

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ;:- ИСХОДНАЯ ПРЕДПОСЫЛКА УСПЕШНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Каждое предприятие в условиях рыночной экономики должно начинать свою деятельность, диверсифицировать ее с продуманного, тщательно разработанного и экономически обоснованного бизнес-плана. Такой подход является необходимым условием "экономического благополучия" не только вновь созданного предприятия, но и уже действующего торгового субъекта. Успешность принятой стратегии во многом зависит от полноты проводимой диагностики и обстоятельности экономического анализа результатов деятельности торговых предприятий. Экономическая диагностика и анализ выступают основными инструментами построения прочного фундамента стабильного хозяйствования в условиях рыночной конкуренции. Раскрывая сущность каждого из них, следует подчеркнуть специфичность и общность данных понятий.

Экономическая диагностика и экономический анализ являются методами научного исследования, применяемыми для характеристики и оценки результатов хозяйствования торговых субъектов. Однако методика и механизм исследования изучаемых процессов несколько различны.

Экономический анализ (от греч. — разбор, разборка) обеспечивает комплексное изучение состояния и развития хозяйственной деятельности торговых предприятий путем разложения исследуемого объекта на составные части, рассмотрения его отдельных сторон и свойств, способ решения вопроса от следствий к началам, от действий к причинам. На практике применяется вместе с синтез-методом изучения явления в его целостности, единстве и взаимной связи составляющих частей.

Экономическая диагностика (от греч. — распознавание, распознание) понятие несколько шире, чем экономический анализ, ибо заключается в выявлении "природы" происходящего на основе определения характерных признаков и взаимных отличий, "распознавании" и определении существа и особенностей процесса экономической деятельности хозяйствующего субъекта на основе его всестороннего исследования.

Экономическая диагностика на определенном этапе проведения включает и экономический анализ результатов финансово-экономического хозяйствования. Экономический анализ и экономическая диагностика находятся в постоянном диалектическом единстве, дополняя и уточняя друг друга.

В условиях развития рыночных форм хозяйствования экономическая диагностика всегда предшествует разработке планов экономического и социального развития торгового предприятия.

Роза Петровна ВАЛЕВИЧ, кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой экономики торговли БГЭУ

Анжелика Викторовна ВЛАДЫКО, аспирантка кафедры экономики торговли БГЭУ

Процесс диагностирования результатов хозяйствования обладает рядом особенностей:

всесторонность проводимого исследования с целью выявления причинной зависимости при сложившихся обстоятельствах. Например, анализ розничного товарооборота предполагает оценку сложившегося уровня потребления и реализации товаров во взаимозависимости от покупательных фондов населения. Анализ этих данных позволяет выявить тенденции в спросе населения на отдельные товарные группы. Рост продаж свидетельствует о последовательном удовлетворении спроса и в определенной мере характеризует его платежеспособность;

ориентация анализа как на материалы о внутреннем состоянии предприятия, так и на публикацию, внешнюю отчетность;

целенаправленность проводимого финансово-экономического анализа;

комплексность исследуемых в процессе экономической диагностики факторов и условий хозяйствования. Например, высокий уровень доходов торгового предприятия во многом предопределяется фактором его конкурентоспособности, что предполагает проведение сравнительного анализа издержек, позволяющего оценить степень влияния данного фактора на финансовые результаты хозяйствующего субъекта, а также получить информацию о реальных и потенциальных конкурентах и условиях конкурентной борьбы на интересующем рынке товаров и услуг. Следовательно, экономическое диагностирование ориентировано на комплексное изучение взаимосвязи между анализируемыми факторами, что позволяет выявить "слабые" и обозначить "сильные" звенья в цепи исследуемого процесса экономического хозяйствования;

максимальное использование при разработке планов на ближайшую перспективу.

Данный принцип экономического диагностирования в торговле имеет особую значимость. Так как процесс перспективного (стратегического) планирования предполагает разработку программы действий, исходя из поступательного анализа основных экономических показателей, достигнутых предприятием за анализируемый период, и комплексного исследования взаимосвязи между ними, выявления характера их взаимоотношенности и взаимозависимости, что позволяет разработать для торгового предприятия стратегию, реально действующую в сложившихся условиях хозяйствования.

Для объективного и конкретного диагностирования результатов работы любого торгового предприятия, кроме материалов о его деятельности, необходимы:

знания текущей экономической ситуации на основных рынках предприятия;

информация о новых тенденциях в изменении покупательного спроса и поведении потребителей;

информация о деятельности имеющихся конкурентов;

знания основных направлений социально-экономического развития отрасли в целом;

данные изучения развития общей конъюнктуры рынка;

знания особенностей сезонных колебаний и т.п.

Не следует рассматривать экономическую диагностику в отрыве от экономического анализа, без которого диагностирование результатов работы торгового предприятия будет односторонним и "беспочвенным".

Экономический анализ позволяет обстоятельно оценить основные финансово-экономические показатели хозяйственной деятельности торгового предприятия, установить тенденцию в их развитии на основе экстраполяции за ряд лет. Экономический анализ является главным инструментом

долгосрочного планирования, являвшегося многие годы основным блоком системы централизованного планирования.

Развитие рыночных методов хозяйствования требует нового — системного — подхода к процессу разработки плана развития торгового предприятия. Другими словами, хозяйствующий субъект обеспечит себе стабильную деятельность при наличии обстоятельного руководства к действию — стратегии, обеспечивающей сбалансированность и общее направление роста. По словам И. Ансоффа: "Стратегия — сложное и потенциально мощное орудие, с помощью которого современная фирма может противостоять меняющимся условиям" рыночного хозяйствования. Для разработки обстоятельного стратегического плана не следует ограничиваться результатами экономического анализа. Действенность принятой стратегии предопределяется в первую очередь зависимостью и характером взаимосвязи между основными показателями хозяйствования (товарооборотом, издержками, валовым доходом, прибылью).

Исследование и оценка каждого из них позволяет установить характер происшедших изменений за ряд лет, выявить тенденцию в их развитии на планируемую перспективу.

Экономическая диагностика концентрирует свое внимание на взаимобусловленности и взаимозависимости анализируемых данных, определении целесообразности предпринятых действий и возможности их применения (полностью или с определенными условиями) в будущем.

Экономический анализ устанавливает причину происшедшего, исследуя его отдельные стороны и свойства в своей целостности и взаимной связи составляющих частей. Экономическая диагностика "распознает" "существо", раскрывая сущность изучаемого действия, зависимость между внутрифирменной микросредой управления и меняющимися условиями макрохозяйствования.

Поскольку цель работы любого предприятия — получение достаточного количества прибыли для его интенсивного развития, финансовая политика должна отражать экономическую обоснованность проводимых действий по реализации принятой стратегии хозяйствования. В таком случае экономическая диагностика результатов работы является реальным инструментом оценки условий, среды, характера и непосредственно действий данного хозяйствующего субъекта. Поэтому экономическая диагностика финансового состояния предприятия, основываясь на материалах финансового анализа и изучения особенностей внешней среды хозяйствования, становится отправным моментом при формировании финансовой политики торгового субъекта. Экономическая диагностика, воссоединяя экономический анализ и оценку текущей экономической ситуации на рынке (уровень конкуренции, особенности развития конъюнктуры рынка, состояние и характер преобразований в отрасли и т. д.), позволяет получить полную "картину" истинного положения дел на предприятии и сформировать успешную стратегию действий на будущее. Диагностика результатов работы торговых предприятий обладает рядом отличительных особенностей, отражающих специфику торговли как особой отрасли хозяйствования. Как известно, торговая деятельность соединяет интересы производителя и потребителя при условии их одновременной реализации каждой из сторон. Если промышленное предприятие при разработке стратегической программы ориентируется на сформированные запросы рынка, то "ответственными" за их определение выступают предприятия торговли, которые постоянно изучая, исследуя и планируя покупательский спрос, вырабатывают основные направления производства и промышленной разработки товаров, отвечающих нуждам и потребностям реальных и потенциальных потребителей.

Постоянно взаимодействуя с покупателями конкретных товаров через систему маркетинговой информации и экономической диагностики, торговое предприятие формирует "среду восприятия" нужд конечных потребителей промышленно-производственным субъектом хозяйствования. Этот процесс не застывший. Он отражает изменения, происходящие в обществе. При этом меняется и стереотип предпринятия. Несколько лет назад Теодор Левитт заявил, что "характеристика предприятия со стороны рыночной деятельности оказывается точнее и полнее, нежели его характеристика с товарной и технологической точки зрения". Иными словами, на предприятие нужно смотреть как на удовлетворителя нужд и запросов клиентов, а не как на производителя тех или иных товаров. Товары и технологии в конечном счете устаревают, тогда как основные нужды и запросы могут оставаться неизменными вечно. Торговое предприятие может достаточно чутко реагировать на изменение рыночной ситуации, "улавливать" даже незначительные колебания конъюнктуры рынка через стройную систему экономического диагностирования результатов работы и построения в процессе исследования аналитической цепи возникающих взаимосвязей между ними.

Экономическая диагностика в сфере торговли охватывает наиболее широкий спектр взаимоотношений по сравнению с промышленным производством, ибо она изучает не только рынок промышленных предприятий и характер развития отрасли, но и формирует модель покупательского поведения, разрабатывая рыночные ориентиры для промышленных предприятий с позиции конечного потребителя. Поэтому диагностика результатов торговых предприятий учитывает не только факторы экономического развития, но и социально-психологического порядка, что позволяет объективно оценить преимущества и недостатки старой стратегии и выработать с их учетом новую программу действий на предстоящую перспективу.

Основными этапами экономического диагностирования результатов работы торгового предприятия можно определить следующие:

1) экономическую диагностику условий хозяйствования торгового предприятия, что предполагает:

анализ состояния рынка в целом, а также по товарным группам и определенным товарам;

изучение конкурентной обстановки в отрасли (определение коммерческих возможностей предприятий, работающих на данном рынке товаров и услуг);

анализ имеющихся и потенциальных покупателей и потребителей;

изучение правовых аспектов и особенностей фискальной и ценовой политики для данной отрасли;

2) выявление и измерение с помощью обстоятельного экономического анализа взаимосвязи и взаимозависимости между основными показателями хозяйственной деятельности торгового предприятия (товарооборот, издержки обращения, валовой доход, прибыль и др.);

3) экономическую диагностику финансового состояния торгового предприятия;

4) определение стратегических альтернатив для разработки плана деятельности торгового предприятия на предстоящий период.

Каждый из указанных этапов является отдельным звеном стройной цепочки последовательного анализа предплановой диагностики финансово-экономического состояния торгового предприятия.

Экономическая диагностика условий хозяйствования торгового предприятия позволяет оценить сложившуюся ситуацию на рассматриваемом рынке товаров и услуг, выявить реальные обстоятельства конкурентной обстановки в отрасли, установить наличие существующих и потенциальных покупателей и потребителей. Следовательно, проводится комплекс

сное исследование рынка, охватывающее анализ всех условий, которые имеют значение для успешной реализации товаров.

Анализ состояния рынка в целом, а также отдельных товарных групп и товаров предполагает сопоставление и оценку следующих факторов:

- общей емкости рынка;
- эластичности спроса;
- насыщенности рынка предлагаемым к реализации данным торговым предприятием товаром;
- распределение рынка между конкурентами;
- "свободы действий" в отношении правовой, фискальной и ценовой политики государства;

выявление и изучение механизма мотивации для привлечения постоянных клиентов и завоевания новых.

Исследование деятельности конкурентов на рынке должно базироваться, по мнению ряда экономистов, на получении ответов на следующие вопросы:

Какую долю на рынке занимают имеющиеся конкуренты в отношении реализуемых товаров?

Каков объем товарооборота конкурентов?

Насколько широкой известностью пользуются торговые объекты конкурентов?

Какова организация продажи у конкурентов, каковы особенности системы и каналов сбыта?

По каким критериям организована торговая сеть у конкурентов: по товарным группам, по региональному принципу, по видам клиентуры и т.п.?

Какова политика цен у конкурентов (система скидок, премирования и т.п.)?

Каков уровень и условия обслуживания покупателей?

Каков механизм взаимоотношений (режим поставок, расчета, обслуживания и т.п.) с поставщиками товаров у конкурентов?

Данный перечень вопросов можно расширить и конкретизировать в зависимости от характеристики товаров и условий рынков. Вместе с тем анализ позиций конкурентов по вышеперечисленным аспектам дает общую картину собственного положения торгового предприятия на рынке и позволяет приспособить план продаж к меняющимся условиям и формирующимся тенденциям в развитии конъюнктуры рынка.

В диагностике условий хозяйствования торгового предприятия все большую роль играют психологические методы изучения мотивации покупателей. От умения предвидеть модель поведения потенциального покупателя в настоящее время во многом зависит результат предложения товара: либо продажа, либо отказ в его приобретении.

Исследование мотивации покупателей идет по двум направлениям:

- 1) изучение мотивов поведения человека (его поступков) при выборе и покупке товаров;
- 2) поиск способов эффективного воздействия на принятие решения о покупке интересующего товара.

Покупатели, стремясь купить тот или иной товар, стараются удовлетворить определенное чувство. "Если бы все люди покупали только те вещи, которые им нужны, удовлетворяя тем самым свои жизненно важные потребности, развитие бы экономики многих, и в первую очередь западных, стран притормозилось бы" (*В. Хойер*. Как делать бизнес в Европе). Большинство вещей, которые люди покупают, удовлетворяют не жизненно важные потребности. Например, табачные изделия, одежда из меха в жарких странах и т.п. Большинство человеческих поступков является результатом проявления определенного внутреннего психологического нап-

ряжения, по мере усиления которого растет побуждение (желание) совершить определенные действия.

Для того чтобы понять причины человеческих поступков, а также мотивы принятия решений покупателями, необходимо изучить отдельные психологические факторы. Для этого используются:

- функциональный метод;
- динамичный метод;
- метод фундаментального анализа.

Первый метод предполагает изучение мотивов поведения потенциальных и реальных покупателей на основе изучения всех возникающих обстоятельств, влияющих на принятие данного решения. Например, при определении воздействия на потребителя телевизионной рекламы следует учитывать роль телевизора в доме как центра семейной жизни.

Хорошо известно, что человек на протяжении жизни меняет свои взгляды. Поэтому при анализе действий покупателей следует учитывать не только окружающие его обстоятельства, но и временной аспект формирования приверженностей и взглядов в отношении приобретаемых товаров.

Руководствуясь методом фундаментального анализа, специалисты утверждают, что, "если поведение людей находится на поверхности, то его глубинные мотивы, как правило, самому человеку неизвестны". Поэтому при изучении мотивов поведения покупателей нужно учитывать все второстепенные обстоятельства, если даже поначалу они кажутся не столь важными. Скороспелые толкования мотивов обычно "обманчивы". Следует подчеркнуть, что указанные выше исследования следует проводить при разработке маркетинговой концепции.

Экономическая диагностика не охватывает подробного изучения механизма мотивации поведения покупателей, а занимается констатацией факта о возможном и предстоящем поведении потенциальных и реальных потребителей. Используя материалы маркетингового исследования, в процессе экономического анализа можно оценить особенности характера действий имеющихся и предполагаемых покупателей в отношении реализуемых торговым предприятием товаров и учесть их при формировании торговой политики хозяйствования на рынке товаров и услуг.

Помимо исследований в области завоевания покупателей, для обеспечения необходимой свободы действий следует проанализировать правовую, фискальную и ценовую концепции государства в отношении хозяйствующего субъекта.

Анализ всех перечисленных выше обстоятельств позволит отобразить объективную ситуацию условий хозяйствования торгового предприятия независимо от форм собственности и поступательно перейти к анализу основных показателей финансово-экономической деятельности: товарооборота, издержек обращения, валового дохода, прибыли.

Анализ хозяйственной деятельности, анализ выполнения бизнес-плана невозможен без привлечения соответствующих планово-нормативных, статистических и учетных данных. Методами сплошного и непрерывного наблюдения, строгого документирования, систематизации на бухгалтерских счетах и группировке в балансе, статистического, оперативного и выборочного учетов и отчетности достигается объективная количественная характеристика всей совокупности средств торгового предприятия по составу и размещению, по источникам размещения и целевому назначению. Четко построенная система экономической информации облегчает процесс расчета и анализа соответствующих экономических показателей, характеризующих финансово-экономическую деятельность изучаемого торгового субъекта.

Расчет важнейших показателей хозяйственной деятельности обеспечивает получение полной информации о состоянии и результатах работы торгового предприятия. В торговле к таким показателям относятся:

- 1) объем товарооборота;
- 2) издержки обращения;
- 3) валовые доходы;
- 4) прибыль.

Традиционно анализ начинается с изучения степени выполнения плана и динамики каждого из них. В процессе данного исследования происходит констатация достигнутого уровня за диагностируемый период, измерение влияния действующих факторов на рассматриваемый показатель.

В процессе экономического анализа объема товарооборота происходит: сравнение достигнутого объема товарооборота с его объемом за прошлый период; определение темпов роста (прироста) фактически полученного объема с плановым; установление факторов, непосредственно влияющих на объем товарооборота и определение степени их влияния. Развивая методы экономической диагностики, анализ товарооборота должен дополняться отражением • взаимообусловленности между полученными результатами и сложившимися извне, а также созданными изнутри, условиями хозяйствования, т.е. проводиться в "распознавании" и "выявлении существа", установлении "природы" происходящего.

Так, при исследовании достигнутого объема товарооборота следует определить "круг" ограничивающих факторов, влияющих своей цепью на полноценное удовлетворение потенциального спроса и выполнения разрабатанного плана продаж.

В качестве таких факторов могут выступать следующие: предел спроса на товары, изучение которого позволяет судить о реально достигаемом объеме продаж; предел финансовых ресурсов, когда отсутствует достаточное количество денежных средств для оплаты необходимых товарно-материальных затрат и за приобретаемые товарные ресурсы; предел торгово-производственной мощности, характеризуемый недостаточными мощностями торгово-технологического оборудования, торгового зала и складских помещений и ряд других.

Если в качестве определяющего ограничивающего фактора по товарообороту выступает спрос, прибыль максимизируется путем продажи такого объема товаров, который в точности соответствует спросу на реализуемые товары, при условии, что каждый проданный товар дает положительный валовой доход. Если же объем товарооборота ограничивается такими факторами, как наличие рабочей силы, торгово-производственных мощностей, товарных ресурсов или денежных средств, менеджеры должны выработать гибкую ассортиментную политику в отношении того, какие товары, пользующиеся спросом и имеющиеся в наличии и в каком объеме можно и следует продать, чтобы достигнуть запланированного объема прибыли.

Методика учета ограничивающих факторов, используемая западными менеджерами, предполагает, что если руководство компании желает максимизировать прибыль, то и чистая прибыль будет максимальной при максимальной валовой прибыли (при отсутствии изменений уровня постоянных затрат).

Валовая прибыль есть превышение выручки от реализации над переменными затратами. Для предприятий розничной торговли эти затраты большей частью представляют собой затраты на приобретение товаров для последующей перепродажи. Для отечественных — это стоимость услуг сторонних организаций и затраты с выполнением чисто торговых функций.

Другими словами, применяются принципы переменного калькулирования:

а) валовая прибыль максимизируется путем достижения максимально возможной валовой прибыли на единицу ограниченного ресурса. Так, ее

ли ограничивающим фактором являются финансовые ресурсы, то валовая прибыль должна максимизироваться путем достижения возможной валовой прибыли на единицу денежных средств. Аналогичным образом, если дефицитным ресурсом является рабочая сила некоторой категории A , то прибыль максимизируется путем достижения максимальной валовой прибыли на час труда рабочей силы категории A ;

б) следовательно, процесс принятия решений по ограничивающим факторам предусматривает определение валовой прибыли, которую дает каждое наименование товара на единицу ограниченного ресурса.

При принятии решений по ограничивающим факторам предполагается, как правило, что постоянные затраты не зависят от ассортимента реализуемых товаров. Если необходимо решить, какими товарами торговать при наличии ограничивающего фактора, следует помнить о принципах переменного калькулирования. Если ограничивающим фактором является спрос, то объем товарооборота должен соответствовать потенциально реализуемому покупательскому спросу. Если продажа ограничивается другим фактором, то прибыль и, следовательно, валовая прибыль максимизируются путем достижения максимально возможного воздействия на единицу дефицитного ресурса. Экономическая диагностика товарооборота с учетом ограничивающего фактора обеспечивает принятие решения о том, как наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы, когда для удовлетворения потенциального спроса недостаточно ресурсов. Следовательно, оценка товарооборота не ограничивается только анализом достигнутого объема путем сравнения по интересующим направлениям и установления факторной зависимости и предполагает комплексное диагностирование по определенной существующей взаимосвязи и взаимообусловленности анализируемого показателя с прочими финансово-экономическими характеристиками хозяйствующего субъекта.

После данной экономической оценки производят подсчет неиспользованных возможностей и резервов роста (снижения — при анализе издержек обращения) товарооборота, валового дохода, прибыли.

Так, к неиспользованным возможностям роста реализации товаров можно отнести:

неэффективное использование различных форм организации торговли (недостаточное развитие мелкорозничной торговой сети, развозной и разносной торговли), комиссионной торговли недовольственными товарами;

недостаточно эффективное использование материально-технической базы торговли, товарных и трудовых ресурсов и т.п.

Взаимосвязь и взаимодействие анализируемых показателей хозяйственной деятельности проявляются через факторный анализ, в результате которого выясняется степень влияния определенного фактора на изучаемый показатель. Факторный анализ констатирует тенденции в развитии диагностируемого показателя, особенности которой учитываются при планировании хозяйственной деятельности предприятия.

Разработка действенной стратегии зависит и от умения сопоставить достигнутые результаты хозяйствования с аналогичными показателями у конкурентов.

Особое внимание на данном этапе планирования следует отвести сравнительному анализу издержек, ибо важным аспектом конкурентоспособности предприятия являются более низкие издержки по сравнению с аналогичными издержками конкурентов или близкие к ним. Поэтому основной задачей этого этапа анализа является сравнение не отдельных статей издержек, а двух полных структур издержек — своей и конкурента. Решение этой задачи во многом зависит от умения выдвигать обоснованные предложения в условиях неполной информации.

Сравнение структуры своих издержек и издержек конкурента дает возможность определить необходимые шаги для оптимизации своих издержек и заложить их в стратегию предприятия. В случае, когда сравнительный анализ издержек показывает превосходство конкурентов по каким-то группам затрат, должны быть выработаны меры по их снижению в целом по всем направлениям, где это возможно с учетом объективных причин возникших отличий.

Таковыми причинами могут быть:

- а) специфика района деятельности предприятия;
- б) стоимость затрат труда и капитала;
- в) объективность принятия альтернативных коммерческих решений;
- г) затраты на содержание административно-управленческого аппарата и их эффективность;
- д) эффект от маркетинговой политики, проводимой предприятием;
- е) особенности взаимоотношений с поставщиками и др.

Если предприятие имеет повышенные затраты на этапе реализации, то следует проанализировать возможности экономии по всем бюджетам (маркетинг, кредиты, персонал и т.п.); повышения производительности труда; перехода на новые технологии торгового процесса; модернизации предприятия; установления благоприятных (доверительных) отношений с поставщиками товаров и т.д.

Таким образом, сравнительный анализ издержек помогает определить те группы затрат, которые имеют первостепенное значение для реализации избранной стратегии предприятия, а также наметить конкретные шаги по созданию конкурентных преимуществ по отношению к предприятиям-конкурентам.

Анализ валового дохода позволяет объективно оценить действенность политики реализации в отношении создания механизма гибкого установления торговых надбавок. Реализованные торговые надбавки составляют валовой доход торговых предприятий. Следовательно, умелое манипулирование торговыми надбавками ускорит оборачиваемость товаров, а следовательно, возрастет и объем реализации (продажи) товаров, что приведет в свою очередь и к увеличению прибыли торгового предприятия.

В условиях рыночной экономики прибыль является основным показателем оценки хозяйственной деятельности предприятий, так как в ней аккумулируются все доходы, расходы, потери, обобщаются результаты хозяйствования. По прибыли определяется рентабельность торгового предприятия, эффективность принятой стратегии хозяйствования.

Анализ прибыли является одним из важных этапов экономической диагностики результатов работы торгового предприятия. В процессе данного анализа изучают выполнение плана и динамику прибыли, измеряют влияние факторов на ее размер, изучают и реализуют резервы роста чистого дохода. При этом отдельно анализируются показатели — прибыль от реализации товаров и чистая прибыль, так как каждый из них несет глубокий экономический смысл.

Прибыль от реализации товаров является барометром результативности торговой политики хозяйствующего субъекта. Чистая прибыль характеризует эффективность хозяйственной стратегии торгового предприятия. Экономический анализ данных показателей носит не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет выработать необходимую стратегию поведения, направленную на минимизацию потерь и финансового риска от вложений в данное предприятие и включает в качестве обязательных элементов исследования, во-первых, изменение каждого показателя за текущий анализируемый период ("горизонтальный анализ" показателей финансовых результатов за отчетный период); во-вторых, исследование структуры соответствующих показателей и их вза-

имосвязь ("вертикальный" анализ показателей); в-третьих, изучение хотя бы в самом обобщенном виде динамики изменения показателей финансовых результатов за ряд отчетных периодов (т.е. "трендовый анализ" показателей). Далее проводится факторный анализ с установлением степени влияния каждого фактора на полученную прибыль, что позволяет определить пути оптимизации прибыли при сложившемся уровне хозяйственных дел. После этого оценивается достигнутая эффективность хозяйственной деятельности, выявляются факторы ее изменения, неиспользованные возможности и резервы повышения.

Эффективность хозяйственной деятельности измеряется одним из двух способов, отражающих результативность работы предприятия, относительно либо величины авансированных ресурсов, либо величины их потребления (затрат) в процессе производства. Данные показатели характеризуют степень деловой активности предприятия:

$$\text{Эффективность авансируемых ресурсов} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Авансированные ресурсы}};$$

$$\text{Эффективность потребленных ресурсов} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Потребленные ресурсы (затраты)}}$$

Соотношение между динамикой товарооборота и динамикой ресурсов (затрат) определяет характер экономического роста. Так, превышение темпов роста товарооборота над темпами роста ресурсов или затрат свидетельствует о преимущественно интенсивном экономическом росте. В обратном случае, вложенные и потребленные ресурсы превышают полученный результат, что приводит к убыточной деятельности и низкой эффективности избранной стратегии хозяйствования.

Для оценки эффективности хозяйственной деятельности также используются показатели рентабельности, прибыльности или доходности его капитала, ресурсов или продукции.

Деловая активность предприятия в финансовом аспекте проявляется прежде всего в скорости оборота его средств. Рентабельность предприятия отражает степень прибыльности его деятельности. Анализ деловой активности и рентабельности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов оборачиваемости и рентабельности, которые являются относительными показателями финансовых результатов деятельности предприятия.

Для получения развернутой экономической характеристики результатов хозяйствования проводимый экономический анализ основных показателей дополняется изучением и оценкой финансового состояния торгового предприятия.

Окончательное решение о действенности стратегического плана торгового предприятия возможно принять после проведения экономической диагностики финансового состояния торгового предприятия.

Финансовое состояние любого предприятия, независимо от формы собственности, характеризуется размещением и использованием средств (активов) и источниками их формирования (собственного капитала и обязательств, то есть пассивов). Эти сведения представлены в балансе предприятия.

Основными факторами, определяющими финансовое состояние, по мнению ряда российских экономистов, являются:

- 1) выполнение финансового плана и потребности в пополнении собственного оборотного капитала за счет прибыли;
- 2) скорость оборачиваемости оборотных средств (активов).

Сигнальным показателем, в котором проявляется финансовое состояние, выступает платежеспособность предприятия. Под платежеспособностью понимают способность предприятия своевременно выполнять свои финансовые долгосрочные и краткосрочные обязательства перед поставщиками, банками, финансовыми органами и другими кредиторами, используя свои активы.

Поскольку выполнение финансового плана в основном зависит от результатов в целом хозяйственной деятельности торгового предприятия, финансовое состояние данного субъекта выступает обобщающим показателем, определяемым всей совокупностью хозяйственных факторов, которые действуют в процессе рыночной торговли.

В 20-х годах один из создателей балансоведения Н.А. Блатов рекомендовал исследовать структуру и динамику финансового состояния предприятия при помощи сравнительного аналитического баланса. В настоящее время к этой методике обратились и некоторые российские экономисты (А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин и др.), разработав комплексное методическое руководство по проведению финансового анализа на предприятии, которое представляет огромный интерес и для белорусских специалистов.

Балансовая методика включает следующие блоки анализа:

общую оценку финансового состояния и его изменения за отчетный период;

анализ финансовой устойчивости предприятия;

анализ ликвидности баланса;

анализ деловой активности и платежеспособности предприятия.

Для общей оценки динамики финансового состояния предприятия следует сгруппировать статьи баланса в отдельные специфические группы по признаку ликвидности (статьи актива) и срочности обязательств (статьи пассива). На основе агрегированного баланса осуществляется анализ структуры имущества предприятия, который в упорядоченном виде удобно проводить по форме, приведенной в табл. 1.

Таблица 1. Анализ структуры имущества предприятия

Актив	Пассив
1. Имущество	1. Источники имущества
1.1. Имобилизованные активы	1.1. Собственный капитал
1.2. Мобильные, оборотные активы	1.2. Заемный капитал
1.2.1. Запасы и затраты	1.2.1. Долгосрочные обязательства
1.2.2. Дебиторская задолженность	1.2.2. Краткосрочные кредиты и займы
1.2.3. Денежные средства и ценные бумаги	1.2.3. Кредиторская задолженность

Чтение баланса по таким систематизированным группам позволяет получить ряд важнейших характеристик финансового состояния торгового предприятия (общую стоимость имущества предприятия; стоимость имобилизованных активов (т.е. основных и прочих внеоборотных средств); стоимость оборотных (мобильных) средств и т.д.

Горизонтальный (динамический) анализ этих показателей позволяя! установить их абсолютные приращения и темпы роста. Так, динамике стоимости имущества предприятия дает дополнительную к финансовым результатам информацию о мощи предприятия.

Вертикальный (структурный) анализ данных сравнительного баланса; позволяет получить информацию о структуре его актива (имущества) и пассива (источников имущества).

Так, соотношение собственного и заемного капиталов говорит об автономии предприятия в условиях рыночных связей, о его финансовой устойчивости.

Финансовая устойчивость любого предприятия выражается через балансовую модель следующего вида (рекомендованную российскими специалистами):

$$F + Z + R^e = U + K^m + K^* + K^o + RP,$$

где F — основные средства и вложения; Z — запасы и затраты; R^e — денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, расчеты (дебиторская задолженность) и прочие активы; U — источники собственных средств; K^* — краткосрочные кредиты и заемные средства; K^m — долгосрочные кредиты и заемные средства; K^o — ссуды, не погашенные в срок; RP — расчеты (кредиторская задолженность) и прочие пассивы.

Оценка финансовой устойчивости торгового предприятия проводится во взаимосвязи с анализом ликвидности баланса и его активов.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которой в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств.

Ликвидность активов — величина, обратная ликвидности баланса по времени превращения активов в денежные средства. Чем меньше требуется времени для превращения активов предприятия в денежные средства, тем выше его ликвидность.

В условиях рыночной экономики анализ финансового состояния будет считаться неполным без оценки эффективности управления и деловой активности исследуемого предприятия.

Для оценки эффективности управления применяется следующая группа финансовых показателей:

$$1) \text{ Чистая прибыль на единицу оборота} = \frac{\text{Чистая прибыль торгового предприятия}}{\text{Товарооборот}} \times 100;$$

$$2) \text{ Прибыль от реализации товаров на единицу оборота} = \frac{\text{Прибыль от реализации товаров}}{\text{Товарооборот}} \times 100;$$

$$3) \text{ Общая прибыль на единицу оборота} = \frac{\text{Балансовая прибыль}}{\text{Товарооборот}} \times 100.$$

Каждый из данных коэффициентов отражает определенную сторону хозяйственной деятельности торгового предприятия, характеризующую полученным финансовым результатом (прибылью).

Для оценки деловой активности применяются следующие показатели:

$$1) \text{ Общая капиталотдача (фондоотдача)} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя стоимость имущества}};$$

$$2) \text{ Отдача основных производственных средств и нематериальных активов} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя стоимость основных производственных средств и нематериальных активов}};$$

$$3) \text{ Оборачиваемость всех оборотных активов} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя стоимость оборотных активов}};$$

$$4) \text{ Оборачиваемость товарных запасов} = \frac{\text{Средняя стоимость товарных запасов}}{\text{Однодневный товарооборот на конкретную дату}};$$

$$5) \text{ Оборачиваемость дебиторской задолженности} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя дебиторская задолженность}};$$

- 6) Оборачиваемость банковских активов $\frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя величина свободных денежных средств и ценных бумаг}}$;
- 7) Оборот к собственному капиталу $\frac{\text{Товарооборот}}{\text{Средняя величина собственного капитала}}$.

Из анализа финансовых коэффициентов следует вывод, что каждая группа коэффициентов отражает определенную сторону финансового состояния предприятия. Однако относительные финансовые показатели служат ориентировочными индикаторами финансового положения предприятия и его платежеспособности. Поэтому для реальной оценки финансового состояния торгового предприятия следует рассчитывать, помимо относительных, абсолютные показатели финансовой устойчивости и платежеспособности.

Основываясь на материалах комплексного экономического анализа условий и результатов хозяйствования, а также диагностики финансового состояния, возможно реально оценить эффективность применяемой системы управления и степень выполнимости действующего плана развития торгового предприятия, что позволит выработать новый или совершенствовать старый (в зависимости от результатов экономической диагностики) подход в развитии стратегии поведения торгового предприятия на рынке товаров и услуг.

Следовательно, на заключительном этапе экономической диагностики результатов работы торгового предприятия необходимо сформулировать основные направления стратегического характера в деятельности предприятия на планируемый период, вытекающие из полученной в процессе анализа обстоятельной экономической обоснованной "бизнес"-характеристики данного хозяйствующего субъекта. Торговое предприятие должно твердо определиться в выборе направлений стратегических альтернатив, подкрепленном результатами предшествующей экономической диагностики и оценки реальных ресурсов для их осуществления.

Половинчатых решений относительно выбранной стратегии не должно допускаться. В противном случае, предприятие не будет иметь конечной цели, ведущей "идеи", необходимого "барометра" для измерения целенаправленности осуществляемой деятельности. Выработка действенной стратегии на основе оценки каждого принимаемого хозяйственного решения (с точки зрения возможности извлечения экономической выгоды) при условии обстоятельного диагностирования полученных результатов хозяйствования позволит минимизировать степень риска предпринимательской политики торгового предприятия.

Таким образом, в условиях рыночной экономики экономическая диагностика становится необходимым инструментом в обосновании экономической эффективности и целесообразности каждого управленческого решения, обязательным условием разработки успешного и реально осуществимого плана действий торгового предприятия на рынке товаров и услуг.

ЛИТЕРАТУРА

- Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 1996. 282 с.
- Бухгалтерский анализ / Пер. с англ. М.А. Гольцберг, Л.М. Хасан-Бек. Киев: Торгово-издательское бюро ВНУ, 1993. С. 191—305.
- Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1992. 391 с.
- Финансовое планирование и контроль / Пер. с англ. под ред. М.А. Поукока и А.Х. Тейлора. М.: Инфра-М, 1996. С. 9-175.
- Хелферт Э. Техника финансового анализа / Пер. с англ. под ред. Л.П. Белых. М.: Аудит, 1996. С. 196-246.
- Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. М.: Инфра-М, 1996. 169 с.