

**Организация  
аналитической работы  
в торговле**

**Выполнила студентка  
СПб Гб ПОУ ЭК  
Ситникова Елизавета  
группы 168  
2020 г.**

Вве

Ана  
мен  
орга  
отде  
зав  
той  
раз  
Одн  
экон  
все  
про  
техн



НОЙ И

е  
НОГО И  
О

## Сущность аналитической работы на предприятиях торговли

От результативности работы экономической службы во многом зависит эффективность деятельности торговых предприятий. Она призвана оказывать влияние на: формирование и выполнение плановых заданий; эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; соблюдение режима экономии и оптимизации издержек обращения; укрепление дисциплины.

Основная задача экономической службы - обеспечение удовлетворения спроса населения и максимизация прибыли предприятия.



Таким образом, экономическую работу на торговых предприятиях можно условно подразделить на два вида: аналитическая и плановая работа.

Аналитическая работа - научно разработанная система методов и приемов, посредством которых изучается экономика предприятия, выявляются резервы производства на основе учетных и отчетных данных, разрабатываются пути их наиболее эффективного использования.

Экономический анализ - это исследование экономических явлений в их многообразных связях и зависимостях.

Анализ хозяйственной деятельности проводится:

- при подведении итогов работы за определенный период
- составлении планов и в ходе их выполнения;
- прогнозировании хозяйственной деятельности.

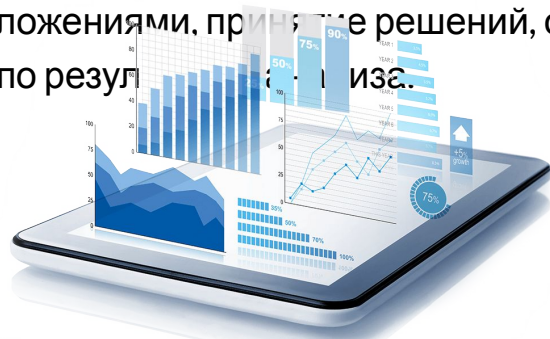


## Аналитическая работа (по Баканову) строится в следующей последовательности:

Первый этап - установление цели анализа и объема работы, составление плана аналитической работы, конкретной программы анализа; подбор документов, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид, группировки данных, составление аналитических таблиц

Второй этап - изучение показателей, характеризующих деятельность анализируемого предприятия;

Третий этап - обобщение и оформление результатов анализа, составление аналитических записок с конкретными предложениями, принятием решений, организация контроля за выполнением предложений по результатам анализа.





Category	Q1	Q2	Q3	Q4
Product 1	15	20	25	30
Product 2	10	15	20	25
Product 3	10	15	20	25

Financial plan of product line develop  
Table N 12

Аналити  
ответств

Здесь пр  
бизнес-  
факторы  
величин

От того,  
действи

Поэтому  
инструм  
более то



более

ет,  
эшние  
ют

це

ный  
процессы,

## Цели и задачи

Цель аналитического  
взаимосвязанные  
конкретизацию  
методических в

Основными задачами  
реализации про  
объективных, та  
выявление резе  
возможностей у  
использованию

В процессе про  
показателей, ко  
содержания: по  
показатели - фа



ют собой  
ЕСКИХ И

планов  
яния как  
атов;  
о

иших  
ого  
ов;





группировок хозяйственных операций с установлением их взаимосвязи (корреспонденция счетов бухгалтерского учёта). Данные анализа в свою очередь синтезируются в порядке их взаимосвязанных обобщений

## Практика экономического анализа уже выработала основные правила чтения (методику анализа) финансовых отчетов. Среди них можно выделить 6 основных методов:

- горизонтальный (временной) анализ - сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом;
- вертикальный анализ - определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния позиции отчетности на результат в целом;
- трендовый анализ - сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т. е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируют возможные значения показателей в будущем.



- анализ относительных показателей (коэффициентов) - расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей;
- сравнительный (пространственный) анализ - это как внутривоздушный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений, цехов, так и межхозяйственный анализ показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними хозяйственными данными;
- факторный анализ - анализ влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. Причем факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), когда дробят на составные части, так и обратным (синтез), когда его отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель.

