

**Волчков К.С.**

*Донецкий национальный технический университет, Украина*

## **Выявление проблем торгового предприятия**

Экономический анализ позволяет определить эффективность, как отдельного предприятия, группы предприятий, так и всей экономики в целом. С созданием рыночной экономики и появлением огромного количества независимых самостоятельных предприятий и организаций, экономический анализ приобретает большую важность.

Анализ показателей будет проведен на предприятии ООО «Прима».

Фирма представляет собой общество с ограниченной ответственностью по виду организационно-правовой формы собственности. Область деятельности ООО «Прима» - торговля.

Финансовое состояние предприятия характеризуется размещением и использованием средств и источниками их формирования собственного капитала и обязательств. Эти сведения представлены как в балансе предприятия, так и в отчете о финансовых результатах.

Проанализируем отчет о финансовых результатах предприятия (рис. 1.1).

Фінансові результати від звичайної діяльності :			
прибуток	190	-	-
збиток	195	21 250	-
Надзвичайні :			
доходи	200	-	-
витрати	205	-	-
Податки з надзвичайного прибутку	210	-	-
Чистий :			
прибуток	220	-	-
збиток	225	(21 250)	-

Рис. 1.1 – Финансовые результаты ООО «Прима»

Итак, согласно данным отчета, предприятие за первый квартал 2011 года сработало в убыток (21250 грн).

Подобный результат экономической деятельности предприятия вызван снижением количества проданных товаров, что, во-первых, уменьшило прибыль предприятия, и, во-вторых, увеличило затраты на хранение товаров на складе; задержкой поставок товаров на предприятие; наличием дефектов в приобретенной у производителя продукции.

Для разрешения проблем и выявления их причин воспользуемся Диаграммой Парето. Диаграмма Парето позволяет распределить усилия для разрешения возникающих проблем и установить основные факторы, с которых нужно начинать действовать с целью преодоления возникающих проблем.

Для построения диаграммы перечислим проблемы, вызвавшие снижение количества реализуемых товаров: заполнение рынка и усиление конкуренции; демпинг, используемый конкурентными предприятиями; закрытие нескольких точек продаж; отсрочка поставки на предприятие продукции; проблемы с финансированием у государственных предприятий; прекращение деятельности некоторых клиентов; прочие.

Итак, рассмотрим подробнее перечисленные выше проблемы, подсчитаем число, накопленную сумму, процент числа по каждому признаку к общей сумме и накопленный процент по имеющимся данным (табл. 1.1).

Табл. 1.1 - Результаты регистрации данных по снижению продаж товаров для построения диаграммы Парето

Причина снижения продаж	Количество случаев	Накопленная сумма причин	Процент причин по каждому признаку к общей сумме	Накопленный процент
Усиление конкуренции	67	67	33,5	33,5
Демпинг	69	136	34,5	68
Закрытие точек продаж	17	153	8,5	76,5
Отсрочка поставки на предприятие продукции	19	172	9,5	86
Проблемы с финансированием государственных предприятий	8	180	4	90

Перенос табл. 1.1

Прекращение деятельности некоторых клиентов	16	196	8	98
Прочие	4	200	2	100
Итого	200	-	100	

Построим столбиковые диаграммы по всем факторам, вызвавшим проблемы в экономической деятельности предприятия ООО «Прима» в первом квартале 2011 года (рис. 1.2) и проведем кумулятивную кривую (по накопленным процентам).

Для более детального анализа разделим данные Диаграммы Парето на три группы. Группа «А» - наиболее важные, существенные проблемы, причины, дефекты. Относительный процент группы «А» в общем количестве причин обычно составляет от 60 до 80%. Соответственно устранение причин группы «А» имеет большой приоритет, а связанные с этим мероприятия — самую высокую эффективность. Группа «В» - причины, которые в сумме имеют не более 20%. Группа «С» - самые многочисленны, но при этом наименее значимые причины и проблемы.

К первой группе относятся наиболее весомые факторы – «Увеличение количества конкурентов» и «Проведение демпинговой политики». Их общий относительный процент в общем количестве причин превышает 60%. Соответственно, устранение этих факторов имеет наибольший приоритет, а мероприятия должны быть наиболее эффективными. Для решения проблемы увеличения конкуренции вывести на рынок уникальную продукцию, что на время снизит конкуренцию. Для ввода такой продукции необходимо провести рыночный анализ и выявить товары, на которые может быть высокий спрос.

Проблема демпинга может решиться только проведением аналогичной демпинговой политики, либо введения системы скидок, либо организации акционных мероприятий.

Ко второй группе относятся такие факторы, как «Прекращение деятельности клиентов» и «Отсутствие финансирования». Не существует

конкретных методов влияния на вышеперечисленные факторы, однако предприятие может реализовывать дружественную политику относительно своих клиентов (например, предоставление скидок, поставку товаров с отсрочкой платежа).

К третьей группе относятся «Закрытие точек продаж» и «Отсрочка поставок». Решение подобных проблем возможно путем проведения анализа и выявления оптимального количества точек реализации и более точного планирования при формировании заказов.

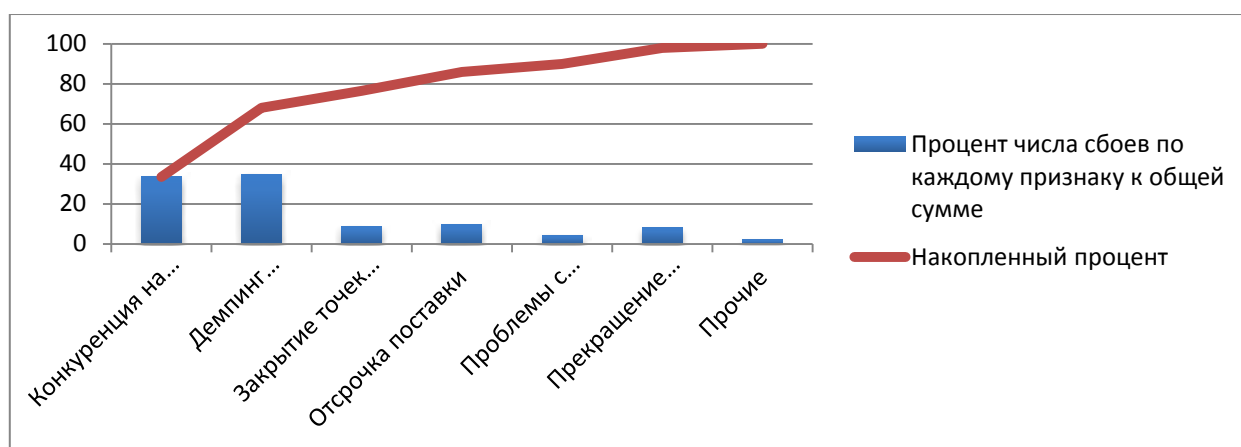


Рис.1.2 – Диаграмма Парето, кумулятивная кривая

Следовательно, экономический эффект от деятельности предприятия во многом зависит от наличия нежелательных результатов деятельности. Построение Диаграммы Парето, кумулятивной кривой и проведение ABC-анализа позволили выявить наиболее существенные факторы, формирующие проблему (снижение количества продаваемой продукции). К таким факторам относятся «Увеличение количества конкурентов на рынке» и «Проведение демпинговой политики конкурентами».

#### Литература:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000, 384 с.