

Введение	3
----------------	---

Тема 1. ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ЕЕ ВНЕШНЯЯ СРЕДА	6
---	---

1.1. Торговля как вид предпринимательской деятельности, ее сущность и роль в экономике.....	6
---	---

1.2. Понятие организации, ее основные черты. Классификация организаций торговли.....	10
--	----

1.3. Внешняя среда организации, ее виды и элементы	14
--	----

1.4. Потребители и их денежные доходы как основа формирования потребительского спроса	16
---	----

1.5. Товарные ресурсы – элемент внешней среды и основа товарного предложения.....	20
---	----

Тема 2. ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ	22
---	----

2.1. Понятие внутренней среды организации и ее структура	22
--	----

2.2. Экономический механизм функционирования организации, его виды и элементы.....	23
--	----

2.2.1. Понятие и виды экономического механизма	23
--	----

2.2.2. Экономические интересы и стимулы в организации	25
---	----

2.2.3. Коммерческий расчет, его принципы	25
--	----

2.2.4. Стратегия, планирование и прогнозирование деятельности организации.....	27
--	----

2.2.5. Структура управления организацией.....	28
---	----

2.3. Основные показатели, характеризующие внутреннюю среду организации.....	28
---	----

Тема 3. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ И ОПЛАТА ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ТОРГОВЛИ	29
---	----

3.1. Сущность и особенности труда работников торговли. Трудовые ресурсы, их классификация.....	29
--	----

3.2. Производительность и эффективность труда в торговле. Методы измерения производительности труда, факторы, ее определяющие	35
---	----

3.3. Оплата труда работников организации.....	39
---	----

3.3.1. Понятие заработной платы, ее принципы	39
--	----

3.3.2. Государственное регулирование оплаты труда. Тарифная система оплаты труда	40
3.3.3. Формы и системы оплаты труда. Организация оплаты труда работников торговли.....	44
3.4. Методика анализа показателей по труду и заработной плате	50
3.4.1. Оценка численности и состава кадров торговой организации ...	50
3.4.2. Методика анализа фонда заработной платы	52
3.4.3. Анализ производительности и эффективности труда работников.....	55
3.5. Планирование показателей по труду и заработной плате.....	58
3.5.1. Планирование численности работников.....	58
3.5.2. Планирование фонда заработной платы.....	60
Тема 4. ИМУЩЕСТВО ОРГАНИЗАЦИИ. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	62
4.1. Понятие и структура имущества организации, его роль в повышении ее конкурентного статуса.....	62
4.2. Материально-техническая база организации торговли, ее значение и структура	64
4.3. Основные средства организации: сущность, классификация, формы учета	65
4.4. Амортизация основных средств, характеристика методов амортизации	68
4.5. Методические подходы к анализу состояния и эффективности использования материально-технической базы организации торговли.....	70
4.6. Современные направления перспективного развития материально-технической базы торговли. Определение потребности в расширении торговых площадей	75
Тема 5. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТОВАРООБОРОТА. АНАЛИЗ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	78
5.1. Понятие товарооборота, его виды. Розничный товарооборот, состав, классификация.....	78
5.2. Значение оптовой торговли. Понятие оптового товарооборота, его состав и классификация	81

5.3. Задачи и последовательность анализа показателей розничного товарооборота.....	85
5.4. Анализ общего объема розничного товарооборота.....	88
5.5. Факторы, влияющие на объем розничного товарооборота.....	90
5.6. Анализ структуры розничного товарооборота.....	92
5.7. Комплексный анализ показателей розничного товарооборота ...	93
Тема 6. ПЛАНИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	94
6.1. Цель, задачи и этапы планирования розничного товарооборота	94
6.2. Методы планирования розничного товарооборота по общему объему	96
6.3. Планирование структуры розничного товарооборота	100
6.4. Распределение планового товарооборота между структурными подразделениями и внутри года	102
Тема 7. ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА	104
7.1. Понятие и классификация товарных запасов.....	104
7.2. Анализ товарных запасов.....	107
7.3. Анализ поступления товаров	109
7.4. Планирование величины товарных запасов в розничной торговле	110
7.5. Планирование поступления товаров.....	115
Тема 8. ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА И ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТОВОГО ТОВАРООБОРОТА И ЕГО ТОВАРНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ	116
8.1. Цель, информационная база и этапы анализа оптового товарооборота	116
8.2. Оценка факторов, воздействующих на оптовый товарооборот	119
8.3. Анализ товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле.....	121
8.4. Планирование товарооборота оптовых организаций	123
8.5. Планирование товарных запасов и поступления товаров в оптовой торговле.....	126

Тема 9. ДОХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ.....	128
9.1. Сущность и состав доходов организации.....	128
9.2. Понятие валового дохода от реализации в торговле и его виды ...	132
9.3. Характеристика источников образования доходов от реализации	136
9.4. Методика анализа доходов организации	140
9.4.1. Цель, информационная база и направления анализа доходов	140
9.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики доходов	141
9.4.3. Оценка источников образования и структуры распределения доходов от реализации	142
9.4.4. Методика расчета влияния факторов на сумму и уровень валовых доходов от реализации	142
9.4.5. Оценка доходности торговой деятельности.....	146
9.4.6. Оценка доходов в других отраслях и видах деятельности. Резервы и направления роста доходов.....	154
9.5. Планирование валовых доходов от реализации.....	155
9.5.1. Цель и информационная база планирования доходов.....	155
9.5.2. Сущность основных методов планирования валовых доходов от реализации	156
Тема 10. РАСХОДЫ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ.....	160
10.1. Понятие затрат и расходов организации. Состав расходов организации	160
10.2. Понятие расходов на реализацию, их классификация	166
10.3. Анализ общей суммы и уровня расходов	171
10.4. Особенности анализа отдельных статей расходов	174
10.5. Планирование общей суммы и отдельных статей расходов....	179
Тема 11. ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	190
11.1. Понятие прибыли и источники ее формирования	190
11.2. Классификация прибыли и методика расчета ее видов	192
11.3. Рентабельность как категория оценки прибыли. Система показателей рентабельности	201
11.4. Сущность методических подходов к анализу прибыли.....	212

11.4.1. Цель, информационное обеспечение и этапы анализа прибыли	212
11.4.2. Оценка структуры, выполнения плана и динамики прибыли... ..	213
11.5. Методика расчета влияния факторов на изменение прибыли.....	215
11.6. Оценка рентабельности, распределения и использования прибыли	219
11.7. Резервы и направления роста прибыли и рентабельности.....	221
11.8. Методические подходы к планированию прибыли.....	224
11.8.1. Цель и информационная база планирования прибыли	224
11.8.2. Сущность альтернативных подходов к расчету плана прибыли	224
Тема 12. ИНВЕСТИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ	228
12.1. Понятие инвестиций и инвестиционной деятельности.....	228
12.2. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инноваций	229
12.3. Оценка инвестиционной и инновационной деятельности организации	232
Тема 13. ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ.....	238
13.1. Сущность, виды и критерии эффективности торговли	238
13.2. Система показателей эффективности функционирования организаций торговли.....	241
13.3. Обобщающие показатели экономической эффективности.....	244
13.4. Показатели оценки результатов торговой деятельности	249
13.5. Показатели оценки эффективности использования экономических ресурсов	258
13.6. Показатели оценки эффективности текущих расходов.....	265
13.7. Показатели социальной эффективности торговли	267
13.8. Понятие конкурентоспособности организаций торговли.....	271
13.9. Методические подходы к оценке конкурентоспособности торговых организаций	272
Список литературы.....	277