

УДК 658.1:[339.1/.5+642.5+796.5](470+571)(075.8)

ББК 65.42(2Рос)-24я73-1+65.431(2Рос)-24я73-1+65.433(2Рос)-24я73-1

Ч49

Рецензенты:

*кафедра экономики и финансов Нижегородского государственного
лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова*
(канд. экон. наук, доц. А.С. Шестериков)

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Чернов, Владимир Анатольевич.

Ч49

Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В.А. Чернов; под ред. М.И. Баканова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 639 с.

ISBN 978-5-238-01633-7

Агентство СІР РГБ

Рассматриваются основы теории экономического анализа, комплексный экономический анализ, анализ финансовой отчетности, инвестиционный анализ в торговле, общественном питании, туристском бизнесе. Проводится анализ внешнеэкономической деятельности, SWOT-анализ, инновационный, анализ лизинговых операций, в бизнес-инжиниринге и реинжиниринге, реструктуризации, в бюджетировании и антикризисном управлении, анализ расчетных операций, функционально-стоимостный. В доступной форме раскрыты актуальные для рынка методы анализа в условиях неопределенности и риска, слабоструктурируемых, неформализуемых процессов. Даются рекомендации по построению имитационных моделей, экспертных систем, применению информационных технологий, интеллектуальных систем.

Для студентов экономических специальностей, преподавателей, научных работников, бухгалтеров, руководителей организаций, предпринимателей.

ББК 65.42(2Рос)-24я73-1+65.431(2Рос)-24я73-1+65.433(2Рос)-24я73-1

ISBN 978-238-01633-7

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2003, 2009
Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания.
Воспроизведение всей книги или какой-либо ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.
© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ АВТОРА	3
ЧАСТЬ I . ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	9
ГЛАВА 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ	10
1.1. Экономический анализ: понятие, предмет, значение	10
1.2. Основные требования, предъявляемые к экономическому анализу	23
1.3. Информационное обеспечение экономического анализа	25
ГЛАВА 2. МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА	33
2.1. Методологические основы анализа	33
2.2. Традиционные методы анализа	40
2.3. Экономико-математические методы анализа	55
2.4. Учет инфляции в аналитических расчетах	62
2.5. Функционально-стоимостный анализ	69
2.6. SWOT-анализ	78
ГЛАВА 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ	87
3.1. Экономический анализ и бюджетирование	87
3.2. Функции анализа в бизнес-инжиниринге	94
3.3. Экономический анализ при реструктуризации предприятия	96
3.4. Экономический анализ в антикризисном управлении	99
3.5. Анализ внешнеэкономической деятельности	108
3.6. Анализ эффективности экспорто-импортных операций	116
ЧАСТЬ II. АНАЛИЗ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА	123
ГЛАВА 4. ВВЕДЕНИЕ В МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ	124
4.1. Основные методы анализа рыночной среды	124
4.2. Анализ эластичности спроса	131
ГЛАВА 5. КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННЫЙ АНАЛИЗ В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ	137
5.1. Метод корреляции в изучении спроса	137
5.2. Изучение спроса на основе регрессионного анализа	141
5.3. Нелинейная корреляция в маркетинговом анализе. Множественная регрессия	145

ГЛАВА 6. АНАЛИЗ СЕЗОННОСТИ СПРОСА 148

6.1. Сезонность спроса. Методы анализа сезонных колебаний	148
6.2. Метод простой средней	150
6.3. Метод скользящей средней	152
6.4. Метод аналитического выравнивания	156
6.5. Упрощенный метод аналитического выравнивания	160
6.6. Анализ сезонности: дополнительные рекомендации	163

ГЛАВА 7. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ 165

7.1. Анализ конкурентной позиции предприятия	165
7.2. Регулирование конкурентоспособности на основе анализа нормы прибыли	172

ГЛАВА 8. ОПРЕДЕЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТА И ОБЪЕМА ЗАКУПОК ТОВАРА В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ 179

8.1. Выбор товарного ассортимента в условиях неопределенности	179
8.2. Определение оптимального объема оптовых закупок в условиях неопределенности	187

ЧАСТЬ III. АНАЛИЗ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ 195

ГЛАВА 9. АНАЛИЗ ТОВАРООБОРОТА 196

9.1. Товарооборот: характеристика, значение, задачи анализа	196
9.2. Источники информации для анализа товарооборота	199
9.3. Общий анализ товарооборота	206
9.4. Анализ товарооборота по составу, видам, формам оборота	208
9.5. Анализ ритмичности продаж	217
9.6. Факторный анализ товарооборота	222
9.7. Анализ товарно-сырьевых поставок	231
9.8. Сравнительный анализ товарооборота	238

ГЛАВА 10. АНАЛИЗ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ 241

10.1. Анализ товарных запасов: основные понятия и источники информации	241
10.2. Анализ состояния товарных запасов	244
10.3. Анализ эффективности товарных запасов	249

10.4. Факторный анализ товарных запасов	252
10.5. Оперативный и сравнительный анализ товарных запасов	257
10.6. Имитационный анализ оперативного движения товаров. Определение оптимальных закупок	258
10.7. Имитационный анализ управления коммерческими процессами в условиях неопределенности	264

ГЛАВА 11. АНАЛИЗ ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ 278

11.1. Анализ издержек: основные понятия, информационная база	278
11.2. Факторный анализ издержек обращения	281
11.3. Анализ издержек обращения по статьям	292
11.4. Оперативный анализ издержек обращения	297
11.5. Сравнительный анализ издержек обращения	299

ГЛАВА 12. АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ 301

12.1. Трудовые ресурсы: понятие, задачи, источники информации для анализа	301
12.2. Анализ движения персонала. Обеспеченность персоналом	303
12.3. Взаимосвязь товарооборота, численности и состава работников	306
12.4. Анализ эффективности и качества труда. Факторный анализ	309

ГЛАВА 13. АНАЛИЗ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА 327

13.1. Основной капитал: понятие, задачи, информационное обеспечение анализа	327
13.2. Анализ состава и движения основных средств	332
13.3. Анализ эффективности использования основного капитала	343
13.4. Факторный анализ эффективности использования производственных объектов	346
13.5. Факторный анализ эффективности использования площадей организации	350

ГЛАВА 14. АНАЛИЗ ОБОРОТНОГО КАПИТАЛА 356

14.1. Анализ оборотных средств	356
14.2. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности	363

ГЛАВА 15. АНАЛИЗ РАСЧЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ 370

15.1. Анализ ускорения расчетов	370
15.2. Анализ кредитных отношений в расчетах	382
15.3. Анализ привлечения дополнительных средств посредством коммерческого маневрирования	397

ГЛАВА 16. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ 402

16.1. Анализ финансовых результатов: задачи и источники информации	402
16.2. Анализ валового дохода	405
16.3. Анализ формирования и использования прибыли	417
16.4. Анализ безубыточности	424
16.5. Факторный анализ прибыли	426
16.6. Анализ оптимизации расходов по налогам	429
16.7. Анализ финансовой политики в операциях с ценными бумагами	438

**ГЛАВА 17. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ И ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 446**

17.1. Анализ инвестиционных процессов на основе показателей дисконтирования	446
17.2. Анализ эффективности инвестиций	452
17.3. Учет неопределенности и риска в инвестиционных проектах	461
17.4. Анализ лизинговых операций	472
17.5. Анализ инновационной деятельности	480

**ГЛАВА 18. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ 492**

18.1. Общая оценка изменения статей и структуры бухгалтерского баланса	492
18.2. Анализ финансовой устойчивости	500
18.3. Анализ ликвидности баланса	512
18.4. Анализ платежеспособности. Диагностика банкротства	517
18.5. Анализ прогнозирования возможности банкротства на основе дискриминантных факторных моделей	532
18.6. Анализ денежных потоков	536
18.7. Анализ деловой активности	551
18.8. Анализ рентабельности	560
18.9. Факторный анализ рентабельности	563

ЧАСТЬ IV. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ И ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ 567

ГЛАВА 19. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ 568

- 19.1. Анализ деятельности предприятий питания 568
- 19.2. Анализ товарооборота 569
- 19.3. Факторный анализ товарооборота 574
- 19.4. Анализ издержек производства и обращения
предприятий питания 578
- 19.5. Анализ производительности труда 581
- 19.6. Анализ финансовых результатов 583
- 19.7. Анализ выбора ассортимента блюд 587

ГЛАВА 20. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ 590

- 20.1. Анализ туристской деятельности: задачи,
информационное обеспечение 590
- 20.2. Анализ основных показателей туристского бизнеса 595
- 20.3. Анализ операций с клиентами турфирмы 601
- 20.4. Анализ прогнозируемых результатов туроператорской
деятельности 604
- 20.5. Анализ выбора собственной или арендованной
площади 605
- 20.6. Анализ выбора собственного или привлеченного
транспорта 606
- 20.7. Анализ эффективности использования гостиничных
площадей 608
- 20.8. Факторный анализ рентабельности 610

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 614

ПРИЛОЖЕНИЯ 620