

Фридман А. М.

Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: Учебник / А. М. Фридман. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 656 с.

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	<b>9</b>
<b>ГЛАВА I. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> .....	<b>11</b>
§ 1. Понятие, основные признаки и роль предприятия в обществе.....	11
§ 2. Организационно-экономическая характеристика и структура предприятия.....	14
§ 3. Организационно-правовые формы предприятия.....	16
§ 4. Движущие мотивы развития экономики предприятия.....	18
§ 5. Сущность и условия осуществления предпринимательской деятельности.....	— 20
§ 6. Классификация предпринимательской деятельности.....	22
§ 7. Основные черты современного предпринимателя.....	24
§ 8. Особенности предпринимательской деятельности в системе потребительской кооперации.....	27
<b>ГЛАВА II. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ)</b> .....	<b>33</b>
§ 9. Сущность и содержание экономического механизма функционирования организации (предприятия).....	33
§ 10. Правовые и нормативные основы регулирования деятельности организации (предприятия).....	38
§ 11. Внешняя и внутренняя среда деятельности предприятий на потребительском рынке.....	41
§ 12. Основы экономического анализа деятельности потребительского общества.....	44
§ 13. Основы планирования деятельности потребительского общества.....	53

§ 14. Информационная база экономической работы.....	63
§ 15. Содержание и организация планово-экономической службы в потребительской кооперации.....	67

**ГЛАВА III. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОБЩЕСТВА.....76**

§ 16. Понятие и состав ресурсов хозяйствующего субъекта.....	76
§ 17. Показатели эффективности использования ресурсов предприятия и их характеристика.....	82
§ 18. Основные фонды потребительского общества.....	87
§ 19. Воспроизводство основных фондов.....	96
§ 20. Управление оборотными средствами.....	102
§ 21. Трудовые ресурсы потребительского общества.....	111

**ГЛАВА IV. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА  
ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ И ПИТАНИЯ.....122**

§ 22. Понятие и характеристика материально-технической базы.....	122
§ 23. Показатели эффективности использования материально-технической базы.....	127
§ 24. Методика анализа развития материально-технической базы.....	135
§ 25. Методика прогнозирования развития материально-технической базы предприятий розничной торговли и питания.....	143
§ 26. Прогнозирование развития складского хозяйства.....	150

**ГЛАВА V. ОБОРОТ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ  
ТОРГОВЛИ И ПИТАНИЯ.....157**

§ 27. Социально-экономическая сущность и содержание оборота розничной торговли.....	157
§ 28. Характеристика розничной торговли потребительской кооперации.....	166
§ 29. Показатели, задачи и организация анализа оборота розничной торговли и питания.....	170

§ 30. Методика анализа общего объема оборота предприятий розничной торговли и питания.....	175
§ 31. Методика анализа оборота розничной торговли и питания по отдельным периодам.....	184
§ 32. Методика анализа состава торгового оборота.....	189
§ 33. Методика анализа состава оборота предприятий питания.....	199
§ 34. Товарные запасы и оборачиваемость вложенных средств.....	211
§ 35. Методика анализа товарных запасов и оборачиваемости вложенных средств.....	219
§ 36. Методика анализа поступления товаров в торговую сеть и предприятия питания.....	226
§ 37. Комплексный анализ показателей оборота розничной торговли.....	229
§ 38. Методика анализа объемов деятельности многопрофильного магазина потребительского общества.....	234
§ 39. Экономическое обоснование общего объема оборота розничной торговли потребительского общества на планируемый период.....	250
§ 40. Экономическое обоснование оборота розничной торговли потребительского общества по основным группам товаров на планируемый период.....	259
§ 41. Экономическое обоснование оборота предприятий питания потребительского общества на планируемый период.....	266
§ 42. Экономическое обоснование необходимой величины товарных запасов и суммы оборотного капитала на планируемый период.....	276
§ 43. Формирование товарных ресурсов потребительского общества на планируемый период.....	287
§ 44. Экономическое обоснование объемов деятельности магазинов потребительского общества на планируемый период.....	291

## ГЛАВА VI. ОБОРОТ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ... 311

§ 45. Сущность и роль оптовой торговли в системе рыночных отношений.....	311
--	-----

§ 46. Развитие оптовой торговли в системе потребительской кооперации.....	315
§ 47. Методика анализа объемов деятельности оптового предприятия потребсоюза.....	319
§ 48. Особенности анализа товарных запасов и поступления товаров на оптовые склады.....	324
§ 49. Экономическое обоснование объемов деятельности оптового предприятия потребсоюза на планируемый период.....	329
§ 50. Экономическое обоснование необходимой величины складских запасов оптового предприятия на планируемый период.....	333

## **ГЛАВА VII ТРУД И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА РАБОТНИКОВ ТОРГОВЛИ И ПИТАНИЯ.....**

§ 51. Сущность и организация заработной платы.....	342
§ 52. Организация оплаты труда работников предприятий розничной торговли.....	351
§ 53. Организация оплаты труда работников предприятий питания.....	372
§ 54. Организация оплаты труда работников аппарата управления и специалистов потребительского общества и предприятий торговли и питания.....	377
§ 55. Методика анализа показателей по труду.....	381
§ 56. Экономическое обоснование плановых показателей по труду.....	395

## **ГЛАВА VIII. УПРАВЛЕНИЕ РАСХОДАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ И ПИТАНИЯ.....**

§ 57. Экономическая сущность затрат и их характеристика.....	412
§ 58. Роль и основные направления управления расходами.....	415
§ 59. Классификация расходов предприятий торговли и питания.....	420
§ 60. Факторы, влияющие на расходы предприятий торговли и питания.....	426
§ 61. Методика анализа расходов предприятий торговли и питания по общему уровню.....	441

§ 62. Методика анализа расходов предприятий торговли и питания по статьям.....	454
§ 63. Методика прогнозирования и планирования расходов предприятий торговли и питания.....	469
§ 64. Экономическое обоснование отдельных статей расходов предприятий торговли и питания на планируемый период.....	476
§ 65. Потоварно-групповые издержки обращения.....	491

**ГЛАВА IX. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ  
НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ.....505**

§ 66. Роль цены в рыночной экономике.....	505
§ 67. Система и виды цен.....	507
§ 68. Надбавки и скидки к ценам.....	513
§ 69. Государственное регулирование цен.....	516
§ 70. Методы ценообразования на потребительские товары.....	519
§ 71. Особенности ценообразования на предприятиях торговли и питания.....	525
§ 72. Ценовая политика и ценовая стратегия предприятия.....	532

**ГЛАВА X. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ  
ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....540**

§ 73. Сущность прибыли и рентабельности.....	540
§ 74. Экономическая сущность и виды доходов предприятий торговли и питания.....	550
§ 75. Методика анализа доходов предприятий торговли и питания.....	553
§ 76. Экономическое обоснование доходов на планируемый период.....	560
§ 77. Методика анализа прибыли и рентабельности.....	569
§ 78. Методика прогнозирования и планирования прибыли предприятий торговли и питания.....	579
§ 79. Определение финансовых результатов по реализации организациями потребительской кооперации социальной миссии.....	587

<b>ГЛАВА XI.    ФИНАНСЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО                   ОБЩЕСТВА.....</b>	<b>601</b>
§ 80. Сущность и организация финансов в потребительской кооперации.....	601
§ 81. Формирование и использование финансовых ресурсов потребительского общества.....	604
§ 82. Задачи и содержание анализа финансового состояния потребительского общества и их характеристика.....	613
§ 83. Методика анализа финансовой устойчивости потребительского общества.....	616
§ 84. Методика анализа платежеспособности потребительского общества.....	620
§ 85. Оценка деловой активности потребительского общества.....	628
§ 86. Методика анализа рентабельности деятельности потребительского общества.....	634
§ 87. Экономическое обоснование финансового плана (бюджета) потребительского общества.....	641