

Экономический анализ в торговых организациях :
учебное пособие/ О. В. Медведева [и др.] ; под ред.
О. В. Медведевой. — Ростов н/Д : Феникс, 2010.— 376,
[11 с. : ил. — (Высшее образование).

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Сущность анализа розничного товарооборота.....	15
1.1. Значение показателя товарооборота.....	15
1.2. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота.....	24
1.3. Этапы анализа объема, динамики, скорости и структуры товарооборота торговой организации.....	27
1.4. Современные подходы к анализу деятельности организаций розничной торговли.....	39
1.5. Формирование системы показателей для оценки эффективности деятельности коммерческой организации.....	61
Глава 2. Методика проведения анализа розничного товарооборота.....	75
2.1. Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота.....	75
2.3. Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов.....	88
2.4. Анализ поступления товаров.....	91
2.5. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости.....	93
2.6. Факторный анализ общего розничного товарооборота.....	99
2.7. Анализ безубыточности при планировании розничного товарооборота.....	106

Глава 3. Анализ экономической эффективности результатов рекламных мероприятий.....	111
3.1. Метод сравнения товарооборота до и после проведения рекламного мероприятия.	111
3.2. Метод сравнения товарооборота за один и тот же период времени двух однотипных торговых фирм.....	113
3.3. Метод определения экономической эффективности рекламы, основанный на сопоставлении дополнительного валового дохода, полученного в результате применения рекламы, и расходов, связанных с ее осуществлением.....	116
3.4. Метод определения экономической эффективности рекламы при одновременном рекламировании товаров с разными торговыми наценками.....	120
3.5. Метод определения экономической эффективности рекламы определением индексной зависимости динамики товарооборота от фактора рекламы и других факторов, действующих помимо рекламы.....	126
Глава 4. Особенности анализа торговой деятельности в системе потребительской кооперации.....	131
4.1. Розничная торговля в системе потребительской кооперации.....	131
4.2. Методические подходы к разработке системы управленческого анализа в организациях потребительской кооперации.....	143
4.3. Организация управленческого анализа и бизнес-планирования с помощью системы PROGEST EXPERT (на примере Азовского райпо).....	159
4.4. Управленческий анализ розничного товарооборота потребительского общества.....	174
4.5. Факторный анализ розничного товарооборота.....	189

4.6. Анализ финансовых результатов в торговле	204
4.7. Анализ мелкооптовой и розничной торговли	210
Глава 5. Анализ в организациях оптовой торговли	243
5.1. Анализ итогов реформирования инфраструктуры оптовой торговли	243
5.2. Значение и задачи анализа оптового товaroоборота	257
5.3. Анализ выполнения плана оптового товaroоборота	261
5.4. Анализ издержек обращения	273
5.5. Анализ обеспеченности товарными ресурсами	280
5.6. Особенности анализа прибыли	293
Литература	299
Приложения	307