Jan MIKOŁAJCZYK

MONITORING W PROCESACH ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM HANDLOWYM

1. Istota monitoringu

Monitoring jest pojęciem nowym, używanym w ekonomii, a w szczególności w naukach związanych z zarządzaniem od niedawna. Wywodzi się z terminologii wojskowej, w której oznacza stałą, nieprzerwaną kontrolę bezpieczeństwa militarnego określonego państwa. Monitoring w tym znaczeniu służy wykrywaniu (detekcji) niepokojących sygnałów, ich analizowaniu ze względu na bezpieczeństwo obronne i przeciwdziałaniu, jeśli zajdzie taka potrzeba. Stosunkowo szybko termin ten przyjął się również w naukach przyrodniczych i znany jest jako monitoring środowiska[1]. Również w medycynie zaczęto „monitorować" stan zdrowia pacjentów, by już wkrótce powszechnie używać monitoringu w sferze technologicznej, polityczno-prawnej, społeczno-kulturowej i w końcu w ekonomicznej. Dalsze rozważania dotyczą tylko tej właśnie sfery.

Termin „monitoring" zapożyczony został z języka angielskiego i w oryginalnej pisowni przyjął się w języku polskim, występując czasami także w formie spolszczonej jako monitorowanie.

Monitoring jest to system stałej obserwacji i oceny kondycji ekonomiczno-finansowej, efektywności działań oraz prognozowania rozwoju sytuacji gospodarczej przedsiębiorstw, którego zadaniem jest gromadzenie, przechowywanie, przetwarzanie, przesyłanie i udostępnianie informacji zgodnie z wymaganiami użytkowników systemu.

---

1 Patrz szerzej: **R. Truszkowska**, Problematyka programu projektowania i wdrażania w Polsce systemu monitoringu środowiska człowieka, Instytut Kształtowania Środowiska, Biuletyn 1975, nr 6-7, s. 52-67.

Konieczność racjonalnego działania, która determinuje szanse osiągania trwałego sukcesu gospodarczego przez przedsiębiorstwa, nakazuje, aby każde podjęte działanie było w trakcie realizacji i po jego zakończeniu oceniane.

Dzięki zastosowaniu systemu monitoringu możliwa jest odpowiedź na pytania:

– czy i w jakim stopniu osiągnięto zamierzony cel?

– czy efekty działań rekompensują poniesione nakłady?

– na ile przebieg działań zgodny był z ustalonym planem?

– czy przyjęty plan realizacji spełniał wymogi racjonalnego działania?

– czy dokonywane zmiany w trakcie realizacji celu były zasadne i skuteczne (efektywne)?

Umożliwia on w sposób prosty i zrozumiały dokonywanie diagnozy sytuacji gospodarczej firmy. System ten bazuje na powtarzalnych analizach i ocenach efektywności ekonomicznej. W tym celu wykorzystuje się znane i powszechnie stosowane w gospodarce rynkowej mierniki oceny efektywności ekonomicznej przedsiębiorstw.

Każda firma, która ma być efektywnie zarządzana, potrzebuje własnego (dostosowanego do specyfiki działania danego przedsiębiorstwa) systemu monitoringu, m.in. po to, aby zdobyć informacje, jak najefektywniej używać środków (ludzkich, finansowych i rzeczowych), którymi dana organizacja gospodarcza dysponuje dla realizacji celów. Przedsiębiorstwo musi też odpowiednio wcześnie wiedzieć, kiedy, gdzie i dlaczego wzrosną przykładowo jego potrzeby finansowe, by na czas przygotować niezbędne środki. Informacje z ksiąg rachunkowych zwykle nie są w tym zakresie wystarczające. Aby system monitoringu mógł efektywnie działać, w przedsiębiorstwie muszą być spełnione określone warunki. Należą do nich:

– stałe, nieprzerwane zbieranie informacji z otoczenia i z wnętrza przedsiębiorstwa,

– przekazywanie wykrytych sygnałów i informacji do analizy,

– permanentnie prowadzone prace analityczne w przekrojach zagadnieniowych, odpowiadających potrzebom zarządzania.

– ocenianie uzyskanych informacji.

Zbieraniem informacji trudnią się osoby zajmujące samodzielne stanowiska bądź pracownicy komórek organizacyjnych przedsiębiorstwa. Procesy oceny informacji i ich roli dla zarządzania dokonują się w tych komórkach, jak również w komórkach przygotowujących ich analizę i wykorzystujących je bezpośrednio w zarządzaniu. Przekazywanie informacji między stanowiskami, komórkami organizacyjnymi dokonuje się za pomocą odpowiednich kanałów informacyjnych. System monitoringu staje się przez to zinstytucjonalizowaną częścią systemu informacyjnego. Zakłada się, że rozszerza on dotychczas istniejący w przedsiębiorstwie system zbierania i przetwarzania informacji, przypominając swego rodzaju „radar strategiczny".

Podstawowym założeniem systemu monitoringu jest istnienie określonych sygnałów (w otoczeniu przedsiębiorstwa lub w jego wnętrzu), które oznajmiają zbliżanie się zmian stanów w obszarach uznanych za ważne dla przedsiębiorstwa[2]. Jeśli tak rzeczywiście jest, to należy odpowiedzieć na następujące pytania:

1) skąd pochodzi dany sygnał, z wnętrza czy z otoczenia przedsiębiorstwa?

2) z jakiej sfery pochodzi sygnał?

– czy ze sfery ekonomicznej i wyraża się przykładowo we wskaźnikach wzrostu gospodarczego, inflacji?

– czy ze sfery technologicznej i odbija się w zmianach dotyczących procesów technologicznych lub w „nowych" zastosowaniach materiałów, albo nowej użyteczności dotychczasowych?

– czy ze sfery społecznej i odzwierciedla się w zmianach czynników demograficznych, np. w nowych postawach wobec pracy, konsumpcji itp.?

– czy wreszcie ze sfery instytucjonalno-prawnej i politycznej i wyraża się w nowych aktach prawnych lub innych rodzajach działalności państwa?

3) jaką formę ma sygnał, czy chodzi o trend lub jego zmianę czy o zjawisko jednostkowe i nagłe?

4) jakie są przyczyny powstania sygnału?

5) co to może oznaczać dla przedsiębiorstwa, czy jest to zagrożenie, czy szansa, czy też będzie to obojętne dla przedsiębiorstwa?

6) jakiego poziomu decyzyjnego dotyczy ten problem: operacyjnego czy strategicznego?

Aby udzielić odpowiedzi na te pytania, sygnały muszą być: zidentyfikowane, zdiagnozowane i ocenione. Wynikiem procesów identyfikacji, diagnozy i oceny jest informacja, która zawiera:

– możliwie wyczerpujący opis badanego zjawiska,
– określenie charakteru zjawiska (szansa czy zagrożenie?),
– określenie jego istotności dla celów przedsiębiorstwa,
– kwantyfikację problemu,
– określenie pilności rozwiązania tego problemu,
– określenie prawdopodobieństwa jego wystąpienia.

Podsumowując należy stwierdzić, że wykorzystanie systemu monitoringu w procesach decyzyjnych może mieć miejsce jedynie wtedy, gdy spełnione zostaną określone warunki:

1) należy dokładnie zdefiniować istotne dla przedsiębiorstwa czynniki, wpływające na jego funkcjonowanie w krótkim i długim czasie;

2) czynniki te muszą być prognozowalne, przy czym możliwe jest tylko

---

2 Patrz szerzej: **I. Rieser**, Frühwarnsysteme für die Unternehmungspraxis, München 1980, s. 39-51.

częściowe spełnienie tego warunku, gdyż część zjawisk ma charakter jednostkowy i nagły, inne mają co prawda charakter wydarzeń powtarzających się, nie można jednak określić dla nich jakiejkolwiek regularności występowania;

3) informacje o rozwoju sytuacji w otoczeniu muszą mieć wymaganą przez procedury prognostyczne dokładność;

4) użytkownik systemu musi być zainteresowany wykorzystaniem uzyskanych informacji w procesie decyzyjnym;

5) użytkownik systemu musi umieć odpowiednio wykorzystać te informacje do rozwiązania powstających problemów;

6) informacje o wykrytych odchyleniach od przewidywań czy norm i ich przyczynach muszą być bezzwłocznie przekazywane zarządzającym, tak by umożliwić podjęcie niezbędnych środków zaradczych;

7) system zbierania, diagnozy i oceny wykrytych odchyleń powinien być elastyczny, dostosowujący się do zmieniających się warunków funkcjonowania przedsiębiorstw.

2. Zastosowanie monitoringu w analizie ekonomiczno-finansowej przedsiębiorstwa handlowego

Znajomość własnej sytuacji i zaznaczających się na rynku procesów umożliwia szybką reakcję na zmiany w otoczeniu. Dokładne informacje są podstawowym warunkiem podejmowania właściwych decyzji i osiągania sukcesu gospodarczego. System monitoringu przedsiębiorstwa uwzględniać powinien wszystkie dane zewnętrzne i wewnętrzne, które mają istotne znaczenie dla jego istnienia i powodzenia. Oparcie monitoringu na różnorodnych wskaźnikach, ilustrujących wykorzystanie majątku, stan finansowy i ekonomiczny firmy, umożliwia wczesne wykrycie i przeciwdziałanie negatywnym tendencjom. Stwarza to szansę uzyskania przewagi konkurencyjnej nad firmami, które takiego systemu nie mają lub mają, ale nie w pełni wykorzystują jego zalety.

Dokonywane w każdym przedsiębiorstwie operacje gospodarcze mają pieniężny charakter – stąd możliwość ich porównywania. W formie pieniężnej, a więc w ujęciu finansowym, wyrażone są przychody firmy i koszty ich uzyskania oraz wyniki działalności i stan majątkowy przedsiębiorstwa. Wobec tego monitorowanie efektywności ekonomicznej powinno się odbywać przy wykorzystaniu informacji dotyczących finansowych skutków działalności gospodarczej. Umożliwi ono organom zarządzającym:

– uzyskanie wiarygodnej podstawy do podejmowania decyzji bieżących i strategicznych przedsiębiorstwa,

– kontrolę zgodności rzeczywistego przebiegu procesów gospodarczych z założeniami, jakie przyjmowano przy podejmowaniu decyzji,

– utrzymanie korzystnej oceny przedsiębiorstwa przez podmioty zewnętrzne, takie jak: partnerzy gospodarczy, banki, towarzystwa ubezpieczeniowe itp.,

– porównanie skuteczności działania przedsiębiorstwa na tle innych przedsiębiorstw (średnie branżowe).

Monitorowanie kondycji finansowej przedsiębiorstwa można prowadzić przy wykorzystaniu metody analizy poziomej i pionowej oraz metody wskaźniowej[3].

W zależności od stopnia rozwinięcia rachunkowości w danej placówce handlowej (ryczałt czy pełna ewidencja działalności gospodarczej w postaci bilansu i rachunku wyników) uzyskiwane informacje będą miały charakter ograniczony i jednostkowy lub całościowy i spójny.

Metoda analizy poziomej polega na porównywaniu konkretnych pozycji sprawozdań finansowych i określeniu zmian sytuacji majątkowej i finansowej przedsiębiorstwa w kwotach absolutnych oraz na posługiwaniu się wskaźnikami dynamiki. Metoda ta ułatwia ocenę prawidłowości funkcjonowania placówki w przeszłości, przy czym wnioski pozwalają na doskonalenie bieżącej i przyszłej działalności w taki sposób, aby zapewnić wzrost efektywności jej działania. Operując wskaźnikami dynamiki określonych pozycji sprawozdań finansowych trzeba pamiętać, że mechaniczne ich interpretowanie może często prowadzić do mylnych wniosków. Istotne znaczenie przy poziomej analizie efektywności przedsiębiorstwa ma uwzględnianie wpływu inflacji na kształtowanie się określonych zjawisk.

Metoda analizy pionowej w swej istocie pozwala na dokonanie oceny struktury aktywów i pasywów oraz składników wyniku finansowego przedsiębiorstwa. Z uwagi na duże uproszczenie zbiorów informacyjnych dotyczących rezultatów finansowych wielu przedsiębiorstw handlowych analiza pionowa ma znacznie ograniczoną wartość poznawczą.

Wnioski wypływające z poziomej i pionowej analizy sprawozdań finansowych mogą być znacznie wzbogacone przez zastosowanie odpowiednio dobranych wskaźników, tj. relacji między określonymi wielkościami. Na przykład analiza pozioma umożliwia ocenę wielkości zysku, ale dopiero jego porównanie z wielkością zaangażowanych w przedsiębiorstwie kapitałów daje pogląd na ekonomiczną efektywność ich wykorzystania.

Liczba wskaźników ekonomicznych, jakie mogą być konstruowane na podstawie sprawozdań finansowych przedsiębiorstw, jest duża. Za ich pomo-

---

3 Por. **W. Bień**, Ocena finansowej efektywności spółek prawa handlowego, Finans-Servis, Warszawa 1992, s. 43-45.

Zestawienie wskaźników analitycznych

Nazwa wskaźnika	Metoda kalkulacji	Treść wskaźnika
Wskaźniki zyskowności		
rentowność sprzedaży	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{sprzedaż netto}}$	marża zysku na sprzedaży
rentowność majątku	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{majątek ogółem (aktywa)}}$	efektywność wykorzystania majątku
rentowność kapitałów własnych	$\frac{\text{zysk netto}}{\text{kapitały własne}}$	stopa zyskowności zainwestowanych w firmie kapitałów własnych
Wskaźniki bieżącej płynności finansowej		
płynność bieżąca	$\frac{\text{środki obrotowe ogółem}}{\text{zobowiązania bieżące}}$	możliwość spłacenia zobowiązań krótkoterminowych środkami obrotowymi
wskaźnik szybki	$\frac{\text{płynne środki obrotowe}}{\text{zobowiązania bieżące}}$	zdolność do szybkiego uregulowania krótkoterminowych zobowiązań
wskaźnik inkasa należności w dniach	$\frac{\text{przec. stan należności} \times 360}{\text{sprzedaż netto}}$	kredytowanie odbiorców mierzone liczbą dni przeciętnie niezbędnych na inkaso należności
wskaźnik zapasów w dniach	$\frac{\text{przec. stan należności} \times 360}{\text{sprzedaż netto}}$	kredytowanie odbiorców mierzone liczbą dni przeciętnie niezbędnych na inkaso należności
wskaźnik zapasów w razach	$\frac{\text{sprzedaż netto}}{\text{przeciętny stan zapasów}}$	liczba cykli obrotu zapasami w ciągu okresu
Wskaźniki zdolności do obsługi zadłużenia		
pokrycie odsetek zyskiem	$\frac{\text{zysk brutto + odsetki}}{\text{odsetki}}$	zdolność do obsługi długookresowych pożyczek
obciążenie majątku zobowiązaniami	$\frac{\text{zobowiązania ogółem}}{\text{majątek ogółem}}$	stopień pokrycia majątku obcymi kapitałami
pokrycie majątku kapitałami własnymi	$\frac{\text{kapitały własne + rezerwy}}{\text{majątek ogółem}}$	stopień pokrycia majątku własnymi kapitałami
relacja zobowiązań do kapitałów własnych	$\frac{\text{zobowiązania}}{\text{kapitały własne + rezerwy}}$	stopień ryzyka finansowego kredytobiorców
pokrycie zobowiązań nadwyżką finansową	$\frac{\text{zysk netto + roczna amortyzacja}}{\text{przeciętny stan zobowiązań}}$	zdolność do pełnej spłaty zobowiązań z nadwyżki finansowej (tj. bez uszczuplenia majątku)

cą można charakteryzować różne aspekty sytuacji finansowej i majątkowej, w praktyce stosuje się jednak ujednolicone zestawy wskaźników. Analiza ich wyników wykorzystywana jest nie tylko przez zarządy zainteresowanych przedsiębiorstw do podejmowania decyzji, ale także posługują się nimi kredytodawcy, kooperanci oraz istniejący i potencjalni nowi udziałowcy. Zestaw standardowych wskaźników dla przedsiębiorstwa handlowego przedstawiono w tabeli.

2.1. Wskaźniki rentowności

Ocena rentowności przedsiębiorstwa może być prezentowana na podstawie analizy dynamiki zysku z uwzględnieniem podstawowych źródeł jego powstania oraz za pomocą wskaźników ilustrujących: rentowność sprzedaży, majątku i kapitałów własnych[4].

$$\textit{rentowność sprzedaży} = \frac{\textit{zysk netto}}{\textit{sprzedaż netto}},$$

gdzie *zysk netto* to wartość zysku po zapłaceniu podatku dochodowego, a *sprzedaż netto* to wartość przychodów ze sprzedaży towarów (ustalonych w cenach sprzedaży bez VAT). Wysokość rentowności sprzedaży w dużej mierze zależy m.in. od branży, lokalizacji i klasy miejscowości, w której funkcjonuje dana placówka handlowa. Należy to uwzględnić przy próbie porównania tego wskaźnika określonej jednostki handlowej z wskaźnikami innych placówek.

$$\textit{rentowność majątku} = \frac{\textit{zysk netto}}{\textit{majątek (aktywa) ogółem}},$$

gdzie *aktywa ogółem* to wartość całkowita środków trwałych i obrotowych przedsiębiorstwa. Wskaźnik ten informuje o efektywności wykorzystania angażowanego majątku (stopa zysku od zaangażowanego majątku).

---

4 Por. m.in. **M. Sierpińska, T. Jachna**, Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych, PWN, Warszawa 1994, s. 78-117.

$$\textit{rentowność kapitałów własnych} = \frac{\textit{zysk netto}}{\textit{kapitały własne}},$$

gdzie *kapitały własne* to aktywa ogółem minus zobowiązania ogółem. Na podstawie rentowności kapitałów własnych udziałowcy przedsiębiorstwa mogą oceniać korzyści, jakie przynosi im lokowanie w danej firmie kapitałów w porównaniu z rentownością lokat w innych przedsiębiorstwach lub bankach.

Jeżeli majątek spółki byłby w całości sfinansowany jej własnymi kapitałami, to wskaźnik ich rentowności byłby analogiczny do wskaźnika rentowności majątku. Jednak część majątku – w szczególności przedsiębiorstw handlowych – finansowana jest z reguły obcymi kapitałami, tj. pożyczkami, kredytami oraz innymi zobowiązaniami. Za wykorzystywanie obcych kapitałów spółka płaci odsetki. Jeśli jednak ich oprocentowanie jest niższe od osiąganej zyskowności majątku, to różnica z tego tytułu wpływa na korzystniejsze kształtowanie się zyskowności kapitałów własnych. Na przykład firma osiągająca 40% zyskowność majątku sfinansowanego częściowo obcymi kapitałami (kredyt bankowy), od których płaci odsetki w wysokości 32%, osiągnie dodatkowy zysk, który wpłynie odpowiednio na korzystniejszą stopę zysku kapitałów własnych.

Tę dodatkową korzyść, jaką przedsiębiorstwo realizuje w rezultacie zaangażowania i efektywnego wykorzystania obcych kapitałów, określa się mianem dźwigni finansowej.

2.2. Wskaźniki bieżącej płynności finansowej

Zdolność przedsiębiorstwa do terminowego regulowania zobowiązań bieżących można formułować na podstawie kilku wskaźników.

$$\textit{płynność bieżąca} = \frac{\textit{środki obrotowe ogółem}}{\textit{zobowiązania bieżące}},$$

gdzie *środki obrotowe ogółem* to zapasy + należności + środki pieniężne + inne aktywa bieżące, a *zobowiązania bieżące* to zadłużenie krótkotermiowe (z tytułu dostaw, robót, usług itp.).

Wskaźnik bieżącej płynności umożliwia uzyskanie odpowiedzi na pytanie, czy przedsiębiorstwo byłoby w stanie spłacić wszystkie swoje zobowiązania, gdyby w pewnym momencie musiało się z nich wywiązać, dzięki upłynnieniu środków obrotowych oraz wchodzącej w ich skład gotówce. Przyjmuje się, że wartość tego wskaźnika nie powinna być mniejsza od 1,2 (niektóre banki komercyjne przyjmują wartość 2,0 za minimum). Im niższy wskaźnik, tym

gorzej ocenia się zdolność kredytobiorcy do terminowego regulowania zobowiązań.

$$\textit{wskaźnik szybki} = \frac{\textit{płynne środki obrotowe}}{\textit{zobowiązania bieżące}},$$

gdzie *płynne środki obrotowe* to środki pieniężne + należności. Wskaźnik ten informuje o niemal natychmiastowej zdolności przedsiębiorstwa do uregulowania swoich zobowiązań. Wartość równa 1,0 uważana jest za satysfakcjonującą, gdyż gwarantuje szybkie spłacenie bieżących zobowiązań. Jednak w sytuacji wysokiej inflacji czasami może być uzasadniony poziom niższy niż 1,0.

$$\textit{wskaźnik inkasa należności w dniach} = \frac{\textit{przeciętny stan należności} \times 360}{\textit{sprzedaż netto}}.$$

Wskaźnik ten informuje o przeciętnej liczbie dni kredytowania odbiorców.

$$\textit{wskaźnik rotacji zapasów w dniach} = \frac{\textit{przeciętny stan zapasów} \times 360}{\textit{sprzedaż netto}}.$$

Wskaźnik ten podaje, jak długo towar przebywa w obrocie towarowym w formie zapasów. Im wskaźnik niższy, tym sytuacja korzystniejsza.

$$\textit{wskaźnik rotacji zapasów w razach} = \frac{\textit{sprzedaż netto}}{\textit{przeciętny stan zapasów}}.$$

Wskaźnik ten komunikuje, ile razy w ciągu danego okresu był odnawiany zapas średni, aby zrealizować daną wielkość sprzedaży. Im wskaźnik większy, tym sytuacja korzystniejsza.

2.3. Ocena zdolności do obsługi zadłużenia

Niezależnie od charakterystyki bieżącej zdolności płatniczej przedsiębiorstwa celowa jest ocena bardziej perspektywicznych możliwości spłaty całości zobowiązań. Ocena taka stanowi podstawę do określenie ryzyka finansowego, jakie wynika ze stanu zadłużenia przedsiębiorstwa. Dokonać jej można za pomocą kilku wskaźników.

$$\textit{pokrycie odsetek zyskiem} = \frac{\textit{zysk brutto} + \textit{odsetki}}{\textit{odsetki}},$$

gdzie *zysk brutto* to wartość zysku przed zapłaceniem podatku dochodowego. Wskaźnik ten obrazuje, ile razy płacone odsetki mieszczą się w zysku brutto, jaki byłby osiągnięty przy sfinansowaniu całości majątku własnymu kapitałami.

$$\textit{obciążenie majątku zobowiązaniami} = \frac{\textit{zobowiązania ogółem}}{\textit{majątek ogółem}},$$

gdzie *zobowiązania ogółem* to zobowiązania krótkoterminowe i długoterminowe. Wskaźnik ten ilustruje możliwość wywiązywania się przez przedsiębiorstwa ze zobowiązań wobec wierzycieli. Zbyt wysoki świadczy o dużym ryzyku finansowym, informując równocześnie, że przedsiębiorstwo może utracić zdolność do zwrotu długów. Według standardów zachodnich w firmie, w której nie została zachwiana równowaga między kapitałem obcym a kapitałem własnym, wskaźnik ten powinien oscylować w przedziale 0,57-0,67[5].

$$\textit{pokrycie majątku kapitałami własnymi} = \frac{\textit{kapitały własne} + \textit{rezerwy}}{\textit{majątek ogółem}}.$$

Wskaźnik ten obrazuje stopień pokrycia majątku własnymi kapitałami i ma analogiczną wartość poznawczą, jak wskaźnik poprzedni.

$$\textit{wskaźnik zobowiązań do kapitałów własnych} = \frac{\textit{zobowiązania ogółem}}{\textit{kapitały własne} + \textit{rezerwy}}.$$

Wskaźnik informuje kredytodawców o ryzyku finansowym określonego przedsiębiorstwa.

$$\textit{pokrycie zobowiązań nadwyżką finansową} = \frac{\textit{zysk netto} + \textit{roczna amortyzacja}}{\textit{przeciętny stan zobowiązań}}.$$

---

5 **J. Ostaszewski**, Analiza finansowa i wycena firmy według standardów EWG, CIM, Warszawa 1992, s. 53.

Tak wyliczony wskaźnik świadczy o zdolności przedsiębiorstwa do pełnej spłaty zobowiązań z nadwyżki finansowej (tj. bez uszczuplania majątku).

Przedstawione wskaźniki nie wyczerpują listy możliwych do wyliczenia wskaźników, charakteryzujących efektywność zarządzania przedsiębiorstwem. W szczególności pominięto grupę wskaźników rynku kapitałowego, czyli postrzegania przedsiębiorstwa przez rynek (zysk przedsiębiorstwa na 1 akcję, stopa dywidendy) oraz wskaźniki wykorzystania majątku przedsiębiorstwa (wskaźniki produktywności, struktury, odnowienia, likwidacji, technicznego uzbrojenia pracy itp.), gdyż mają one mniejsze znaczenie dla oceny efektywności gospodarczej przedsiębiorstw handlowych. Ich konkurencyjność zależy bowiem w znacznie większym stopniu od sprawnie realizowanej polityki zakupów, właściwego przechowywania zapasów i efektywnej sprzedaży zakupionych w tym celu towarów. Firmy handlowe za swój wkład w przemieszczanie masy towarowej od sfery produkcyjnej do sfery konsumpcyjnej pobierają opłatę w postaci marży handlowej. Monitorowanie kondycji przedsiębiorstw handlowych sprowadza się w istocie do stałej obserwacji i analizy funkcji zakupu i sprzedaży oraz pozostałych elementów składowych równania obrotu towarowego.

Za szczególnie ważne uznać należy ponadto rezultaty finansowe działalności handlowej, wyrażone w przychodach, marży, kosztach i wygospodarowywanych zyskach. Zysk jest wielkością wynikową. Naturalne dążenie do jego maksymalizowania w określonym czasie polega na minimalizowaniu kosztów handlowych, przy jednoczesnym maksymalizowaniu wartości sprzedaży. Te obszary działalności należą do podstawowych w przedsiębiorstwie handlowym, decydując o tym, czy odniesie ono na rynku sukces czy poniesie porażkę.