. : Наука, 1977.

Экономика предприятий торговли: учеб. пособие / Н. В. Максименко [и др.]; под общ. ред. Н. В. Максименко, Е. Е. Шишковой. – 2-е изд., испр. – Минск : Выш. шк., 2007. – 542 с.

Экономика предприятия отрасли. Экономика организации: учеб. наглядное пособие / авт.-сост. : А. З. Коробкин [и др.] ; под ред. А. З. Коробкина. – Гомель : Бел. торгово-экон. ун-т потребит. кооп., 2007. – 112 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

*В приложениях приведены формы аналитических таблиц
для выполнения курсовых и дипломных работ*

Приложение 1

Обобщающие показатели оценки экономической эффективности функционирования организации за первый – третий годы

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
<i>1. Ресурсоотдача, р.</i>					
1.1. Итоговая					
1.2. Торговли					
1.3. Других отраслей					
<i>2. Ресурсоемкость, р.</i>					
2.1. Итоговая					
2.2. Торговли					
2.3. Других отраслей					
<i>3. Расходоотдача, р.</i>					
3.1. Итоговая					
3.2. Торговли					
3.3. Других отраслей					
<i>4. Расходоёмкость, р.</i>					
4.1. Итоговая					
4.2. Торговли					
4.3. Других отраслей					
<i>5. Рентабельность, %</i>					
5.1. Итоговая					
5.2. Экономических ресурсов					
5.3. Совокупных расходов					
5.4. Торговли					
5.5. Других отраслей					

Приложение 2

**Показатели оценки эффективности розничной торговли организации
за первый – третий годы**

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Розничный товарооборот, млн р.:					
1.1. В действующих ценах					
1.2. В ценах базисного года					
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.					
3. Расходы на реализацию товаров, млн р.					
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.					
В том числе:					
4.1. Среднегодовая стоимость основ- ных средств торговли					
4.2. Среднегодовая стоимость оборот- ных средств торговли					
4.3. Фонд заработной платы работни- ков торговли					
5. Среднесписочная численность ра- ботников торговли, млн р.					
6. Численность обслуживаемого насе- ления, чел.					
7. Товарооборот зоны деятельности организации (через все каналы реали- зации), млн р.					
8. Ресурсоотдача, р.					
9. Расходоотдача, р.					
10. Уровень расходов на реализацию (издержек обращения), %					
11. Рентабельность продаж, %					
12. Производительность труда, млн р.:					
12.1. По товарообороту в действующи- х ценах					
12.2. По товарообороту в сопостави- мых ценах					
13. Товарооборот на 1 жителя, р.:					
13.1. В действующих ценах					
13.2. В ценах базисного года					
14. Доля рынка, %					

Алгоритм расчета влияния розничного товарооборота и экономических ресурсов на ресурсоотдачу за 20__–20__ гг.

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год	Подстановки			
			1-я	2-я	3-я	4-я
1. Розничный товарооборот, млн р.	0	1	1	1	1	1
2. Основные фонды торговли, млн р.	0	1	0	1	1	1
3. Оборотные средства торговли, млн р.	0	1	0	0	1	1
4. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.	0	1	0	0	0	1
Ресурсоотдача, р.	0	1	А	В	С	Д

Приложение 4

**Показатели оценки доходности торговой деятельности организации
за первый – третий годы**

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.					
2. Чистая продукция, млн р.					
3. Расходы на реализацию без расходов на оплату труда, млн р.					
4. Стоимость экономических ресурсов торговли, млн р.					
5. Прибыль от реализации в торговле, млн р.					
6. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.					
7. Расходы на оплату труда работников торговли, млн р.					
8. Розничный товароборот (оборот по реализации), млн р.					
9. Уровень валового дохода, %					
10. Уровень чистой продукции, %					
11. Доходность экономических ресурсов, р.					
12. Доходность затрат, р.					
13. Доходность чистой продукции, р.					
14. Доходность затрат по чистой продукции, р.					
15. Доля прибыли от реализации в валовом доходе от реализации, %					

Расчет влияния валовых доходов от реализации и экономических ресурсов на их доходность за 20__–20__ гг., млн р.

Показатели	Предшествующий год	Отчетный год	Подстановки			
			1-я	2-я	3-я	4-я
1. Валовой доход от реализации в торговле	0	1	1	1	1	1
2. Основные средства торговли	0	1	0	1	1	1
3. Оборотные средства торговли	0	1	0	0	1	1
4. Фонд заработной платы работников торговли	0	1	0	0	0	1
5. Доходность экономических ресурсов	0	1	А	В	С	Д

Приложение 6

Показатели оценки прибыльности организации за первый – третий годы

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	пер- вый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Прибыль, млн р.					
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.					
3. Чистая прибыль, млн р.					
4. Сумма налогов и других платежей, взимаемых из прибыли, млн р.					
5. Розничный товароборот (оборот по реализации), млн р.					
6. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.					
7. Чистая продукция, млн р.					
8. Стоимость экономических ресурсов торговли, всего, млн р.					
В том числе:					
8.1. Среднегодовая стоимость основных средств торговли					
8.2. Среднегодовая стоимость оборотных средств торговли					
8.3. Фонд заработной платы работников торговли					
9. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.					
10. Среднегодовая стоимость капитала, млн р.					
11. Рентабельность экономических ресурсов, %					
12. Рентабельность расходов на реализацию товаров, %					
13. Рентабельность продаж, %					
14. Рентабельность валового дохода от реализации, %					
15. Рентабельность чистой продукции, %					
16. Рентабельность фонда заработной платы, %					
17. Рентабельность основных средств, %					
18. Рентабельность оборотных средств, %					
19. Рентабельность капитала, %					
20. Доля прибыли от реализации в торговле в прибыли, %					
21. Итоговая рентабельность, %					

**Расчет влияния прибыли и экономических ресурсов на ресурсорентабельность
за 20__–20__ гг.**

Показатели	Предше- ствующий год	Отчетный год	Подстановки			
			1-я	2-я	3-я	4-я
1. Прибыль от реализа- ции в торговле, млн р.	0	1	1	1	1	1
2. Основные средства торговли, млн р.	0	1	0	1	1	1
3. Оборотные средства торговли, млн р.	0	1	0	0	1	1
4. Фонд заработной платы работников тор- говли, млн р.	0	1	0	0	0	1
Рентабельность эконо- мических ресурсов, % (стр. 2 + стр. 3 + стр. 4)	0	1	А	В	С	Д

Приложение 8

**Расчет влияния изменения структуры экономических ресурсов
на ресурсорентабельность за 20__–20__ гг., %**

Показатели	Структура экономических ресурсов, %			Рентабельность каждого вида ресурсов предшествующего года, %	Процентные числа	Влияние изменения структуры
	Предшествующий год	Отчетный год	Отклонение (+,-)			
1	2	3	4	5	6=4 · 5	7=6 : 100
1. Основные средства торговли						–
2.оборотные средства торговли						–
3. Фонд заработной платы работников торговли						–
Всего	100	100	–	Рентабельность экономических ресурсов, %		

**Сравнение объемов и результатов торговой деятельности организации
с показателями экономических границ торговли за 20__г., млн р.**

Показатели	Значение экономиче- ских границ деятельности	Фактически показатели	Изменение	
			по сум- ме	в про- центах (темп измене- ния)
1. Точка безубыточности		Розничный товарооборот (оборот по реализации)		
2. Критическая точка продаж		Розничный товарооборот (оборот по реализации)		
3. Минимальная прибыль от реализации в торговле		Чистая прибыль от ре- ализации в торговле		
4. Точка минимальной рентабельности		Розничный товарооборот (оборот по реализации)		
5. Желаемая прибыль от реализации в торговле		Чистая прибыль от ре- ализации в торговле		
6. Точка желаемой рентабельности		Розничный товарооборот (оборот по реализации)		
7. Запас финансовой прочности исходя из точки безубыточности: • в сумме • в процентах		Расчет по фактическому товарообороту		
8. Запас финансовой прочности исходя из точки минимальной рентабельности: • в сумме • в процентах		Расчет по фактическо- му товарообороту		
9. Запас финансовой прочности исходя из точки желаемой рентабельности: • в сумме • в процентах		Расчет по фактическому товарообороту		
10. Критическая величина валового дохода		Валовой доход от ре- ализации		
11. Запас финансовой прочности по валовому доходу от реализации: • в сумме • в процентах		Прибыль от реализации в торговле Расчет по фактическо- му доходу		

Приложение 10

Показатели оценки эффективности использования основных средств организации за первый – третий годы

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Розничный товароборот (оборот по реализации), млн р.					
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.					
3. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), млн р.					
4. Чистая продукция, млн р.					
5. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.					
6. Торговая площадь, м ²					
7. Число торговых объектов, шт.					
8. Среднесписочная численность работников розничной торговли, чел.					
9. Рентабельность основных средств, %					
10. Доходность основных средств, р.					
В том числе по чистой продукции, р.					
11. Фондоотдача, р.					
12. Фондоёмкость, р.					
13. Фондовооруженность, млн р.					
14. Товароборот на 1 м ² торговой площади, р.					
15. Прибыль на 1 м ² торговой площади, р.					
16. Товароборот на 1 торговый объект, р.					
17. Прибыль на 1 торговый объект, р.					
18. Интегральный показатель эффективности основных средств					

**Показатели оценки эффективности использования оборотных средств
торговли организации за первый – третий годы**

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Розничный товарооборот (оборот по реализации), млн р.					
2. Прибыль от реализации в торговле, млн р.					
3. Сумма налогов с объема реализации товаров, млн р.					
4. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.					
5. Розничный товарооборот в отпускных ценах, млн р.					
6. Средняя стоимость товарных запасов, млн р.					
7. Средняя стоимость оборотных средств торговли, млн р.					
8. Средняя стоимость собственных оборотных средств торговли, млн р.					
9. Средняя стоимость заемных средств торговли, млн р.					
10. Средняя стоимость товарных запасов в покупных ценах, млн р.					
11. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств торговли, раз					
12. Коэффициент загрузки оборотных средств торговли					
13. Длительность одного оборота, дни					
14. Коэффициент оборачиваемости собственных оборотных средств торговли, раз					
15. Коэффициент оборачиваемости заемных оборотных средств торговли, раз					
16. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (скорость товарного обращения), раз					
17. Коэффициент загрузки товарных запасов					
18. Оборачиваемость товарных запасов (время товарного обращения), дни					

Окончание

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
19. Уровень товарных запасов к среднемесячному товарообороту, %					
20. Рентабельность оборотных средств торговли, %					
21. Рентабельность собственных оборотных средств торговли, %					
22. Рентабельность заемных оборотных средств торговли, %					
23. Рентабельность товарных запасов, %					
24. Доходность оборотных средств торговли, р.					
25. Доходность товарных запасов, р.					

Показатели оценки эффективности использования трудовых ресурсов торговли за первый – третий годы

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Среднесписочная численность работников торговли, чел.					
2. Фонд заработной платы работников торговли, млн р.					
3. Расходы на оплату труда, относимые на расходы на реализацию товаров, всего, млн р.					
В том числе:					
3.1. В сумме					
3.2. В процентах к товарообороту					
4. Расходы на оплату труда, производимые из прибыли, млн р.:					
4.1. В сумме					
4.2. В процентах товарообороту					
5. Розничный товарооборот, млн р. :					
5.1. В действующих ценах					
5.2. В ценах базисного года					
6. Валовой доход от реализации в торговле (брутто), р.					
7. Чистая продукция, млн р.					
8. Прибыль от реализации в торговле, р.					
9. Среднегодовая стоимость основных средств торговли, млн р.					
10. Производительность труда, измеренная, млн р.:					
• товарооборотом в действующих ценах;					
• товарооборотом в сопоставимых ценах;					
• валовым доходом от реализации;					
• чистой продукцией;					
• прибылью.					
11. Средняя заработная плата:					
• годовая, млн р.;					
• месячная, тыс.р.					

Окончание

Показатели	Годы			Темп роста,%; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
12. Доля фонда заработной платы в чистой продукции, %					
13. Фондовооруженность, млн р.					
14. Рентабельность фонда заработной платы, %					
15. Доходность фонда заработной платы, р.					
В том числе по чистой продукции, р.					

**Показатели оценки эффективности расходов на реализацию
товаров организации за первый – третий годы**

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Розничный товарооборот, млн р.					
2. Прибыль от реализации в торговле, р.					
3. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения), млн р.					
4. Расходы на оплату труда, млн р.					
5. Расходы по кредиту, млн р.					
6. Транспортные расходы, млн р.					
7. Материальные затраты, млн р.					
8. Валовой доход от реализации в торговле, млн р.					
9. Уровень расходов на реализацию, %					
10. Расходоотдача, р.					
11. Уровень расходов на оплату труда, %					
12. Уровень материальных затрат, %					
13. Уровень расходов по кредиту, %					
14. Уровень транспортных расходов, %					
15. Доля расходов на реализацию в валовом доходе, %					
16. Рентабельность расходов на ре- ализацию (издержек обращения), %					

Приложение 14

Показатели оценки социальной эффективности торговой деятельности организации за первый – третий годы

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Товарооборот на одного жителя, млн р.: • в действующих ценах • в сопоставимых ценах					
2. Численность торгово-оперативного персонала в среднем на 1 тыс. жителей, чел.					
3. Доля розничного товарооборота, полученного прогрессивными методами продажи, %					
4. Количество жителей, приходящихся в среднем на 1 магазин, чел.					
5. Торговая площадь на 1 тыс. жителей, м ²					
6. Норматив торговой площади на 1000 жителей, м ²					
7. Отклонение от норматива (+, -)					
8. Доля торговых работников в общей численности работающих, %					
9. Удельный вес магазинов самообслуживания в общем числе магазинов, %					
10. Производительность труда работников торговли, млн р.: • в действующих ценах • в сопоставимых ценах					
11. Среднемесячная заработная плата, тыс. р.: • номинальная • реальная					
12. Индекс спроса (пункт 13 : пункт 18)					
13. Розничный товарооборот, млн р.: • в действующих ценах • в сопоставимых ценах					
14. Численность обслуживаемого населения, тыс. чел.					

Показатели	Годы			Темп роста, %; отклонения (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
15. Количество магазинов, ед. В том числе самообслуживания					
16. Фонд заработной платы: • номинальный, млн р. • реальный, млн р.					
17. Торговая площадь, тыс. м ²					
18. Поступление товаров, млн р.					
19. Среднесписочная численность работников торговли, чел. В том числе торгово-оперативный персонал, чел.					

Приложение 15

**Динамика изменения розничной торговой сети организации
за первый – третий годы**

Показатели	Годы						Изменение (+; –)			
	первый		второй		третий		третьего года от второго		третьего года от первого	
	Количество	Торговая площадь, м ²	Количество	Торговая площадь, м ²	Количество	Торговая площадь, м ²	По количеству	По торговой площади, м ²	По количеству	По торговой площади, м ²
1. Продовольственные магазины										
2. Непродовольственные магазины										
3. Смешанные										
4. Всего магазинов, в том числе самообслуживания										
5. Аптеки										
6. Палатки, ларьки, киоски, лавки на дому										
7. Всего розничных торговых объектов										
8. Передвижная торговая сеть (автомагазины)										

Обеспеченность обслуживаемого населения торговой площадью в разрезе структурных подразделений за первый – третий годы

Торговые организации (объекты)	Годы								
	первый			второй			третий		
	Торговая площадь на 1 тыс. жителей	Норматив	Отклонение от норматива	Торговая площадь на 1 тыс. жителей	Норматив	Отклонение от норматива	Торговая площадь на 1 тыс. жителей	Норматив	Отклонение от норматива
1.									
2.									
3. и т.д.									
Итого									

Розничный товароборот на одного человека обслуживаемого населения организацией за первый – третий годы

Показатели	Название облпотребсоюзов (или райпо)	Годы			Темпы роста, %	
		первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
1. Розничный товароборот на одного человека в действующих ценах						
2. Розничный товароборот на одного человека в ценах предшествующего года (второго)						
3. Розничный товароборот на одного человека в ценах базисного года (первого)						

Приложение 18

**Потребление товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного
обихода обслуживаемым населением за первый – третий годы**

Показатели	Годы			Изменение (+;-)	
	первый	второй	третий	третьего года от второго	третьего года от первого
Универсальные кухонные машины					
Холодильники и морозильники					
Стиральные машины					
Электропылесосы					
Электроутюги					
Велосипеды и мопеды					
Мотоциклы и мотороллеры					
Легковые автомобили					
Телевизоры					
Магнитофоны					
Плиты электрические					
Фотоаппараты					
Швейные машины					
Видеокамеры					
Видеомагнитофоны					
Компьютеры					

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
1. Сущность, виды и критерии эффективности торговли	4
2. Система показателей эффективности функционирования организаций торговли	7
3. Обобщающие показатели экономической эффективности	11
4. Показатели оценки результатов торговой деятельности	17
5. Показатели оценки эффективности использования экономических ресурсов	25
6. Показатели оценки эффективности текущих расходов	32
7. Эффективность торговой сделки	33
8. Показатели социальной эффективности торговли	36
9. Понятие конкурентоспособности организаций торговли	41
10. Методические подходы к оценке конкурентоспособности	
торговых организаций	43
11. Оценка конкурентоспособности торговли потребительской кооперации Республики Беларусь	46
Вопросы для самоконтроля	52
Контрольный тест	53
Список рекомендуемой литературы	59
Приложения	60

Учебное издание

Коробкин Анатолий Зиновьевич

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ**

Пособие

для слушателей специального факультета
по переподготовке кадров и студентов
экономических специальностей

Редактор О. В. Ивановская

Технический редактор И. А. Козлова

Компьютерная верстка О. М. Господарева

Подписано в печать 20.07.10. Бумага типографская № 1.

Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Ризография.

Усл. печ. л. 4,88. Уч.-изд. л. 5,02. Тираж 190 экз.

Заказ №

Учреждение образования

«Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации».

246029, г. Гомель, просп. Октября, 50.

ЛИ № 02330/0494302 от 04.03.2009 г.

Отпечатано в учреждении образования

«Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации».

246029, г. Гомель, просп. Октября, 50.

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

**ОСП «ИНСТИТУТ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
И ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ БЕЛКООПСОЮЗА»**

А. З. КОРОБКИН

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ
И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ
ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ**

Пособие

Гомель 2010