

ЭКОНОМИКА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Допущено Министерством образования Республики Беларусь
в качестве **учебного пособия** для студентов экономических специальностей
высших учебных заведений

Минск 2008

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

I. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ.....

Глава 1. Торговля в системе национальной экономики.....

- 1.1. Из истории развития торгового предпринимательства Беларуси.....
- 1.2. Предпринимательство – основа рыночных преобразований в экономике Республики Беларусь.....
- 1.3. Торговля как виды предпринимательской деятельности.....
- 1.4. Экономические связи торговли с другими отраслями национальной экономики.....
- 1.5. Реформирование и приватизация в торговле, принципы, способы и порядок проведения приватизации.....
- 1.6. Экономические условия, влияющие на эффективность торговой деятельности.....
- 1.7. Государственное регулирование торговой деятельности.....

Глава 2. Рынок потребительских товаров – сфера хозяйственной деятельности торговых организаций.....

- 2.1. Рынок потребительских товаров: экономическая сущность, структура, элементы, взаимосвязи и взаимозависимости.....
- 2.2. Конъюнктура рынка и методы ее исследования.....
- 2.3. Покупательский спрос как форма проявления потребностей и фактор развития системы товарного обращения.....
- 2.4. Предложение товаров и услуг – материальная основа развития товарооборота и источник удовлетворения спроса.....

II. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРООБОРОТОМ.....

Тема 3. Товарооборот организаций торговли.....

- 3.1. Товарооборот – количественный показатель состояния рынка потребительских товаров и результат деятельности организации.....
- 3.2. Показатели развития розничного товарооборота.....
- 3.3. Факторы, определяющие объем и ассортиментную структуру розничного товарооборота.....
- 3.4. Система управления розничным товарооборотом торговой организации.....
- 3.5. Анализ общего объема и ассортиментной структуры розничного товарооборота.....
- 3.6. Методы прогнозирования и планирования розничного товарооборота.....
- 3.7. Анализ и прогнозирование товарооборота организаций общественного питания как части розничного товарооборота.....
- 3.8. Особенности анализа и прогнозирования оптового товарооборота.....
- 3.9. Оценка надежности плана товарооборота.....
- 3.10. Организация контроля за ходом выполнения плана товарооборота.....

Тема 4. Механизм управления товарными запасами торговой организации.....

- 4.1. Сущность, причины образования, функции и состав товарных запасов.....
- 4.2. Показатели оценки состояния и эффективности использования товарных запасов.....

- 4.3. Факторы, влияющие на размер товарных запасов и их оборачиваемость.....
- 4.4. Управление товарными запасами: необходимость, алгоритм построения системы.....
- 4.5. Анализ товарных запасов и товарооборотности.....
- 4.6. Нормирование товарных запасов.....
- 4.7. Методы контроля товарных запасов.....
- 4.8. Особенности состава товарных запасов, методика анализа и планирования в оптовой торговле.....

Глава 5. Товарное обеспечение товарооборота организаций торговли.....

- 5.1. Товарное обеспечение товарооборота в системе управления деятельностью организаций торговли.....
- 5.2. Оценка экономической эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов.....
- 5.3. Формирование и планирование товарного обеспечения.....
 - 5.3.1. Анализ поступления товаров в организацию в предплановом периоде.....
 - 5.3.2. Определение планового объема и структуры поступления товаров в организацию.....
 - 5.3.3. Определение планового объема и источников закупки необходимых товаров.....
 - 5.3.4. Обеспечение ритмичности и оптимизация партий поступления товаров в организацию.....

III. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

Глава 6. Трудовые ресурсы и оплата труда в организациях торговли.....

- 6.1. Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений в современных условиях.....
- 6.2. Состав, структура трудовых ресурсов организаций торговли....
- 6.3. Производительность и эффективность труда.....
- 6.4. Зарботная плата как основная форма стимулирования труда и принципы ее организации.....
- 6.5. Формы и системы заработной платы.....
- 6.6. Система премирования работников организаций торговли.....
- 6.8. План по труду и заработной плате, его содержание и исходные предпосылки для составления.....
- 6.9. Анализ показателей по труду и заработной плате.....
- 6.10. Планирование показателей по труду и заработной плате.....

Глава 7. Основные фонды организаций торговли.....

- 7.1. Понятие, экономическая сущность, состав и структура основных фондов организаций торговли.....
- 7.2. Виды оценки и понятие амортизации основных фондов.....
- 7.3. Показатели эффективности использования основных фондов....
- 7.4. Необходимость, сущность и формы воспроизводства основных фондов.....
- 7.5. Планирование инвестиций в организациях торговли.....
- 7.6. Показатели экономической эффективности инвестиций.....

Глава 8. Оборотные средства организаций торговли.....

- 8.1. Сущность оборотного капитала и оборотных средств, их классификация.....
- 8.2. Управление оборотными средствами в современных условиях...
- 8.3. Планирование потребности торговых организаций в оборотных средствах.....
- 8.4. Показатели эффективности использования оборотных средств...

IV. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....

Глава 9. Расходы торговой организации.....

- 9.1. Экономическая сущность понятий «затраты», «расходы», «издержки», состав расходов организаций торговли.....
- 9.2. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения) как экономическая категория и их связь с издержками потребления и классификация.....
- 9.3. Показатели, характеризующие состояние и динамику расходов на реализацию, и факторы, влияющие на их величину.....
- 9.4. Управление расходами на реализацию товаров.....
- 9.5. Анализ расходов на реализацию.....
- 9.6. Прогнозирование и планирование расходов на реализацию товаров.....

Глава 10. Доходы торговой организации.....

- 10.1. Понятие, значение и виды доходов в торговой организации.....
- 10.2. Доходы от реализации товаров в организациях торговли и факторы, влияющие на их величину.....
- 10.3. Источники образования дохода от реализации, экономическая сущность и функции торговых надбавок.....
- 10.4. Анализ доходов торговой организации.....
- 10.5. Планирование и прогнозирование доходов торговой организации.....

Глава 11. Прибыль и рентабельность.....

- 11.1. Сущность, виды прибыли и источники ее образования.....
- 11.2. Понятие рентабельности и методы ее определения.....
- 11.3. Методика анализа прибыли и рентабельности.....
- 11.4. Методы прогнозирования и планирования прибыли.....
- 11.5. Распределение и использование прибыли.....

Глава 12. Формирование и использование финансовых ресурсов организаций торговли.....

- 12.1. Роль и сущность финансовых ресурсов и механизм их управления.....
- 12.2. Источники формирования финансовых ресурсов.....
- 12.3. Управление привлечением финансовых ресурсов из внешних источников.....
- 12.4. Привлеченные ресурсы как важнейший финансовый источник торговых организаций.....
- 12.5. Порядок кредитования торговых организаций.....

Тема 13. Финансовое планирование в организациях торговли.....

- 13.1 Цели, задачи и виды финансового планирования.....
- 13.2. Содержание финансового плана и исходные предпосылки для его составления.....
- 13.3. Анализ и оценка финансового состояния торговой организации..

13.3.1	Анализ активов организации и оценка эффективности их использования.....
13.3.2.	Анализ состава, структуры, источников формирования капитала организации и эффективности его использования.....
13.3.3.	Анализ ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости организации.....
13.3.4.	Оценка прибыльности (рейтинг) продаж, активов, инвестиций.
13.4.	Составление финансового плана.....
13.4.1	Определение доходов и поступлений денежных средств.....
13.4.2	Планирование расходов и отчислений денежных средств.....
13.5.	Планирование потока денежных средств.....
Глава 14.	Социально-экономическая эффективность торговой деятельности.....
14.1.	Эффективность как экономическая категория, ее сущность, понятие экономической и социальной эффективности.....
14.2.	Показатели и критерии эффективности торговой деятельности...
14.3.	Классификация показателей экономической эффективности торговой деятельности.....
14.4.	Методика и пути повышения эффективности использования ресурсов торговой организации.....
Литература

ПРЕДИСЛОВИЕ

В условиях усиливающейся глобализации, мирового экономического кризиса эффективность функционирования национальной экономики всецело определяется результативностью субъектов хозяйствования. Рыночные преобразования в Республике Беларусь коренным образом изменили внешнюю и внутреннюю среду функционирования организаций и предприятий, целевые ориентиры, методы хозяйствования и экономическую стратегию их поведения на рынке. В современных условиях экономическая подготовка высококвалифицированных специалистов, владеющих знаниями основ экономики и организации коммерческой деятельности и способных определять стратегию и тактику современных организаций и предприятий с учетом законов и требований рынка приобретает особую актуальность. Коммерческая деятельность охватывает весь реальный сектор экономики, но все же основная его доля приходится на торговые организации и предприятия. Стратегия и тактика поведения организаций отрасли «торговля» на рынке должна быть ориентирована на такую торгово-хозяйственную деятельность, которая способствовала бы более полному удовлетворению общественных и индивидуальных потребностей членов общества, ускорению оборачиваемости оборотных средств организаций, повышению их конкурентоспособности товаров и продукции. Возрастают требования к качеству профессиональной подготовки специалистов для осуществления коммерческой деятельности. Высокая производительность труда торговых специалистов предопределяется прежде всего глубиной их экономических знаний, необходимых для практической деятельности. В этой связи «Экономика торговли» является основной дисциплиной, формирующей специалистов высшей квалификации по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Экономика торговли – это наука, которая включает в то же время совокупность практических навыков, приемов и умений, обеспечивающих поиск оптимальных вариантов наиболее эффективного функционирования субъектов торговли с учетом конкретных внешних и внутренних условий и факторов. Данное учебное пособие предполагает оказать помощь по овладению знаниями в области экономической деятельности торговли в целом и торговых организаций и коммерческих структур в условиях действия внедрения рыночного механизма хозяйствования и конкуренции. Оно учитывает требования типовой программы курса «Экономика организаций отрасли (торговля)», результаты реформирования экономики страны, изменения в содержании, анализе и планировании (прогнозировании) хозяйственной деятельности торговых организаций, их кредитовании и финансировании. При подготовке пособия использованы элементы смежных специальных дисциплин: бухгалтерского учета, статистики, анализа, маркетинга, менеджмента, финансов. Учтен зарубежный опыт функционирования субъектов бизнеса. В пособии рассматривается методология и методики анализа, планирования (прогнозирования) и управления основными количественными и качественными показателями хозяйственной деятельности торговли и ее организаций: товарооборотом, товарными запасами, доходами, расходами, прибылью, трудовыми, материальными и финансовыми ресурсами. Приведенные в пособии аналитические и прогнозные расчеты показателей близки к реальным и построены с учетом действующих нормативно-правовых и инструктивных материалов, форм статистической и оперативной отчетности. В учебном пособии использован опыт автора участия в подготовке ряда законодательных, нормативно-правовых и программных документов, а также материалы и методические пособия профессорско-преподавательского состава кафедры экономики торговли, региональной политики, маркетинга, управления предприятиями торговли БГЭУ, материалы РГТЭУ, Российской Академии госслужбы при Президенте Российской Федерации.

I. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ

Тема 1. Торговля в системе национальной экономики

1.1. Из истории развития торгового предпринимательства в Беларуси¹

Торговля и торговая деятельность, как один из важнейших видов предпринимательской деятельности, появилась с появлением товарно-денежных отношений в период разложения первобытнообщинного строя. В рабовладельческом и феодальном обществах, где господствовало натуральное хозяйство, преобладала внешняя торговля, которая охватывала незначительную часть продуктов производства и обслуживала преимущественно личное потребление господствующего класса. Переход от феодализма к капитализму и зарождение мирового рынка способствовал росту товарно-денежных отношений – внутренней торговли. Появились местные товарные рынки.

В Европе торговля в У-ХШ веках осуществлялась в основном купеческим сословием крупных городских поселений. Дополнительным толчком к развитию международной торговли послужили открытия Америки и морского пути в Индию. На территории Беларуси торговля появилась и развивалась в это время в тесном взаимодействии с княжествами расположенными на территории Киевской и Московской Руси как путь из «варягов в греки». В этот период времени крупными торговыми центрами был Киев, Москва, Псков, Полоцк и Новгород. Кроме купцов, объединенных в гильдии, во внутренней торговле Беларуси и России участвовали ремесленники, крестьяне, служилые люди, дворяне, бояре, а также монастыри. Купцы в это время активно торговали с польскими, чешскими, немецкими землями, балтийскими странами, Золотой ордой, Византией, странами Востока. Торговля между отдельными княжествами имела важное значение для образования сначала Киевской Руси, а затем Русского централизованного государства. Небольшие местные рынки стали объединяться в один всероссийский товарный рынок.

В ХШ-ХУ11 веках Беларусь входила в состав Великого Княжества Литовского и основная часть развивающейся внутренней торговли осуществлялась зачастую непосредственно крестьянами и ремесленниками. В это время купечество вело одновременно и внешнюю и частично внутреннюю торговлю.

Развитию внутренней торговли в Русском государстве, в состав которого в ХУ11 веке вошла и Беларусь, содействовало принятие Торгового устава 1653 года, а затем реформы проводимые Петром 1. Следует отметить, что в это время взаимодействие государства с предпринимателями по обеспечению государственных нужд регулировались царскими указами о подрядной цене на поставку государству товаров.

В ХУШ веке в России была создана Коммерц-коллегия – государственный орган по руководству торговлей. В Москве, Минске и других городах появились первые магазины при купеческих домах. С 1797 года отдельным категориям жителей России и Беларуси было разрешено иметь лавки при жилых домах.

Дальнейшее расширение товарно-денежных отношений, увеличение ремесленного производства, развитие мануфактур позволило организовать не только известные международные Новгородские и Московские ярмарки в России, но и организовывать крупные ярмарки в Минске, Зельве, Гродно, Кобрине, Шклове и др. городах Беларуси.

Если в рабовладельческом и феодальном строе купеческий капитал выступал посредником между производителями товаров и их потребителями, то в условиях промышленного капитализма торговый капитал выделился в самостоятельную отрасль, выполняя функции реализации стоимости и путем получения прибавочной стоимости – источника прибыли торговых организаций и предприятий. В процессе капиталистического

¹ Более подробно проблемы исторического развития предпринимательства в Беларуси и России можно прочитать в книгах: Шелег Н.С. Потребительский рынок Беларуси: этапы, проблемы, перспективы.-Мн.:2001.-280с.; Орленко Л.В. История торговли.-М.:ИД «Форум»-Инфра М, 2006.-352с.; Полетаева Н.И. Купечество Беларуси: 60-е гог.Х1Х – начало ХХ в.-Мн.: БГЭУ, 2004.-248с.; Королева С.И. Торговля в условиях экономических реформ России.-М.:1999.-194с. и др.

воспроизводства роль торговли заключалась в обеспечении непрерывности воспроизводства капитала, поскольку в результате кругооборота торгового капитала происходила как реализация вновь произведенной стоимости, так и окончательное превращение товарного капитала в денежный. Экономическое значение торговли, объемы ее товарооборота и методы организации торговли, как известно, зависят в существенной мере от уровня развития экономики той или иной страны и мировой экономики в целом.

В XIX-XX веках капитализм свободной конкуренции сменился монополистическим, это позволило повысить производительность труда, увеличить выпуск стандартных товаров массового спроса, что обусловило создание новых типов торговых предприятий позволило усовершенствовать методы торговли. В это время, как в промышленности, так и в торговле осуществляется концентрация и централизация капитала. Торговые и промышленные монополии вытесняют с рынка мелкие и средние торговые компании и фирмы. Непрерывно повышая свою конкурентоспособность, они захватывают ключевые позиции на рынке потребительских товаров, широко используя для этого новые, более эффективные формы и методы торговли, создавая международные торгово-финансовые компании.

В конце XIX-начале XX вв. в России и Беларуси возникли акционерные торговые товарищества, начала формироваться оптовая биржевая торговля. По переписи 1897 года в Российском государстве торговлей занималось 1,6 млн. человек. В 1900 г. работало около 1,5 млн. торговых заведений, товарооборот внутренней торговли составлял около 12 млрд. руб. Падала роль ярмарок во внутренней торговле, развивалась магазинная форма торговли. Усиливалась роль банков в кредитовании торговых организаций. В Беларуси в это время формировались местные (губернские) рынки, тесно связанные друг с другом и общим рынком. Например, на Минском рынке, кроме продажи зерна, молочных продуктов, мяса, рыбы, торговали изделиями стеклянной промышленности бумагой, картоном, сельхозтехникой и др. Крупными торговыми центрами были Могилев, Витебск, Гомель, Гродно, Брест, Пинск. В структуре розничной торговли преобладали мелкие магазины и ларьки, на долю которых в 1900 приходилось 88,5% всей розничной сети.

В 1913 в Минской, Могилевской и в белорусских поветах Витебской области насчитывалось 218 торговых домов с капиталом 2,2 млн. руб. развивалась и биржевая торговля. В 1909 в Минске возникла лесная биржа, а накануне 1-й мировой войны в Витебске – товарная. В 1913 в Беларуси зарегистрировано 1094 ярмарки по продаже леса, домашних животных и льна. За 1900 – 1913 розничный товарооборот в Беларуси увеличился на 70,5% и достиг 163 млн.руб. Около 80% розничного товарооборота давала частная торговля. В 1913 году внутренний товарооборот торговли всей России достиг 18,5 млрд.руб., при этом 72,5% его приходилось на города.

Социалистическая революция на территории бывшего СССР провозгласила замену капитализма государственным социализмом, идея рыночной экономики была отвергнута. Уже к тридцатым годам XX века частная торговля была практически вытеснена с товарного рынка. Вместо свободного предпринимательства была создана плановая распределительная государственная система торговли. Получили развитие три формы внутренней торговли: государственная, кооперативная и колхозная.

Государственная и кооперативная торговля совместно составляли организованный рынок страны, на котором цены устанавливались государством. На долю государственной торговли приходилось около 70% товарооборота. Она осуществляла торговлю, как правило, в крупных городах. На долю кооперативной торговли приходилось около 30% товарооборота страны. Решением Совнаркома СССР и ЦК ВКП (б) от 29 сентября 1935 г. «О работе потребительской кооперации в деревне» потребкооперация была освобождена от обслуживания городского населения и сосредоточила свое внимание на организации современной торговли и обеспечении высокого уровня обслуживания на селе, на расширении заготовительной и производственной деятельности. Колхозная торговля представляла собой продажу колхозами и колхозниками излишков сельхозпродукции по свободным ценам на рынке, без посредников. На долю колхозной торговли приходилось около 2% общего объема товарооборота.

Розничная торговля в Западных странах с рыночной экономикой велась главным образом многопрофильными системами, универсальными и специализированными магазинами.

Первые многопрофильные системы возникли в середине XIX века, когда немецкая фирма швейных машин «Зингер» открыла свой первый специализированный магазин в США, а затем в Великобритании. Универсальная торговля осуществлялась главным образом универмагами. Универмаги стали быстро развиваться в конце XIX- начале XX века. К типу универмагов примыкают магазины стандартных цен по продаже мелких дешевых товаров². Особой формой универсальной торговли без магазина являются: торговля по каталогам, в разнос, через автоматы, посылочная и электронная торговля.

В странах с рыночной экономикой современная внутренняя торговля непродовольственными товарами высоко специализирована. На предприятия и организации универсальной торговли в конце XX века приходилось только около 10% товарооборота. В странах Западной Европы и Америки широкое распространение получили магазины сниженных цен (дис-каунтс). В Швеции, Франции, Великобритании достаточное развитие получила кооперативная торговля.

В торговле продовольственными товарами распространены универсамы, супермаркеты и гипермаркеты в которых применяются новые технологии доставки и продажи товаров. Кроме того, значительный удельный вес в розничной торговле продовольственными товарами занимают предприятия массового питания – кафетерии, кафе, закусочные, предприятия придорожного сервиса и быстрого обслуживания.

Несмотря на значительную концентрацию внутренней торговли, в странах с развитой рыночной экономикой сохраняются многочисленные небольшие торговые объекты и неорганизованная торговля через рынки.

В сфере торговли занята значительная часть трудовой части населения. Например, в США в торговле занято 20% трудоспособного населения, во Франции – 16%, в Великобритании – 12%. В России в торговле в 2006 году было занято 4450 тыс.чел. или 6,7% от занятых в экономике, в Беларуси – 602 тыс.чел. или 13,6%. Доля внутренней торговли Беларуси в формировании ВВП в 2007 году составляла 10,3%³.

1.2. Предпринимательство – основа рыночных преобразований в экономике Республики Беларусь

Создание многоукладной экономики, характерной для рыночного хозяйства, связано с развитием бизнеса и предпринимательства в стране. Законодательной основой развития предпринимательства в Беларуси явился закон «О предпринимательстве в Республике Беларусь» (1993).

Предпринимательская деятельность это самостоятельная инициативная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой страх и риск, под свою имущественную ответственность и направленная на получение прибыли от пользования имуществом, продажи произведенных, переработанных или приобретенных этими лицами для продажи товаров и продукции, а также от выполнения работ и услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления.

Принципами предпринимательской деятельности являются:

- 1) умение начать и вести дело;
- 2) коммерческая направленность, связанная с реализацией товаров, работ, услуг;
- 3) нацеленность на получение прибыли на основе учета и удовлетворения спроса на конкретные виды товаров и услуг;
- 4) хозяйственная самостоятельность в принятии хозяйственных и управленческих решений с учетом действующего законодательства;
- 5) риск и имущественная ответственность за результаты собственного дела.

² Такие магазины в США называют «центовики», в Великобритании – «пенсовики», в России – «копейка», «авоська».

³ Статистический ежегодник Республики Беларусь.-Мн.:2008.

Законодательными актами, регулирующими предпринимательскую деятельность в Республике Беларусь составляют также законы о собственности, о предприятиях, о банках и банковской системе, о хозяйственных обществах и др.

Объектами предпринимательской деятельности могут быть:

- торгово-посредническая деятельность (оптовая и розничная торговля);
- торгово-закупочная деятельность;
- коммерческо-посредническая деятельность;
- инновационная деятельность;
- лизинговая деятельность;
- консультационная деятельность;
- аудиторская деятельность;
- операции с ценными бумагами;
- внешнеэкономическая деятельность и др.

Субъектами предпринимательской деятельности являются:

- физические лица не ограниченные в правах (граждане Беларуси, иностранные граждане, лица без гражданства в пределах прав и обязанностей, предусмотренных действующим законодательством);

- юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность.

Предпринимателями не могут быть:

- лица не достигшие 18 лет;

- лица, признанные недееспособными;

- должностные лица и специалисты, работающие в органах государственной власти и управления, прокуратуры и суда;

- руководящие работники и специалисты государственных органов, в функции которых входит решение вопросов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности или контроля над такой деятельностью.

Статус предпринимателя приобретается посредством государственной регистрации в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

Предприниматель имеет право:

1. заниматься любым видом деятельности, не запрещенным законодательством;
2. создавать и открывать любые виды предприятий, которые не противоречат закону;
3. привлекать на договорных началах для ведения предпринимательской деятельности имущество, денежные средства и отдельные имущественные права других граждан, предприятий и организаций, в том числе иностранных юридических и физических лиц;
4. участвовать своим имуществом и имуществом, полученным на законном основании, в деятельности других юридических лиц;
5. самостоятельно формировать программу предпринимательской деятельности, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции, самостоятельно устанавливать цены и тарифы, регулируемые законодательством;
6. самостоятельно нанимать и увольнять работников, устанавливать способы и формы оплаты труда;
7. открывать счета в банках для хранения денежных средств, осуществления всех видов расчетных, кредитных и кассовых операций;
8. самостоятельно распоряжаться доходами после уплаты налогов;
9. пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования;
10. самостоятельно выступать истцом и ответчиком в суде.

Предприниматель обязан:

1. выполнять обязательства в соответствии с законодательством и заключенными договорами;
2. заключать договора с гражданами, принимаемыми на работу;

3. предусматривать в договорах и контрактах оплату труда не ниже установленного государственного минимума, а также другие социальные гарантии;
4. вносить в государственный фонд социального страхования отчисления на страхование своих работников в соответствии с законодательством Беларуси;
5. осуществлять меры по обеспечению экологической безопасности;
6. обеспечивать своевременную уплату налогов;
7. создавать условия труда в соответствии с законодательством о труде.

Пределы ответственности предпринимателя устанавливаются законом, учредительными документами или договором с собственником имущества либо уполномоченным им органом.

Имущественная ответственность предпринимателя наступает в случаях:

- нарушения действующего законодательства;
- невыполнения заключенных договоров;
- нарушения прав собственности и других субъектов;
- загрязнения окружающей среды;
- обмана потребителей в отношении качества товара, способа его применения, предоставления неполной информации для умышленного введения потребителя в заблуждение и других случаях, установленных законом.

Вмешательство государственных органов или иных органов либо их должностных лиц в деятельность предпринимателей не допускается, кроме как по установленным законодательством основаниям и в пределах компетенции указанных органов.

Формами предпринимательской деятельности могут быть:

- индивидуальное предпринимательство без образования юридического лица;
- коллективное предпринимательство (юридические лица).

В свою очередь юридические лица могут быть:

- 1) наделенные правом собственности на имущество – хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы;
- 2) не наделенные правом собственности на имущество – унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения, унитарные предприятия на праве оперативного управления;
- 3) объединения юридических лиц – хозяйственные группы (холдинги, концерны, тресты и т.д.);
- 4) дочерние и зависимые юридические лица – это общество или товарищество, в котором другие юридические лица в силу преобладающего участия в уставном фонде либо в соответствии с договором имеет возможность определять решения, принимаемые данным юридическим лицом. По «зависимым» решениям основное юридическое лицо несет солидарную ответственность;
- 5) представительства и филиалы – обособленные подразделения юридического лица, расположенные вне места его нахождения, совершающие от его имени сделки и иные юридические действия. Они не являются юридическими лицами, должны быть указаны в уставе юридического лица.

Юридические лица включают следующие группы хозяйствующих субъектов:

- хозяйственные товарищества:
 - полные товарищества;
 - коммандитные товарищества или товарищества «на вере»;
- хозяйственные общества:
 - общества с ограниченной ответственностью (ООО);
 - общества с дополнительной ответственностью (ОДО);
- акционерные общества:
 - закрытые акционерные общества (ЗАО);
 - открытые акционерные общества (ОАО);
- производственные кооперативы (потребительские кооперативы являются некоммерческими организациями);
- унитарные предприятия.

К отдельной группе коммерческих предприятий относятся такие совместные предприятия с иностранной собственностью в уставном капитале (СП) и иностранные предприятия (ИП).

1.3. Торговля как вид предпринимательской деятельности

Одним из важных видов предпринимательской деятельности является торговля. Торговля это предпринимательская деятельность, заключающаяся в осуществлении процесса купли-продажи товаров и продукции предприятий питания и в оказании торговых услуг населению с целью получения прибыли. Торговля как вид предпринимательской деятельности обособлена в самостоятельную отрасль экономики. Это обусловлено общественным разделением труда и характером обращения товаров народного потребления.

Обособление выражается в создании материально-технической базы (магазины, мелкорозничная сеть, кафе, бары, рестораны, склады, хранилища, наличие торгового оборудования) и в авансировании оборотных средств для закупки товаров и других товароматериальных ценностей.

В связи с двойственным характером товара раздваиваются и функции торговли как экономической категории.

Торговли как экономическая категория выполняет следующие функции:

1) реализация стоимости товаров и возмещение на этой основе затрат труда на их производство. Прибыль получает предприятие лишь после реализации товара, смены формы стоимости из товарной на денежную;

2) удовлетворение потребностей населения в разнообразных товарах путем реализации их как потребительных стоимостей;

3) обеспечение воспроизводства рабочей силы (торговля завершает процесс движения товара, приводящего к удовлетворению потребностей человека, что обеспечивает его нормальное функционирование как биологического и социального организма).

Товары, как потребительные стоимости, реализуются с целью удовлетворение потребностей населения в конкретных предметах потребления.

Функцией торговли, как вида предпринимательской деятельности, является обеспечение непрерывности процесса расширенного воспроизводства путем доведения товаров от производства до потребителей, организации товародвижения и выполнения ряда производственных и непроизводственных функций.

К производственным функциям торговли относятся процессы, связанные с завершением процесса производства в сфере обращения: упаковка, фасовка, хранение, транспортировка товаров и т.д.

К непроизводственным функциям торговли относятся: изучение и формирование спроса, реклама товаров, организация учета и отчетности, проведение маркетинговых мероприятий и др.

Виды и формы торговой деятельности. В соответствии с принятым в 2003 году Законом Республики Беларусь «О торговле» и Гражданским кодексом Республики Беларусь (1998 г.) видами торговой деятельности являются:

1. *оптовая торговля* – вид торговли, осуществляемый с целью последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним или иным подобным использованием;
2. *розничная торговля* – вид торговли товарами, предназначенных для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;
3. *общественное питание* – вид торговли, включающий в себя производство, переработку, реализацию и организацию потребления продуктов питания с оказанием либо без сопутствующих услуг населению;
4. *оптово-розничная торговля* – торговая деятельность, осуществляемая оптовым предприятием, имеющим большие складские площади и проводимым отдельный учет по розничной и оптовой торговле;

5. *торгово-посредническая деятельность* – деятельность предприятия, выполняющего функции посредника между производителями и конкретными продавцами;
6. *производственно-коммерческая деятельность*:
 - а) производственно-торговая - деятельность предприятия, в составе которого имеются фирменные магазины;
 - б) *торгово-производственная деятельность* - деятельность торгового предприятия, имеющего собственные производственные цеха.

Формами осуществления торговли являются:

- комиссионная торговля;
- торговля на конкурсах;
- торговля на аукционах;
- торговля по образцам;
- торговля с использованием автоматов;
- выездная торговля;
- посылочная торговля;
- биржевая торговля;
- торговля на ярмарке;
- электронная торговля;
- торговля на рынке;
- иные формы торговли, не запрещенные законодательством.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 384 от 07.04.2004 г. Определены «Правила осуществления розничной торговли отдельными товарами и общественного питания».

1.4. Экономические связи торговли с другими отраслями национальной экономики

Торговля, являясь самостоятельной отраслью национальной экономики, осуществляет экономические связи с другими отраслями народного хозяйства.

В условиях товарного производства связь между производством и личным потреблением (индивидуальным и общественным) осуществляется через торговлю. Торговля, как опорная составляющая экономических отношений во многом способствует решению главной задачи общественного производства – удовлетворение растущих разносторонних потребностей людей. Торговля, реализуя произведенную потребительную стоимость, с учетом требований закона стоимости, связывает производство с потреблением и поддерживает соотношение между спросом и предложением, в соответствии с действующими экономическими законами и выполняемыми ею функциями.

Закон стоимости предполагает эквивалентный обмен с учетом затрат труда на производство продукции, уровня производительности труда на базе внедрения научно-технического прогресса. Законы спроса и предложения, конкуренция непосредственно влияют на формирование цен, на соотношение денежных и товарных потоков, сбалансированность спроса и товарного предложения по объему, ассортименту и качеству.

В этих условиях торговля выступает как связующее звено между производством и потреблением, благодаря этому реализуется стоимость товаров, т.е. окупаются затраты на производство и обеспечивается непрерывность процесса производства.

Торговля, обеспечивает сбалансированность спроса и предложения на потребительском рынке, оказывает влияние, как на производство, так и на потребление, воздействует на объемы, ассортимент и качество товаров с учетом спроса населения.

Формами воздействия на производство являются:

- представление товаропроизводителям долгосрочных заказов на производство и поставку товаров;
- составление оперативных заявок на поставку товаров;
- участие в оптовых ярмарках, выставках-продажах;
- осуществление контроля за качеством товаров и торговых услуг;
- предъявление штрафных санкций при нарушении договора поставки товаров;

- участие в формировании доходов государственного бюджета, поскольку запланированные в бюджете поступления по налогам, сборам и другим видам платежей практически поступают лишь после реализации товаров конечному потребителю.

Торговля тесно связана с денежным обращением. Около 90% всех поступлений наличных денег в кассы коммерческих банков составляет торговая выручка от продажи товаров конечному потребителю и оказания услуг.

Торговля осуществляет экономические связи между регионами. Необходимость товарно-регионального обмена вызвана общественным разделением труда, неравномерным размещением производства и его специализацией, а также различием сырьевых и природно-климатических условий. Товарообмен между регионами позволяет расширить и развить производство в регионах, не ограничиваясь рамками местных рынков сбыта. Формой осуществления регионального товарного обмена является оптовая торговля, масштабы которой характеризуются объемами оптового товарооборота, числом организаций оптовой торговли и численностью работников (табл. 1.1).

Торговля осуществляет экономические связи между отраслями народного хозяйства. Продукция одних отраслей поступает в другие через оптовую торговлю.

Торговля выступает и как важный фактор социального развития общества; через нее осуществляется удовлетворение примерно 80% потребностей населения в товарах народного потребления; объем реализации товаров (товарооборот) является одним из важных показателей жизненного уровня населения, в том числе и по классификации ООН.

Таблица 1.1. Показатели развития организаций оптовой торговли Беларуси

Показатели	Годы			2007 г. в % к 2005 г.
	2005	2006	2007	
Число организаций оптовой торговли, единиц	9998	10091	10715	107,2
Оптовый товарооборот организаций оптовой торговли, млрд.руб.	26352	41609	50470	191,5
Индекс физического объема оптового товарооборота	115,8	129,1	99,9	-
Товарные запасы всего млрд. руб.	1980	2606	3475	175,5
в днях товарооборота	27	23	25	-
Республика Беларусь в цифрах.-Мн.2008,с.291.				

Важной отличительной чертой торговли, отражающей ее социальную и социально-психологическую характеристику, является то, что покупатель, приобретая товар в организациях торговли или у предпринимателя, выступает в качестве конечного потребителя, удовлетворяет тем самым свои потребности.

Степень развития торговли и личного потребления отражает состояние производительных сил и уровень развития производственных отношений, поскольку объем и структура личного потребления характеризует возможности участия индивидуума в общественном хозяйстве, т.е. его профессиональную подготовку, интеллектуальный, научный потенциал и т. п.*

Потребности как важнейший элемент торговли и потребительского рынка характеризуются единством личных и производственных экономических потребностей, при котором удовлетворение личных потребностей является целью общественного производства, а производственных экономических потребностей – средством ее достижения.

Таким образом, торговля завершает процесс движения товара, приводящий к удовлетворению потребностей человека, необходимых для нормального его функционирования как биологического и социального организма.

* Более подробно проблемы взаимодействия потребительского рынка и производительных сил и производственных отношений приводятся в кн.: Шелег Н.С. Государственное регулирование потребительского рынка в условиях формирования союзного государства: проблемы и перспективы.-М.:2003, с.8-42.

Важная роль торговли проявляется в том, что она является политическим индикатором благополучия государства и критерием надежности проводимой им социально-экономической политики.

1.5. Реформирование и приватизация в торговле, принципы, способы и порядок ее проведения

Основу для развития торговли как предпринимательской деятельности составляют реформирование экономики и приватизация государственной собственности.

Реформирование можно рассматривать в широком смысле как отделение функций управления от функций владения, т.е. передача функций государственных предприятий другим хозяйствующим субъектам негосударственной формы собственности. В узком смысле это создание акционерных обществ (АО) на базе государственного имущества. Акционирование используется в переходный период для реформирования крупных государственных предприятий.

Приватизация – это приобретение физическими и юридическими лицами права собственности на объекты, принадлежащие государству.

Реформирование экономики и приватизация государственной собственности являются необходимым условием перехода к рыночной экономике. Цель этих процессов – развитие социально ориентированной, многоукладной рыночной экономики на основе стимулирования развития предпринимательства, ликвидации монополизма и проведение антимонопольной политики, развитие конкуренции между субъектами рынка различных форм собственности.

Законодательную основу этих процессов составили:

Закон «О разгосударствлении и приватизации» (1993), Закон «О внесении изменений и дополнений в законодательные акты по вопросам разгосударствления и приватизации» (1999), Декрет Президента Республики Беларусь «О разгосударствлении и приватизации государственной собственности в Республике Беларусь» от 20.03.2006 г. № 3 и другие.

Объекты приватизации:

- государственные предприятия и организации;
- предприятия, сданные в аренду;
- государственное имущество в виде оборудования и зданий;
- незавершенное строительство;
- другие материальные и нематериальные активы, которые ликвидируются в соответствии с законодательством.

Не подлежат приватизации в торговле и общественном питании:

- магазины по продаже и скупке изделий из драгоценных металлов и камней;
- столовые при общеобразовательных школах и учебных заведениях всех типов.

Приватизируются только с разрешения Совета Министров Республики Беларусь:

- специальные холодильники, объекты складского хозяйства, обеспечивающие хранение государственных ресурсов, оптово-посреднические, производственные и другие фирмы, выполняющие функции материально-технического обеспечения и производства продукции для государственных нужд.

Субъекты приватизации:

- граждане Беларуси;
- лица без гражданства;
- иностранные инвесторы;
- юридические лица Беларуси;
- трудовые коллективы государственных предприятий;
- негосударственные организации и предприятия (частная собственность в которых более 50%).

Приватизация осуществляется, как правило, двумя путями:

- 1) сочетание возмездного и безвозмездного способов;
- 2) дифференциация форм и методов, процедур приватизации с учетом особенностей каждого объекта приватизации.

Объектами первоначальной приватизации в Республике Беларусь явились предприятия торговли и общепита, бытового обслуживания, предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию и ремонтно-строительные организации.

В торговле было намечено завершение приватизации в 2005 году. На 01.01.2008 г. было приватизировано около 86% предприятий розничной торговли и более 65% предприятий общественного питания.

В настоящее время процесс приватизации и разгосударствления связывают с либерализацией экономики.

В зависимости от значимости объекта, его финансового положения, места расположения, конкурентного статуса в Беларуси применяются в основном 4 способа преобразования государственных предприятий в частные:

1. *Акционирование*: крупное предприятие преобразовывается в ОАО; по инициативе трудового коллектива в ЗАО; преобразование государственного предприятия в ОАО с увеличением уставного фонда.

2. *Выкуп арендованного имущества коллективом арендного предприятия, если право выкупа было предусмотрено в договоре аренды.*

3. *Прямой выкуп имущества государственного предприятия у государства субъектом приватизации.*

4. *Продажа государственных объектов на аукционе или по конкурсу.*

Результаты приватизации закрепляются специальным договором, заключаемым между органами приватизации и субъектом приватизации. В нем предусматриваются направления использования объекта, сроки платежа, сохранение или увеличение рабочих мест в течение определенного периода, сохранение определенного товарного профиля в течение оговоренного периода.

Органы приватизации и местные исполнительные органы ежегодно составляют Перечень предприятий республиканской и коммунальной собственности которые планируется приватизировать в соответствующем году.

Приватизация может осуществляться по инициативе трудовых коллективов или органов приватизации. Перечень приватизации поступает в соответствующие органы управления этим процессом и при положительном решении создается специальная комиссия по приватизации в составе представителей органа приватизации, других государственных органов (например, налоговой инспекции) и представителей трудового коллектива.

Комиссия оценивает стоимость приватизируемого предприятия, решает вопросы о включении объектов социальной сферы в состав приватизируемого объекта.

Среди методов оценки стоимости приватизируемых предприятий в Беларуси получили распространение: *имущественный* (преобладающий), *капитализации прибыли* (доходный), *сравнительный* (метод аналогов).

Оценка объекта может проводиться стандартными методами или производными от них методами с использованием комбинаций и модификаций в соответствии со стандартами оценки недвижимости и наличием необходимой информации на рынке недвижимости Республики Беларусь.

В развитых странах, как правило, используются все три подхода, а потом определяют средневзвешенную величину рыночной стоимости предприятий. Оценщик анализирует информацию и расчеты и присваивает весовые коэффициенты стоимости предприятия, рассчитанной разными подходами. Коэффициент может выражаться либо в процентах, либо числом, при этом сумма всех присвоенных коэффициентов должна составлять соответственно 100% или 1.

Итоговая рыночная стоимость предприятия рассчитывается по следующей формуле:

$$C_{\text{итрын}} - C_{\text{зат}} * K_1 + C_{\text{срав}} * K_2 + C_{\text{дох}} * K_3, \quad (1)$$

где: $C_{\text{ит. рын.}}$ - итоговая рыночная стоимость;

$C_{\text{зат}}$, $C_{\text{срав}}$, $C_{\text{дох}}$ - стоимость, рассчитанная соответствующим методом,

K_1 , K_2 , K_3 - соответствующие весовые коэффициенты, присвоенные оценщиком при анализе

Доходный подход к оценке стоимости имущества. Оценка предприятия на основе доходного подхода базируется на следующих принципах:

- собственник не продаст предприятие по цене ниже текущей стоимости прогнозируемых будущих доходов;
- потенциальный покупатель не заплатит за предприятие больше, чем оно может принести доходов в будущем.

Важнейшим понятием в доходном подходе является капитализация дохода, т.е. определение текущей стоимости будущих доходов. Или выгод от владения объектом собственности. Будущие потоки дохода в период владения объектом или его перепродажи приводятся в текущую стоимость с помощью *коэффициентов капитализации* или *ставок дисконтирования*.

Коэффициент капитализации - это делитель, который применяется для преобразования будущего денежного потока или величины прибыли в показатель текущей стоимости.

Ставка дисконтирования (дисконта) - это процентная ставка, требуемая инвесторами на вложенный капитал в сопоставимые по уровню риска объекты инвестирования.

Денежный поток - это разность между суммами поступлений и выплат денежных средств за определенный период времени. Различают номинальный (без учета инфляции) и реальный (рассчитанный с учетом инфляции).

Чистый денежный поток (ЧДП) - определяется как чистая прибыль плюс амортизационные отчисления минус прирост собственного оборотного капитала и минус инвестиции.

Собственный оборотный капитал определяется как сумма оборотных активов за вычетом заемного капитала.

Метод дисконтирования денежных потоков заключается в дисконтировании будущих денежных потоков с использованием ставки дисконтирования, которая соответствует требуемой или ожидаемой инвестором ставке дохода.

Определение ставки дисконтирования производится различными методами с учетом анализа риска инвестирования в оцениваемое предприятие, а также риска, связанного с получением ожидаемого будущего денежного потока.

Данный метод обоснован для оценки предприятий, доходы которых будут отличаться от доходов ретроспективного периода, нестабильны в течение прогнозного периода и способны приносить доход после окончания прогнозного периода.

Если предприятие приносит ежегодно равновеликие доходы, т.е. предполагается равномерное увеличение, то формула дисконтированной стоимости преобразуется в формулу капитализации дохода:

$$P_{Ck} = C/k, \quad (2)$$

где: P_{Ck} - стоимость, рассчитанная методом капитализации;

C - ежегодный чистый денежный поток;

k - коэффициент капитализации дохода, долей единицы, равный ставке дисконта.

Метод также позволяет рассчитать текущую стоимость потоков будущих доходов и определить оптимальный объем инвестиций.

Сравнительный подход оценки стоимости имущества. Сравнительный подход заключается в определении рыночной стоимости предприятия на основании данных о недавно (в течение 3-5 последних лет) совершенных сделках по продаже предприятий-аналогов.

Суть сравнительного подхода заключается в выборе предприятий-аналогов, которые были проданы недавно. Основными критериями отбора предприятий-аналогов являются: отраслевое сходство, размер предприятия и его перспективы роста, качество управления.

По предприятию-аналогу рассчитываются соотношения (ценовые мультипликаторы) между ценой продажи и финансовой базой (т.е. показателями, в качестве которых выступают прибыль, объем реализации, балансовая стоимость собственного капитала и др.).

Рыночная стоимость рассчитывается путем умножения величины ценового мультипликатора на тот же базовый финансовый показатель оцениваемого предприятия, а также внесения итоговых поправок.

При применении сравнительного подхода должны соблюдаться следующие требования: использование реальных цен на предприятия-аналоги в качестве ориентира; на предприятиях-аналогах должны совпадать соотношения между ценой и важнейшими финансовыми параметрами. При несовпадении соотношений производится расчет корректировок.

Для выбора величины ценового мультипликатора необходимо рассчитать его среднее значение по группе предприятий аналогов. При определении итоговой величины рыночной стоимости каждому ценовому мультипликатору придается свой весовой коэффициент, а их сумма должна быть равна единице. На основе взвешивания получается итоговая величина рыночной стоимости, которая может быть скорректирована.

Методы в рамках сравнительного подхода к оценке рыночной стоимости предприятий включают:

метод сделок;

метод рынка капиталов. Применяется для оценки стоимости акции на основании данных фондового рынка о ценах на единичную акцию предприятий-аналогов.

Затратный подход к оценке стоимости имущества. Методы расчета рыночной стоимости предприятия в рамках затратного подхода основаны на расчете стоимости собственных источников предприятия, определяемого как разница суммы активов предприятия и стоимости всех его обязательств:

$$K_c = A - O, \quad (3)$$

где: K_c - собственные источники предприятия;

A - активы предприятия;

O - обязательства предприятия.

Различие метода оценки стоимости имущества с использованием затратного подхода заключается в особенностях расчета стоимости активов предприятия.

Анализ используемых методов показал, что они не могут быть пригодными во всех жизненных ситуациях. В каждом конкретном случае должны применяться соответствующие наиболее эффективные методы оценки.

В Республике Беларусь наибольшее распространение получил затратный подход, и реализуется он методом оценки балансовой стоимости.

Особенности определения стоимости объектов приватизации и их оплаты. Стоимость объекта при разгосударствлении и приватизации устанавливается в определенном порядке по его балансовой стоимости на 1 января текущего года, исходя из результатов инвентаризации и оценки его активов и пассивов.

При этом в период безвозмездной приватизации при оценке объекта применяются индексы изменения стоимости основных средств и незавершенных капитальных вложений, по которым осуществлена последняя индексация неиспользованных именных приватизационных чеков "Имущество».

Продажа объектов государственной собственности на конкурсах и аукционах производится только за денежные средства.

При этом начальная цена объектов приватизации, не проданных на аукционе, конкурсе, может быть уменьшена на 20 процентов после первого нерезультативного аукциона, конкурса и до 50 процентов после второго.

Начальная цена согласно законодательству может быть установлена в размере одной минимальной заработной платы (в настоящее время - базовой величины) в случае продажи на аукционе с условиями (или) по конкурсу предприятий, имеющих до 100 рабочих мест, у которых задолженность по финансовым обязательствам равна активной части баланса или превышает ее.

При этом собственник приватизированного объекта обязан в установленном порядке:

- погасить задолженность перед государством и иными кредиторами;

- сохранить определенное число рабочих мест;

- обеспечить производственно-хозяйственную деятельность предприятия и выполнить другие условия договора купли-продажи.

В период безвозмездной приватизации до 50 процентов принадлежащих государству акций ОАО, созданных в процессе приватизации, обмениваются в установленном порядке на именные приватизационные чеки "Имущество".

Арендное предприятие приобретает государственное имущество, сданное в аренду, в соответствии с договором о выкупе имущества. До 50 процентов стоимости выкупаемого имущества может быть оплачено ИПЧ "Имущество". Остальная часть приобретаемого имущества оплачивается деньгами по цене на 20 процентов ниже стоимости этого имущества.

Новый собственник имеет право на оплату стоимости имущества в рассрочку в течение трех лет с учетом индексации платежей при условии внесения первоначально не менее 30 процентов стоимости на протяжении одного месяца со дня подписания договора купли-продажи.

Право собственности при этом переходит к новому собственнику после полной оплаты стоимости этого имущества.

Порядок оценки государственного имущества. Оценка стоимости государственного имущества с целью его продажи осуществляется в соответствии с нормативным документом, который распространяется на все виды государственного имущества и устанавливает порядок его оценки в случаях определения оценочной стоимости объекта:

- для продажи на аукционе, по конкурсу,
- при залоге,
- передаче в аренду, в доверительное управление и др.

Оценка стоимости предприятия осуществляется по его балансовой стоимости на 1 января текущего года с учетом изменений в составе имущества и амортизации, а также с учетом последней переоценки, проведенной по решению правительства. Оценке подлежат активы и пассивы предприятия в соответствии с формой бухгалтерского баланса, утвержденной Минфином на текущий период, в том числе внеоборотные и оборотные активы, а также пассивы. Состав имущества определяется исходя из результатов инвентаризации, которые оформляются актом результатов инвентаризации и в обязательном порядке отражаются в бухгалтерском учете. В состав оцениваемого имущества включаются также объекты:

не отраженные по каким-либо причинам в бухгалтерском учете;
временно находящиеся в капремонте, модернизации, на консервации;
переданные по договору лизинга, а также финансовые вложения, денежные средства на счетах банков, в том числе за рубежом, и др.

Результаты инвентаризации и оценки всех статей баланса оформляются отдельными актами. Потом составляется акт сводной оценки предприятия, в который заносятся данные из отдельных актов. Стоимость предприятия определяется путем вычитания из суммы активов, принимаемых к расчету, суммы его пассивов, т.е. расчет чистых активов.

Из стоимости активов исключаются:

расчеты с учредителями по вкладам в уставный фонд;
целевое финансирование;
заемные средства в составе долгосрочных и краткосрочных обязательств;
кредиторская задолженность;
резервы предстоящих расходов и платежей;
долгосрочные финансовые вложения в акции банков, других юридических лиц, изымаемые по решению правительства и др.

Кроме этого, вычитается:

стоимость объектов социальной и инженерной инфраструктуры общего пользования, передаваемых в собственность административно-территориальных единиц;

стоимость объектов социальной и инженерной инфраструктуры, передаваемых по договору безвозмездного пользования;

стоимость имущества, отнесенного законодательством к объектам, находящимся только в собственности государства (мобилизационные резервы, объекты ГО);

заблокированные средства в иностранной валюте и др.

По состоянию на 01.01.2008 г. в Республике Беларусь приватизировано и реформировано из 9,5 тыс. предприятий и организаций около 1,8 тыс. торговых предприятий и организаций и 0,4

тыс. предприятий и организаций общественного питания. В 2008 году в Республике Беларусь работало 30,1 тыс. единиц частных торговых организаций и предприятий, с учетом предприятий потребительской кооперации и иностранных предприятий (или 82,9% от всех предприятий розничной торговли) и 10,4 тыс. единиц (91,7%) частных предприятий общественного питания. Преимущественными методами преобразования государственной собственности в частную были – продажа на конкурсах и аукционах и преобразование объектов в акционерные общества.

1.6. Экономические условия, влияющие на эффективность торговой деятельности

В современных условиях экономическое развитие торговли зависит, прежде всего, от общей экономической ситуации в стране – роста промышленного и сельскохозяйственного производства, денежных доходов населения и выполнения намеченных программ социально-экономического развития общества, а также определяется инерционностью в формировании темпов, пропорций функционирования субъектов хозяйствования торговли и ее инфраструктуры. Отражается также временное запаздывание результатов принимаемых решений и их дифференциация в зависимости от зрелости экономической системы и соответственно адекватность этому решений и восприимчивость торговли к нововведениям, экономическим преобразованиям, инновациям.

При этом если экономика страны по материальным, социально-историческим, психологическим параметрам объективно «созрела» для нововведений, то инерционность не является помехой в преобразовании ее составляющих, включая и торговлю.

В торговле, наиболее приспособленной к рыночной экономике, в последние годы произошла существенная структурная перестройка. Проведена демополизация отрасли, ликвидированы торги и тресты, многие предприятия и группы предприятий и организаций получили самостоятельность, около 200 тысяч предпринимателей занимаются торговой и посреднической деятельностью, что способствует созданию конкурентной среды на потребительском рынке. По мере дальнейшего реформирования, углубления рыночных преобразований роль торговли и общественного питания будет возрастать.

В стоимости реализованных торговлей товаров народного потребления находят воплощение конечные результаты деятельности многих отраслей промышленности, сельского хозяйства, транспорта, финансово-кредитной и банковской систем и т.д. Только после того как созданный продукт пройдет сферу обращения и поступит в потребление, он получает общественное признание, что обеспечивает возмещение материальных, трудовых и финансовых расходов на его производство и доведение до конечного потребителя.

Замедление реализации товаров населению ведет к удлинению процесса воспроизводства и, в конечном счете, снижает его эффективность. Замедление оборачиваемости и возрастание товарных запасов в торговле свыше оптимальных размеров не только замораживает вложенные в товар средства, но и вызывает дополнительные расходы на обеспечение сохранности товаров. Эти средства отвлекаются из общественного оборота и не могут быть использованы для дальнейшего расширения производства. Следовательно, торговля обеспечивает непрерывность и эффективность расширенного воспроизводства и его ритмичность.

В торговле сосредоточены значительные материальные, трудовые и финансовые ресурсы. Нерациональные расходы, связанные с реализацией произведенного общественного продукта, непосредственно отражаются на эффективности всего общественного производства, поскольку они покрываются за счет чистого дохода и являются вычетом из него. Чем больше средств расходует общество на доведение товаров до потребителей, тем меньшая часть чистого дохода будет направлена на развитие производства товаров и продукции сельского хозяйства. На интенсивное развитие торговли, повышение ее эффективности влияет множество факторов и условий, которые можно сгруппировать по различным признакам: социальные, экономические, демографические, природно-климатические, политические, организационные.

Однако наиболее существенное влияние на состояние торговли оказывают: факторы внешней среды и внутриотраслевые факторы. К наиболее обобщающим факторам внешнего

воздействия на торговлю относятся: уровень и структура ВВП, уровень цен на товары, динамика производства товаров народного потребления и сельскохозяйственного производства, изменение денежных доходов, расходов и сбережений, изменение численности и состава населения и др. К факторам внутриотраслевого характера следует отнести: рациональное использование ресурсов и эффективную организацию товародвижения, развитие торговой сети и уровень обеспеченности населения торговыми площадями, производительность труда работников торговли, уровень проведенной приватизации в отрасли, внедрение новых технологий, качественный состав работников торговли, доля продажи товаров отечественного производства и др.

Важнейшим условием развития торговли и повышения ее эффективности является рост ВВП и его использование на конечное потребление, так как он отражает совокупность всех расходов потребителей на приобретение конечных товаров, услуг, валовых накоплений и чистый экспорт (табл.1.2).

Таблица 1.2. Объем ВВП и структура его использования на конечное потребление, 1995-2007 гг.

Показатели	1995 г.	2000 г.	2007 г.
Объем ВВП, в млрд. бел. руб.	121,4	9,1*	79,2
Использование ВВП (в рыночных ценах), в %	100	100	100
в том числе			
1. расходы на конечное потребление	79,6	77,7	72,3
1.1.домашние хозяйства	56,0	55,8	52,1
1.2.государственные учреждения	20,5	19,8	18,9
1.3.некоммерческие организации	3,1	2,1	1,3
2. валовое накопление	24,8	25,6	33,9
3. чистый экспорт	-4,4	-3,5	-6,2

*С учетом деноминации (уменьшением в 1000 раз)

В структуре ВВП основную часть составляют расходы на конечное потребление. При этом на расходы домашних хозяйств приходится больше половины использованного ВВП, а доля расходов на госучреждения сокращается с 29,% в ВВП в 1995 г. до 18,9% - в 2007 г. Объем ВВП развивается динамично и в 2007 году по сравнению с 1995 г. в сопоставимых ценах увеличился в 2,3 раза, при этом около половины его формировалось за счет оплаты труда работников отраслей экономики.

По данным статистики за 1995-2007 гг. реально располагаемые денежные доходы населения возросли в 4,4 раза и составили в 2007 году около 2800 долларов США на одного жителя Беларуси. В денежных расходах населения около 80% приходится на покупку товаров и оплату услуг. Вместе с тем наблюдается и рост вкладов населения в банках. На 01.01.2008 года их сумма достигла почти 30% годового товарооборота.

Важным внешним фактором, влияющим на развитие торговли на макроуровне, является производство отечественных товаров, а косвенное отношение населения к отечественным товарам производителям проявляется в достаточно высокой доле «неорганизованной торговли» через рынки и мелкорозничную сеть, реализуемых в основном импортные товары. За 1995-2005 гг. доля рынков в общем объеме товарооборота повысилась с 18,6% до 33,1%.

Основными тенденциями развития внутренней торговли в современных условиях являются:

1. *Постоянный рост розничного товарооборота, обеспеченный ростом денежных доходов населения и объемом производства отечественных товаров и сельхозпродуктов.* При этом в последние годы наблюдается рост доли организованной торговли и сокращение неорганизованной в составе розничного товарооборота. Происходит также рост товарооборота частных организаций и индивидуальных предпринимателей, а сокращается доля государственной торговли сокращается. Если в розничной торговле процесс приватизации государственной собственности подходит к завершению (товарооборот частных предприятий и индивидуальных предпринимателей составляет более 86%), то в общественном питании доля товарооборота государственной торговли составляет еще около 30%. В свою очередь доля

товарооборота общественного питания в общем объеме товарооборота сокращается. Растет показатель розничного товарооборота на душу населения, что свидетельствует об опережающем росте товарооборота по сравнению с изменением численности населения (табл. 1.3).

2. *Изменяется структура товарооборота. Повышается доля непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота.* Вместе с тем, на продукты питания и алкогольные напитки население все еще тратит около 47,8% от своих потребительских расходов, а на покупку непродовольственных товаров расходуется только около 35,3% денежных расходов и 16,9% - на оплату услуг.

Таблица 1.3. Основные показатели развития торговли Республики Беларусь

Показатели развития торговли	Годы			2007 г. к 2005 г., в %
	2005	2006	2007	
Объем розничного товарооборота, всего, млрд. руб.	25230	31062	38168	151,3
Доля розничного товарооборота торговых организаций, в % ко всему товарообороту	63,2	65,7	66,9	-
Товарооборот частных предприятий и индивидуальных предпринимателей, в % ко всему товарообороту	84,2	84,6	85,0	-
Доля оборота общественного питания во всем товарообороте, в %	5,1	5,1	5,0	-
Розничный товарооборот на душу населения, млн.руб.	2,6	3,2	3,9	152,4
Доля непродовольственных товаров во всем товарообороте, в %	46,3	48,2	48,9	-
Доля продовольственных товаров во всем товарообороте, в %	53,7	51,8	51,1	-
Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года, в %)	108,0	106,8	112,1	-
Количество организаций (объектов) розничной торговли (магазинов) тыс. ед.	34,2	35,4	36,1	105,6
Торговая площадь магазинов тыс.кв.м.	2856	2964	3070	197,5
Доля частных объектов розничной торговли, в % ко всем	82,0	82,9	83,5	-
Количество предприятий общественного питания, тыс.ед.	10,5	10,8	11,1	105,7
Количество мест в объектах общественного питания, тыс.ед.	689,9	696,2	707,3	102,5
Доля частных объектов общественного питания, %	59,6	60,3	60,6	-
Среднесписочная численность работников розничной торговли и общественного питания, тыс.чел.	445,2	466,4	473,0	106,2
Среднесписочная численность работников общественного питания, тыс.чел.	65,9	68,4	70,2	106,5
Средняя численность работников оптовой торговли, тыс.чел	123,3	121,9	128,8	104,5
Номинально начисленная среднемесячная заработная плата работников торговли и общественного	349,4	447,2	582,6	166,7

питания, тыс.руб.				
Выручка от реализации товаров предприятий розничной торговли, трил.руб.	11,7	15,3	19,5	166,7
Себестоимость реализованной продукции (расходы предприятий торговли и общественного питания), трил.руб.	1,9	2,5	3,1	163,2
Рентабельность реализованной продукции организациями торговли и общественного питания, в %	7,9	10,0	14,1	-
Республика Беларусь в цифрах.-Мн.:2008,с.283-284.				

3. В структуре продажи продовольственных товаров наблюдается тенденция роста доли продажи более ценных в питательном отношении продуктов питания, таких как овощи и бахчевые, фрукты, мясо, яйца при одновременном замедлении темпов продажи хлебопродуктов, сахара, картофеля. По результатам бюджетного обследования семей, потребление мясопродуктов возросло с 61 кг на душу населения в 2005 г. до 69 кг – в 2007 г., яиц соответственно – с 256 до 275 шт., овощей и бахчевых - с 127 до 141 кг.(табл.1.4).

Таблица 1.4. Сравнение структуры потребления основных продуктов питания в 1990-2007 гг. населением Беларуси (на душу населения в год, кг.)*

Наименование продукта	Потребление					
	норма	1990 г.	2000 г.	2007 г.	2007 г. в % к 1990 г.	2007 г. в % к норме
Мясо и мясопродукты	82	75	59	66	88	80
Молоко и молокопродукты	403	425	295	275	65	68
Яйца (шт.)	301	323	224	276	85	92
Рыба и рыбопродукты	18,2	19,4	9,5	17,4	90	95
Масло растительное	11,7	8,6	8,7	14,1	164	121
Сахар	33,1	48,7	34,9	36	74	108
Хлеб и хлебопродукты (в пересчете на муку)	105	126	110	95	75	90
Картофель	170	169	174	187	111	110
Овощи, бахчевые	129	78	93	134	172	104
Фрукты и ягоды	83	38	32	47	123	57
* Республики Беларусь в цифрах. – Мн.: 2008. – с.48						

4. Происходят изменения и в структуре товарооборота по непродовольственным товарам. Более высокими темпами, чем продажа товаров легкой промышленности, возрастает продажа товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения. При этом более высокие темпы продажи наблюдаются по сложнотехническим товарам, автомобилям, строительным материалам (табл.1.5).

Таблица 1.5. Сравнение обеспеченности домашних хозяйств России и Беларуси потребительскими сложнотехническими товарами, 2008 г. (в расчете на 100 семей, шт.)

Наименование товаров	Обеспеченность товарами					
	2000 г.		2007 г.		Отклонение Беларуси от России(+, -)	
	Россия*	Беларусь**	Россия*	Беларусь**	2000г.	2007г.
Телевизоры	124	119	138	135	-5	-3
Видеомагнитофоны, видеокамеры	32	20	83	43	-12	-25

Музыкальные центры	12	7	34	21	-5	-13
Холодильники	113	106	117	118	-7	1
Стиральные машины	98	71	97	79	-27	-18
Э/пылесосы	82	56	84	66	-26	-18
Швейные и вязальные машины	73	51	60	48	-22	-12
Компьютеры	6	2	26	18	-4	-8
Автомобили	27	24	33	28	-3	-5

*Россия в цифрах. – М.: 2008. – с.126** Республики Беларусь в цифрах. – Мн.: 2008. – с.80

Однако уровень обеспеченности населения товарами культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода в Беларуси все еще отстает от обеспеченности в России с которой мы строим Союзное государство. Исключение составляют холодильники. Отчасти это связано с более низким уровнем денежных доходов жителей Беларуси, а также переключением спроса на дорогостоящие сложотехнические импортные товары, цена на которые все еще выше отечественных.

Для воздействия торговых организаций на объем и ассортимент производимых отечественных товаров в Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010 годы, утвержденной постановлением Совета Министров № 941 от 27 июля 2006 г., предусматривается: 1) формирование совместно с товаропроизводителями производственных программ в соответствии с потребностями внутреннего рынка; 2) повышение действенности и результативности договорных отношений торговых организаций и товаропроизводителей и взаимной экономической ответственности за их соблюдение; 3) усиление контроля за качеством реализуемых товаров и недопущением продажи товаров не соответствующих техническим нормам и стандартам; 4) применение активных форм торговли.

5. *Растет количество торговых организаций и их торговая площадь.* Норматив государственного социального стандарта по обслуживанию населения в области торговли обеспечивается в целом по республике, и по всем областям и г. Минску. Обеспеченность торговыми площадями в расчете на 1000 жителей составил в 2007 г. 317 кв. метров, что выше утвержденного норматива. Однако этот показатель значительно уступает средневропейскому (650 кв.м), США (1200 кв.м), г. Москвы (520 кв.м). Для дальнейшего развития торговли предусматривается укрупнение торговых объектов. Количество магазинов с торговой площадью от 650 кв.м увеличилось с 171 в 2000 г. до 210 в 2005 г., а к 2010 г. их количество составит 231 единицу. В 2010 г. количество магазинов с торговой площадью свыше 1000 кв.м составит 116 единиц.

6. *Осуществляется финансовое оздоровление организаций торговли, растет уровень ее рентабельности, снижается доля убыточных магазинов.* Вместе с тем все еще показатель платежеспособности торговых организаций, обеспеченность собственными оборотными средствами, остаются низкими. По оценкам экономистов, только в г. Минске рентабельность реализованной продукции в розничной торговле в 2007 г. составила 20,7%, а в Минской области – только 5,4, в Могилевской области – 7,6%.

7. *Увеличиваются инвестиции в основной капитал торговли.* Если в 2000 году доля инвестиций составляла 2,6% от общего объема инвестиций по всем отраслям экономики, то в 2007 г. повысилась до 5,5%.

8. *Наблюдается тенденция роста численности работников торговли.* Их доля в количестве занятых в экономике Беларуси в 2000 г. составляла 11,0%, в 2005 – 13,3%, в 2007г. – 13,6%. Однако уровень доходов торговых работников все еще существенно уступает другим отраслям экономики. В 2007 году средняя номинально начисленная заработная плата работников торговли и общественного питания составила 83% от средней заработной платы по народному хозяйству в целом.

9. *Глобализация и интернационализация экономики.* Привлечение инвестиций в отрасль способствует дальнейшему внедрению современных технологий в торговле и общественном питании. С введением в действие ряда гипермаркетов создаются условия для дальнейшего развития в Беларуси сетевой розничной торговли. Уже в настоящее время в стране используется

опыт сетевой торговли в г. Минске. Примером могут служить такие торговые структуры как «Рублевский», «Копилка», «Аксис», «Соседи», в г. Витебске – «Веста», «Витебские продукты», «Ника», в г. Бресте – «Продтовары». Дальнейшее развитие получает сеть предприятий быстрого обслуживания и придорожного сервиса. Расширяется сфера применения биржевой, электронной торговли и торговли с использованием конкурсных (тендерных) торгов. Требуется более пристального внимания развитие других сегментов инфраструктуры и новых методов продажи: оптовой торговли, выставочно-ярмарочной деятельности, системы безналичных расчетов, применение в торговле современных информационных технологий и т.д.

10. Одной из тенденций современного этапа развития торговли является *увеличение в товарообороте доли импортных товаров*. Однако следует учитывать, что по продовольственным товарам мировая практика ограничивает долю импорта на уровне 25-30% в связи с нарушением продовольственной безопасности.

Для дальнейшего повышения эффективности и развития внутренней торговли должно быть осуществлено:

- усиление влияния торговых организаций на производителей товаров по обновлению ассортимента и повышению качества товаров;
- повышение эффективности работы всех звеньев торговли на пути продвижения товара от промышленности до покупателя с целью ускорения оборачиваемости капитала;
- совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей сферу торговли и ее инфраструктуру, методов и форм регулирования в отрасли;
- обеспечение конкурентной среды на потребительском рынке страны, в том числе за счет развития малого и среднего бизнеса;
- привлечение инвестиций и новых технологий для повышения качества обслуживания населения;
- разработка мер по финансово-экономическому оздоровлению торговли, росту заработной платы и доходов в отрасли;
- развитие сельской торговли, в соответствии с принятой Программой возрождения и развития села.

1.7. Государственное регулирование торговой деятельности

Рыночная экономика не исключает, а даже предполагает государственное регулирование, под которым понимается комплексная система мер, осуществляемых государством, по обеспечению предпосылок для эффективного развития рыночной экономики в целом и бизнеса в частности. Вмешательство государства в функционирование рыночных механизмов основывается на комплексе элементов различных теорий регулирования – кейнсианства, монетаризма и конвергенции социально-экономических систем. Данные теории были разработаны для рыночной экономики. Но, ни одна из них в чистом виде не применялась, да и не может быть применима. Они используются в зависимости от стадии развития общества.

Воздействие государства на сферу товарного обращения осуществляется с целью сбалансирования спроса и предложения и должны осуществляться по следующим направлениям:

- регулирование налоговой и денежно-кредитной политики;
- регулирование цен и тарифов на отдельные социально-значимые товары и услуги;
- введение квот, лицензий, стандартов и технических условий к качеству товаров и услуг;
- ведение социальных, гуманитарных и экологических норм;
- определение требований к статистической, бухгалтерской и иной информации представляемой в государственные органы;
- разработка системы программ и мероприятий для достижения определенных параметров экономики (например, программа поддержки малого бизнеса) и т.д.

В Законе «О торговле» (2003 г.) предусматривается перечень принципов, ограничений и мероприятий по поддержке и содействию торговле (глава 4). Все эти формы и методы могут быть сгруппированы в следующие три блока:

1. Правовые, применяемые в рыночной экономике (антимонопольное законодательство, правила сертификации продукции, регламент проведения государственных закупок, правила работы бирж и т.д.).

2. Финансово-экономические (налоги, кредиты, льготы, дотации, государственные программы и др.).

3. Социальные (установление минимальной заработной платы, размеры пенсий, пособий, выплат и т.д.).

Различают две группы методов:

1) Прямые методы государственного регулирования (законодательные акты, программы, субсидии, бюджетное финансирование, государственный заказ);

2) Косвенные методы регулирования (налоговая, ценовая, финансовая, кредитная политика, регулирование внешнеэкономической деятельности и др.).

Государственными органами в пределах их полномочий в области торговли последовательно и на системной основе проводится работа по:

созданию условий для эффективной деятельности субъектов торговли;

поддержке инвестиционной деятельности, включая приобретение новой торговой техники и оборудования, осуществление и внедрение научных исследований, а также внедрение новых технологических процессов;

привлечению юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на договорной основе к реализации государственных целевых программ и заказов;

осуществлению программ демонополизации торговли;

поддержке и развитию предпринимательства;

формированию стабилизационных фондов товаров;

приватизации объектов торговли;

освоению экономически мало эффективных торговых зон, расположенных в отдельных местах проживания граждан или приложения их труда, труднодоступных населенных пунктах, экологически неблагоприятных районах;

созданию и развитию отраслевых и территориальных ассоциаций, союзов торговых организаций;

стимулированию торговли посредством размещения государственных заказов, субсидирования и иного экономического стимулирования в соответствии с законодательством.

Государственные органы содействуют субъектам торговли в развитии устойчивой и эффективной системы товародвижения, выполнении работ, оказании услуг потребителям и стимулировании их деятельности.

К основным полномочиям местных исполнительных и распорядительных органов в области государственного регулирования торговли относятся:

разработка и реализация программ развития торговли на территории соответствующих административно-территориальных единиц;

принятие в пределах их компетенции нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области торговли на территории соответствующих административно-территориальных единиц;

формирование товарных ресурсов для административно-территориальных единиц в целях обеспечения бесперебойной торговли;

осуществление государственного контроля в области торговли;

применение к субъектам торговли, виновным в нарушении законодательства Республики Беларусь о торговле, мер ответственности в случаях и порядке, установленных законодательными актами;

иные полномочия в соответствии с законодательством.

В целях защиты прав потребителей в 2002 г. Принят Закон республики «О защите прав потребителей», который регулирует правовые, экономические и организационные основы защиты прав потребителей при розничной торговле, устанавливает их права на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах и об изготовителях, просвещение в области защиты прав потребителей, государственную и общественную защиту их интересов.

Государственными органами определены правила торговли, которые устанавливают единые требования, как к частным, так и государственным и кооперативным организациям торговли.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 724 от 30 мая 2003 г. «О мерах по внедрению системы государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики» утверждены норматив обеспеченности населения торговой площадью – 260 кв.м на 1 тыс.чел. и норматив обеспеченности населения местами в общедоступной сети объектов общественного питания – не менее 15 мест на 1 тыс.чел.

Ежегодно Правительством Беларуси принимается решение о создании стабилизационного фонда продовольственных товаров на межсезонный период и формировании цен на продукцию растениеводства. Кроме того, разрабатывается порядок организации и проведения конкурсных торгов для закупки товаров (работ, услуг) с целью удовлетворения государственных нужд.

В целях повышения эффективности политики государственного регулирования в сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания необходимо реализовать ряд следующих мер макроэкономического характера:

- обеспечение единых подходов при осуществлении государственного регулирования торговой деятельности и деятельности товаропроизводителей; совершенствование института собственности, других институтов рыночной инфраструктуры, включая рынки товарных, информационных и консультационных услуг, и развитие конкуренции, разработка Программы поддержки малых и средних организаций в период трансформации торговой сети под воздействием глобализационных процессов;

- содействие повышению конкурентоспособности товаров и услуг;

- совершенствование национальной системы управления качеством, приближение ее к международным стандартам; отказ от системы квотирования потребительских товаров;

- пересмотр критериев технического регулирования, в том числе ряда критериев лицензирования деятельности субъектов предпринимательства;

- переход к свободному ценообразованию при соответствующем государственном контроле за ценами предприятий-монополистов и на социально значимые товары;

- совершенствование амортизационной политики в направлении повышения заинтересованности торговых организаций и предприятий общественного питания в приобретении нового современного оборудования и внедрения прогрессивных технологий;

- совершенствование механизма налогообложения организаций торговой сферы и предприятий бытового обслуживания;

- повышение уровня компетентности государственных служащих в вопросах государственного регулирования и рыночной экономики; разработка государственной политики, направленной на формирование рыночной этики и идеологии, уважение предпринимательства;

- активное содействие организации всевозможных школ торгового бизнеса, курсов повышения квалификации для высшего и среднего управленческого звена, торгово-оперативного персонала;

- пропаганда здорового образа жизни и высокого качества потребления среди населения республики, поддержка рекламы отечественного товаропроизводителя;

- содействие повышению экономической и потребительской грамотности населения, совершенствование законодательной базы торговли и трансформация полномочий и функций органов государственного регулирования, защита прав индивидуальных предпринимателей и потребителей.

Реализация перечисленных направлений совершенствования политики государственного регулирования будет содействовать дальнейшему развитию торговли, рыночных начал в экономике, повышению национальной экономической безопасности Республики Беларусь, эффективному вхождению страны в мировое сообщество, повышению качества жизни белорусского населения.

Глава 2. РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ – СФЕРА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

2.1. Рынок потребительских товаров: экономическая сущность, структура, элементы, взаимосвязи и взаимозависимости

Формирование рыночных отношений предполагает создание адекватного механизма хозяйствования, использование которого обеспечит развитие рынка потребительских товаров.

Рынок потребительских товаров — это совокупность социально-экономических отношений, проявляющихся в процессе купли-продажи товаров народного потребления и услуг, удовлетворения имеющихся и формирующихся потребностей потенциальных потребителей. Потребительский рынок подразделяется по территориальному и товарному признакам (рис.2.1).

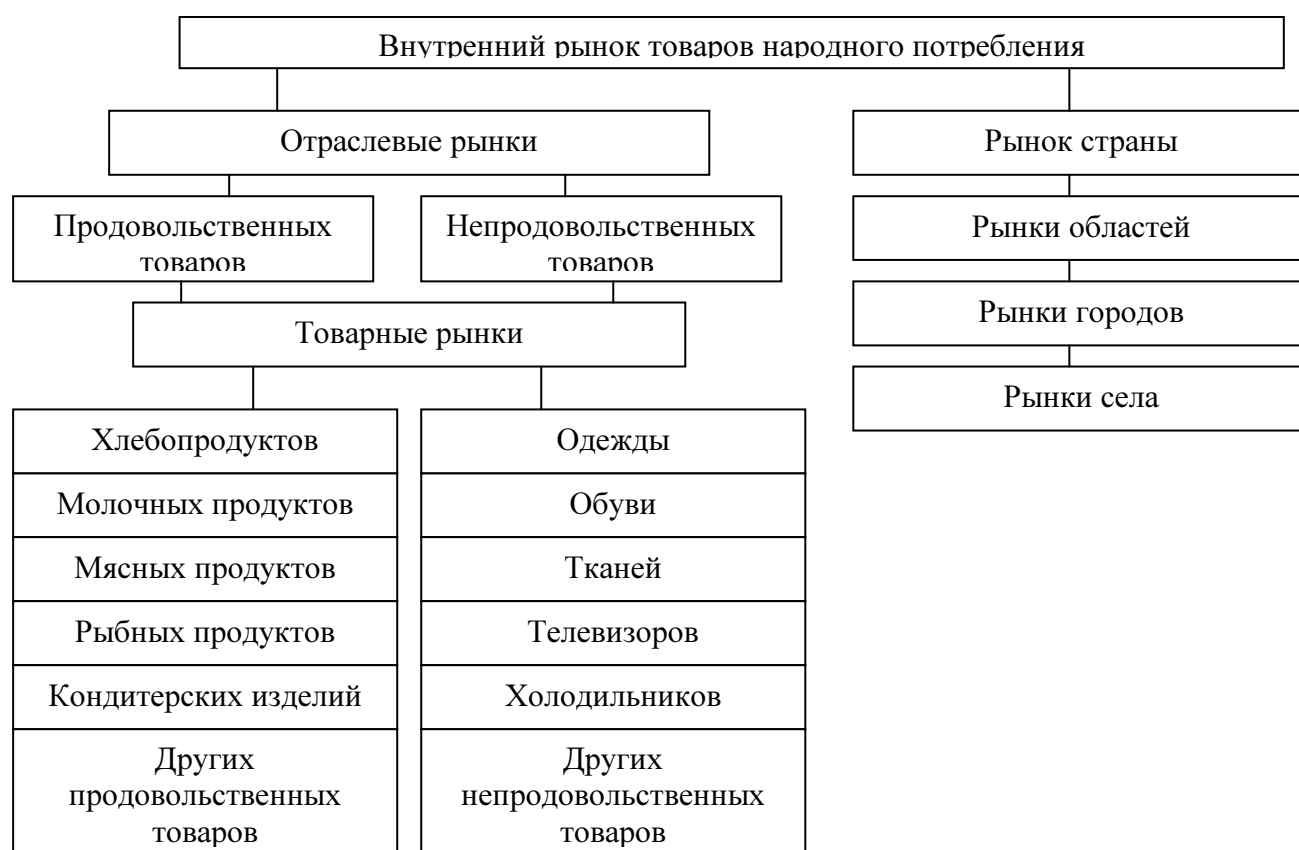


Рис. 2.1. Структура рынка потребительских товаров

Рынок потребительских товаров (товаров народного потребления) является важной составной частью экономического рынка, в воспроизводственном процессе является связующим звеном между производством и конечным потреблением и тем самым связан со всеми другими видами рынков (рис. 2.2).

Сила взаимосвязи цены, спроса и предложения измеряется с помощью коэффициента эластичности.

Эластичность — это мера реакции результата на изменение фактора. Эластичность спроса от изменения цены показывает, насколько изменится в процентном отношении величина спроса на товар при изменении его цены на 1 %.

Основными элементами, исходной предпосылкой формирования рынка потребительских товаров, как и любого другого, являются потребности, спрос, предложение, цены.

Различают прямую, перекрестную эластичность и эластичность спроса по доходу. Прямая эластичность показывает чистое влияние цены на спрос без учета цен на другие товары-

заменители.

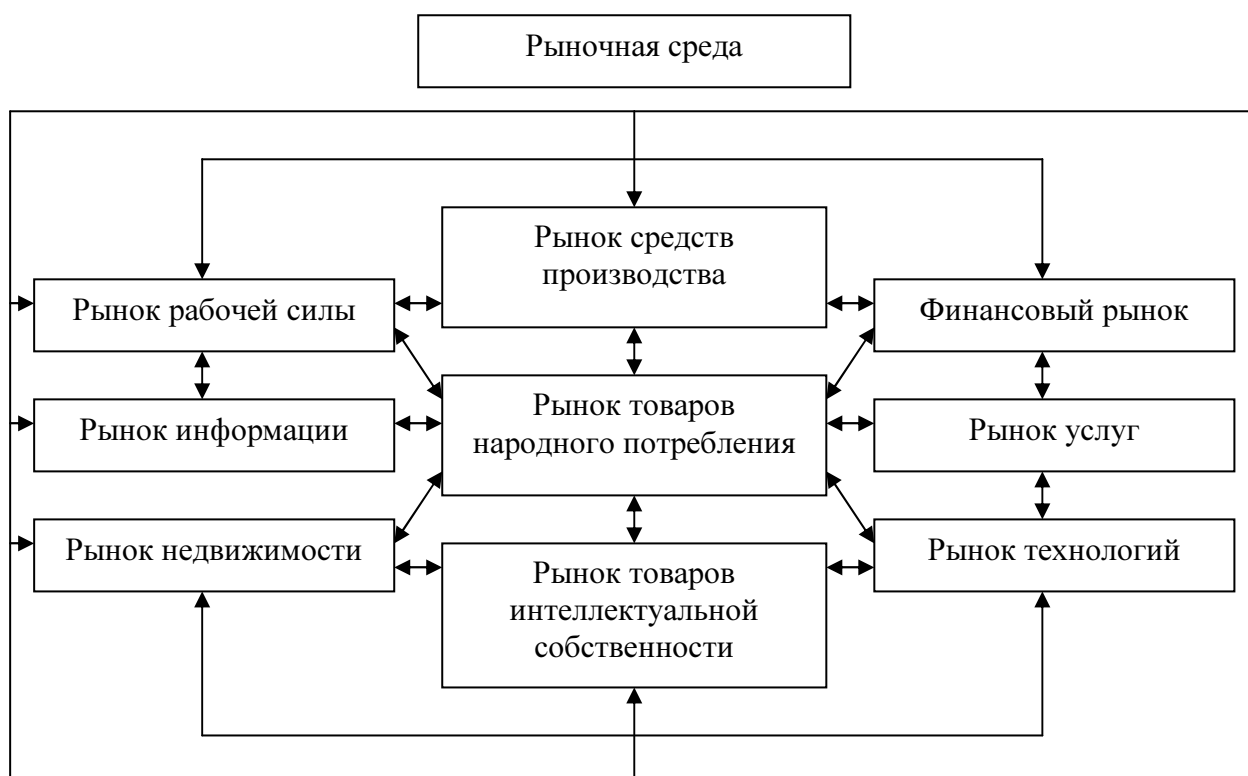


Рис.2.2. Взаимосвязи потребительского рынка

Коэффициент прямой эластичности ($K_{\text{э}}$) измеряется по формуле

$$K_{\text{э}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P_0}{Q_0},$$

или

$$K_{\text{э}} = \frac{\text{Процент изменения спроса}}{\text{Процент изменения цены}}$$

или

$$K_{\text{э}} = \frac{\Delta Q * 100\%}{Q \text{ или } \overline{Q}} \div \frac{\Delta P * 100\%}{P \text{ или } \overline{P}},$$

где Q – объем спроса

P – цена.

При равном процентном изменении величины спроса и цены коэффициент ценовой эластичности равен 1,0 и называется единичной эластичностью. При $K_{\text{э}} < 1$ спрос считается неэластичным (мыло, зубная паста, спички); при $K_{\text{э}} > 1$ спрос эластичен, т.е. с изменением цены на 1 % спрос возрастает в больших размерах (табл. 2.1).

С помощью перекрестной эластичности ($K_{\text{пэл}}$) измеряется сила колебания спроса на взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары под воздействием цен

$$K_{\text{пэл}} = \frac{\text{Процент изменения спроса на товар А}}{\text{Процент изменения цены на товар Б}}$$

или

$$K_{\text{пэл}} = \frac{\Delta Q^A}{\Delta P^B},$$

или

$$K_{\text{нэл}} = \frac{Q_1^A - Q_0^A}{Q_1^A + Q_0^A} \div \frac{P_1^B - P_0^B}{P_1^B + P_0^B}$$

Таблица 2.1

Степень реакции потребителей на изменение цены в зависимости от характера спроса (прямая эластичность)

Характер спроса	Поведение покупателей в случае	
	снижения цены	возрастания цены
Эластичный $K_{\text{э}} > 1$	Значительно увеличивают объем покупок (спрос растет более высокими темпами, чем снижается цена)	Значительно снижают объем покупок (спрос снижается более высокими темпами, чем растет цена)
Неэластичный $K_{\text{э}} < 1$	Темп роста спроса меньше темпа снижения цены	Темп снижения спроса меньше темпа роста цены
Единичная эластичность $K_{\text{э}} = 1$	Спрос растет теми же темпами, какими падает цена	Спрос снижается такими же темпами, какими растет цена

На величину ценовой эластичности спроса таким образом оказывают воздействие: объем спроса и степень его изменения, уровень изменения цен, наличие товаров-заменителей, временной фактор (в долгосрочном периоде эластичность спроса проявляется более отчетливо), значение товара для потребителя (на товары первой необходимости спрос не эластичен), степень насыщения потребности в товаре (при насыщении товаром спрос переключается на другой товар).

Коэффициент эластичности предложения показывает влияние цены на объем предложения товаров

$$K_{\text{эл.предл.}} = \frac{\text{Процент изменения товарного предложения (ТП)}}{\text{Процент изменения цены (P)}}$$

или

$$K_{\text{эл.предл.}} = \frac{\Delta \text{ТП}}{\Delta P} * \frac{P_0}{\text{ТП}_0},$$

или

$$K_{\text{эл.предл.}} = \frac{(\text{ТП}_1 - \text{ТП}_0) * 100\%}{\text{ТП}_0} \div \frac{(P_1 - P_0) * 100\%}{P_0}$$

Взаимодействия предложения и цены в среднесрочном периоде бывает эластичным (производитель в ответ на изменение цены использует для наращивания или сокращения объемов производства на имеющихся площадях неиспользованные резервы), долгосрочным (у производителя появляются возможности расширить или сократить мощности, провести диверсификацию ассортимента) и неэластичным — в краткосрочном периоде (поскольку за короткий период, как правило, не удастся изменить объемы и ассортимент производства).

Эластичность предложения товаров и услуг определяется особенностями производственного цикла, способностью изготовленного товара к длительному хранению, продолжительностью периода, отведенного для принятия и реализации хозяйственного решения.

Коэффициент эластичности спроса от дохода (Кэл.д) характеризует силу зависимости спроса от изменения доходов и измеряется по формуле:

$$K_{\text{эл.д.}} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \div \frac{\Delta D}{D_0}$$

Установлено, что если $K_{\text{эл.д}} > 1$ (характерно для предмета роскоши, товаров

длительного пользования, культурно-бытового назначения), то это означает, что с ростом денежных доходов расходы на приобретение таких товаров возрастают, и структура покупок меняется. А если $Kэл д < 1$, то речь идет о товарах первой необходимости.

Для устойчивого развития страны (региона) необходимо такое состояние рынка потребительских товаров, которое характеризуется положительной динамикой его развития и сбалансированностью между спросом и предложением по объему и структуре. Обеспечение сбалансированности - сложный процесс, требующий слаженных действий всех основных субъектов рынка — государства, организаций, домашних хозяйств (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Схема функционирования рынка потребительских товаров

Разработка государством мер и их реализация на практике позволили достичь определенных успехов в развитии рынка потребительских товаров Республики Беларусь. Удалось избежать дефицита, сбалансировать по общему объему спрос и предложение, обеспечить рост розничного товарооборота и улучшить его ассортиментную структуру.

В широком понимании слова субъектами рынка ТНП являются производители сельскохозяйственной продукции, крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства, промышленность, переработчики сырья и материалов, сфера заготовок, оптовая торговля, оптовые продовольственные и вещевые рынки, посредники (коммерческие структуры), ввозящие товары из других регионов, розничная торговля, учреждения, организации социальной сферы, население.

Торговля - особая форма обмена, существующая при товарно-денежных отношениях, характеризующая собой экономические взаимоотношения между производителем, продавцом и покупателем, в результате которых происходит отчуждение продукта и возмещение его другим

товаром (деньги) на эквивалентной основе.

Важнейшим показателем, с помощью которого изучается состояние рынка потребительских товаров, является товарооборот, который складывается из следующих составляющих:

1. Продажа товаров предприятиями-товаропроизводителями (изготовителями) торговым организациям и индивидуальным предпринимателям по ценам производителей, т.е. без торговой надбавки, субсидий.

2. Продажа товаров предприятиями-изготовителями конечным потребителям по ценам производителей, совпадающими в этом сегменте рынка с рыночными ценами покупателей.

3. Продажа товаров предприятиями-изготовителями в фирменной торговле для реализации конечному потребителю по ценам с учетом торговой надбавки или без нее. В большинстве случаев выручка от продажи товаров фирменными магазинами поступает на счет предприятий-изготовителей или сдается непосредственно в кассу завода (фабрики).

4. Продажа товаров организациями или индивидуальными предпринимателями оптовой и розничной торговли друг другу в том числе: оптовой торговлей — оптовой торговле, оптовой торговлей — розничной торговле, оптовой торговлей — общественному питанию, розничной торговлей — розничной торговле, розничной торговлей — общественному питанию.

5. Продажа товаров организациями (предприятиями) торговли и общественного питания конечным потребителям не для дальнейшей перепродажи, а для потребления, в том числе для текущего потребления, инвестиций и образования запасов, для дальнейшей перепродажи через комиссионные магазины или с помощью индивидуальных коммивояжеров.

2.2. Конъюнктура рынка и методы ее исследования

Конъюнктура — условия, ситуация, сложившиеся на рынке в конкретный период времени под воздействием субъективных и объективных факторов внешнего характера действия. Знание конъюнктуры рынка позволяет субъектам хозяйствования принять решение об увеличении (сокращении) объемов производства, расширении (сужении) ассортимента, завоевании (ухуде) с рынка, изменении тактики продаж, денежно-кредитной и политики, совершенствовании материального стимулирования, ценовой политики, методах государственного регулирования экономических процессов.

Рыночная ситуация (конъюнктура) на потребительском рынке изучается с помощью следующих понятий и показателей: степень соотношения спроса и предложения; емкость рынка (возможный объем реализации товаров при заданных или прогнозных условиях); динамика и уровень цен; специфика сегмента рынка; темпы инфляции; тенденции развития рынка; уровень конкуренции; обеспеченность товарооборота товарными ресурсами; состояние товарных запасов, товарооборачиваемость; качество товаров и торгового обслуживания; объем потребления (товарооборота) в расчете на душу населения; конкурентоспособность товара (способность товара соревноваться на рынке с другими товарами), товарооборачиваемость, доходность субъектов, работающих на рынке, степень коммерческого риска, динамика численности занятых.

Для исследования состояния и прогнозирования развития потребительского рынка используются методы экстраполяции, нормативный, экспертных оценок, балансовый. Метод балансовой связи применяется для разработки балансов спроса и предложения.

Порядок составления балансов спроса и предложения изложен в Методических рекомендациях по подготовке республиканских балансов спроса и предложения, утвержденных постановлением Министерства экономики Республики Беларусь в 2003 г. Балансы спроса и предложения по важнейшим видам продукции используются при разработке прогнозов социально-экономического развития Республики Беларусь.

Прогнозные балансы спроса и предложения составляются на краткосрочный (год, квартал), средне- и долгосрочный периоды. По материалам прогнозных балансов производится оценка текущего и прогнозируемого спроса, определяются варианты его обеспечения за счет национального производства или импорта рассчитывается потребность внутреннего рынка в

товарах, возможности экспорта и расширения производственных мощностей; выявляется степень сбалансированности спроса и предложения, удовлетворения потребностей, размер неудовлетворенного спроса, исследуется конкурентоспособность отечественной продукции, эффективность работы товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, разрабатываются рекомендации по устранению диспропорции между спросом и предложением, активизации или диверсификации производства, защите отечественных товаропроизводителей и внутреннего рынка, снижению издержек производства и обращения, развитию рыночной инфраструктуры, совершенствованию хозяйственного права, развитию сотрудничества Беларуси с другими странами.

Баланс составляется по расширенной (квартальный, годовой) и упрощенной (средне-, долгосрочный период) формам (2.2).

Разработка баланса спроса и предложения осуществляется поэтапно в следующей последовательности:

- I этап — расчет прогнозных объемов и структуры спроса;
- II этап — прогноз средних цен приобретения;
- III этап — определение перспективных объемов и структуры предложения продукции;
- IV этап — расчет товарных запасов на начало и конец прогнозируемого периода.
- V этап — расчет дефицита или избытка в производстве и продаже на исследуемом рынке.

Баланс спроса и предложения

(наименование организации)

	Показатель	Отчетный год			Оценка по текущему году			Прогнозный период		
		в натуральном выражении, кг, т, шт	цена, тыс. р.	в стоимостном выражении, млн. р.	в натуральном выражении, кг, т, шт	цена, тыс. р.	в стоимостном выражении, млн. р.	в натуральном выражении, кг, т, шт	цена, тыс. р.	в стоимостном выражении, млн. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Спрос - всего									
1.1	Внутреннего рынка – всего (сумма стр. 1.1.1 и 1.1.2)									
1.1.1	На отечественную продукцию									
1.1.2	На импортную продукцию									
1.2	Внешнего рынка (экспорт) - всего									
1.2.1	Ближнего зарубежья									
1.2.2	Дальнего зарубежья									
	В составе спроса - всего: поставки для государственных нужд спрос домашних хозяйств (населения) спрос на инвестиционную деятельность спрос на продукцию по другим важнейшим отраслям и направлениям									

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2	Предложение – всего (сумма стр. 2.1 – 2.3)									
2.1	Отечественного производства - всего									
2.1.1	На внутренний рынок									
2.1.2	На экспорт									
2.2	Внешнего рынка (импорт) - всего									
2.2.1	Ближнего зарубежья									
2.2.2	Дальнего зарубежья									
2.3	Неучтенная продукция									
2.4	Остатки на начало года									
2.4.1	Остатки на начало года по нормативу									
2.5	Остатки на конец года									
2.5.1	Остатки на конец года по нормативу									
3	Избыток производства (стр. 2.5 – 2.5.1)									
4	Дефицит производства (стр. 2.5 – 2.5.1)									

При проведении расчетов необходимо учесть следующие особенности.

При прогнозировании спроса:

- ◆ по потребительским товарам необходимо ориентироваться на рациональные нормы потребления;
- ◆ товарам длительного пользования необходимо предусмотреть первичный и повторный спрос и специфику его проявления;
- ◆ продовольственным товарам следует учитывать, что часть продукции, производимая в домашних хозяйствах, потребляется, не попадая на рынок продовольствия;
- ◆ сельскохозяйственной продукции (картофель, овощи, фрукты) необходимо учесть тот факт, что часть произведенной продукции используется сельхозпроизводителями для собственных нужд (семена, корм и т.д.);
- ◆ продукции производственного назначения учитывается неудовлетворенный спрос;
- ◆ импортируемой продукции — возможность импортозамещения;
- ◆ экспортируемым изделиям — опережающие темпы роста (при наличии спроса на внешнем рынке)

При прогнозировании средних цен:

- для ожидаемого и отчетного года целесообразно использовать фактические и ожидаемые цены приобретения соответственно, а для прогнозного периода — цены, по которым потребители (производители) готовы приобретать (продавать) продукцию в прогнозируемом периоде. Причем для прогнозирования цен предложения необходимо воспользоваться ценами предыдущего года и индексом-дефлятором для следующего года;

- при продаже товаров населению (строка "Потребление домохозяйств") через сеть розничной торговли цены приобретения должны соответствовать розничным;

- для обеспечения сопоставимости натуральной и стоимостной массы товаров в качестве, цен спроса, предложения, приобретения и розничных цен принимаются цены, оплачиваемые конечными потребителями, т.е. с учетом налогов, акцизов, пошлин, транспортных тарифов, надбавок.

При прогнозировании товарных ресурсов:

- предложение товаров на рынке за анализируемый период складывается из переходящих на начало периода товарных запасов на складах производственных предприятий и поступлений товаров на рынок из всех источников;

- объемы производства рассчитываются с учетом имеющихся сырья, производственных мощностей, целесообразности и возможности их закупки.

При прогнозировании товарных запасов:

- учитываются запасы по всем каналам товародвижения производители, оптовики, розничные организации;

- ожидаемые запасы на начало прогнозируемого периода определяют, используя формулу балансовой связи ($Z_n + П = Р + З_k$);

- потребность товаров для нормализации запасов в оптовом и розничном звене определяется как произведение среднедневного объема продаж на норматив товарных запасов в днях товарооборота, рассчитанный для условий бесперебойной торговли.

При расчете итоговых статей "дефицит", "избыток":

- ◆ "избыток производства" — результат со знаком "+";
- ◆ "дефицит товаров" — результат со знаком "-".

Конъюнктура торговли — экономическое понятие, связанное с соотношением спроса и предложения товаров на рынке. Под *торговой конъюнктурой* понимается состояние торговли за определенный период времени, складывающееся под влиянием спроса и товарного предложения в конкретных условиях хозяйственной деятельности торговых организаций и предприятий.

При изучении торговой конъюнктуры обычно различают общую конъюнктуру и отдельных рынков или взаимосвязанных товаров, а также конъюнктуру региональных рынков (республики, экономических районов) в их взаимосвязи и обусловленности.

Конъюнктура торговли является необходимым составным элементом конъюнктуры рынка и несет в себе как общие, так и специфические черты, обусловленные особенностями спроса населения, формирования товарного предложения, выполняемых функций.

Основная цель изучения конъюнктуры торговли — установить, в какой мере деятельность торговых организаций влияет на состояние рынка, как должна развиваться торговля в ближайшем

будущем и какие меры следует принять, чтобы полнее удовлетворить спрос населения на товары и обеспечить выполнение плана товарооборота.

Положение, складывающееся на рынке в конкретный момент, можно определить как конъюнктуру текущего момента (или конъюнктурную ситуацию). Одну конъюнктурную ситуацию от другой отличают конъюнктурные колебания, порождающие те или иные тенденции в развитии отдельных элементов товарных рынков и, в свою очередь, порождаемые этими тенденциями. Конъюнктурная ситуация характеризуется особенностями развития розничного товарооборота в государственной торговле и потребительской кооперации, а так же в продаже отдельных видов товаров, в оптовой и розничной торговле и особенностями изменения товарных запасов.

Одним из основных условий эффективного изучения конъюнктуры торговли является наличие достоверной оперативной информации о состоянии спроса и предложения за конкретный период, факторах, обусловивших изменение объема, структуры спроса и предложения товаров. Все источники информации о состоянии конъюнктуры торговли можно разделить на внутренние и внешние.

Под *внутренними* понимаются собственные источники информации торговых предприятий и организаций, характеризующие:

- товарное обеспечение планов розничного товарооборота;
- условия закупки товаров;
- запасы товаров на розничных и оптовых предприятиях;
- выполнение плана товарооборота по видам оборота;
- изменение объемов покупательных фондов населения;
- внедрение прогрессивных методов продажи товаров;
- качество поступающих товаров;
- мероприятия по активизации торговли отдельными товарами;
- подготовку организаций к торговле товарами сезонного спроса;
- насыщенность товарами отдельных торговых организаций;
- планы и задания по розничному товарообороту на предстоящий квартал (период).

Внешняя информация — это представляющие интерес для изучения конъюнктуры торговли сведения, поступающие от других организаций в виде официальных форм отчетности, обзоров, справок.

Официальная статистическая отчетность и оперативные сведения организаций торговли не всегда позволяют в полной мере оценить состояние конъюнктуры торговли отдельными товарами. Для получения дополнительной информации применяются специальные выборочные наблюдения. Основными методами изучения торговой конъюнктуры являются:

- анализ торгово-экономической информации;
- изучение рынка с помощью специально организованных наблюдений (опросов населения, выборочных обследований и т.д.);
- анализ информации, полу
- чаемой от организаций торговли, а также отдельных корреспондентов в виде различных конъюнктурных материалов, докладов, сводок, справок по телеграфу и т.д.;
- непосредственное изучение конъюнктуры на розничных предприятиях торговли путем бесед с торговыми работниками и покупателями, наблюдений за ходом реализации и состоянием товарных запасов.

Различают следующие виды материалов, характеризующих конъюнктуру торговли:

- конъюнктурные обзоры – охватывают все стороны торговой конъюнктуры;
- конъюнктурные информации – освещают конъюнктуру торговли по ограниченному кругу вопросов;
- экспресс-информации – содержат отдельные цифровые материалы и факты, характеризующие конъюнктуру торговли отдельными товарами.

В обзорах освещаются следующие основные вопросы конъюнктуры:

- выполнение плана товарооборота отдельными организациями;
- состояние торговли продовольственными и непродовольственными товарами (по важнейшим группам);

- изменения в покупательском спросе на товары по сравнению с прошлым кварталом и аналогичным периодом прошлого года;
- отсутствие в продаже отдельных товаров и его причины;
- привлечение дополнительных источников для обеспечения плана товарооборота;
- поступление новых товаров, в том числе от местной промышленности;
- сокращение ассортимента товаров, пользующихся спросом (какие товары и какими поставщиками сняты с производства);
- качество поставляемых товаров, их маркировка и упаковка;
- тенденции изменения уровня товарных запасов;
- состояние общественного питания, общие тенденции, характеризующие развитие общественного питания в истекшем периоде;
- факторы, влияющие на выполнение плана товарооборота конъюнктуры на предстоящий прогнозный период.

Обзоры конъюнктуры торговли целесообразно составлять по четырем основным разделам:

- общая оценка конъюнктуры;
- характеристика торговли, в том числе продовольственными и непродовольственными товарами;
- проблемы развития товарооборота;
- оценка продажи основных товаров на ближайший период.

2.3. Покупательский спрос как форма проявления потребностей и фактор развития системы товарного обращения

В соответствии с основным концептуальным положением рыночной экономики производитель должен производить, а посредник продавать то, что требует покупатель, по ценам, которые являются приемлемыми для конечного потребителя. Потребности присущи человеку со дня его рождения. Они объективны и представляют собой движущую силу экономического, социального и духовного развития, критерий целесообразности использования природных богатств и других ресурсов. Потребности неиссякаемы, они находятся в постоянном развитии, причем удовлетворение одной потребности дает толчок к развитию другой. Процесс формирования новых потребностей непрерывен и называется законом возвышения потребностей.

Потребности являются связующим звеном между производством и потреблением и проявляются через конкретные (желаемые) образы материальных и духовных благ, способных их удовлетворять. Потребности, несмотря на их абстрактность, являются одновременно исходным моментом и результатом производства. Необходимость их удовлетворения требует от производителя постоянного поиска форм их удовлетворения, разработки новых товаров, способных решить эту задачу в конкретном периоде. Экономическая сущность диалектики развития потребностей характеризуется следующим образом.

1. Природа потребностей и их развитие определяются производственной деятельностью людей.

2. Виды потребностей и формы их удовлетворения определяются характером производственных отношений.

3. Содержание потребностей, формы удовлетворения, процесс развития отражают специфику переживаемого исторического момента.

4. Осознанное отношение к труду, его результатам проявляется через осознание необходимости удовлетворения потребностей

Удовлетворение потребностей осуществляется посредством предъявления покупательского спроса.

Спрос — платежеспособная потребность, которую предъявляет покупатель на рынке для реализации своих потребностей, т.е. потребность потребителя в товарах и услугах, ограниченная деньгами.

Особенностью проявления спроса является использование для покупок не только собственных но и заемных средств (продажа товаров в кредит, кредит на потребительские нужды). По степени удовлетворения спроса судят о степени удовлетворения потребностей. Спрос объективен, поскольку предъявляется на конкретные товары.

Выбор методов удовлетворения спроса зависит от его разновидностей. В зависимости от принципа классификации различают следующие виды спроса:

- от степени удовлетворения — реализованный (измеряется по показателю розничного товарооборота), неудовлетворенный, действительный, потенциальный;
- уровня проявления и управления (макро- и микроспрос);
- периодичности возникновения (повседневный, периодический, редкий, импульсивный, эпизодический);
- динамики развития интенсивности предъявления (формирующийся, возрастающий, стабильный, снижающийся);
- характера спроса — первичный (начальный), спрос на замену, дополнительный;
- объемов и того, кто предъявляет спрос (индивидуальный и совокупный);
- уровня подвижности (базовый, мобильный).

Спрос является носителем связи между потребностью и потреблением.

Процесс удовлетворения потребностей, спроса завершается потреблением товаров.

Потребление — использование средств производства и предметов потребления для удовлетворения производственных и личных потребностей. Реальное потребление товаров (товар оплачен, деньги поступили производителю и у него появилась возможность, не прерывая производственный процесс, закупить сырье, материалы и оборудование и приступить к изготовлению новых товаров) становится основой для организации их воспроизводства.

Объем, структуру и динамику спроса определяют следующие группы факторов.

1. Социальные (социальная структура общества, уровень развития культуры, мода, профессиональный состав населения, уровень безработицы).

2. Экономические (уровень развития экономики страны, региона, размер денежных доходов, уровень и динамика розничных цен, соотношение товарной и нетоварной форм потребления, степень обеспеченности покупателей товарами, величина налогов, культура торговли, уровень цен на коммунальные услуги).

3. Демографические (численность, половозрастной состав потребителей, размер и состав семьи, миграция населения).

4. Природно-климатические (специфика климата, национальные традиции, сезонность продаж).

5. Политические (меры по поддержке малоимущих потребителей, минимальный уровень заработной платы и прожиточного минимума, индексация доходов, международные кризисы, войны, политические конфликты).

6. Товарная политика (качество товаров, насыщенность рынка товарами, современная техника и технология производства, широта ассортимента, наличие товаров-заменителей, товаров-дополнителей).

7. Прочие факторы (потребительские ожидания, предпочтения потребителей, сегмент рынка, реклама).

Размер спроса конкретного сегмента рынка обусловлен численностью потребителей, объемом предъявленного спроса в натуральном измерении, ценой товара и рассчитывается по формуле

$$Q = (Чп * СВ * П) * Р,$$

где Q — спрос;

Чп, СВ — число покупателей на определенном сегменте рынка в определенное время, чел.;

П — среднедушевой объем покупок в натуральном измерении;

Р — цена, р.

Тенденции развития спроса на товары, позволяющие оценить степень использования покупательных фондов, характеризует нижеприведенная система понятий и показателей: фактическая емкость рынка; эластичность спроса; частота и ритмичность покупок; особенности сегмента рынка; стадии зрелости товарного рынка; динамика спроса; колебания объема спроса (продаж).

Степень удовлетворения спроса измеряется с помощью следующих показателей на макро- и мезоуровнях:

- коэффициента реализации действительного спроса населения (Крдс)

$$K_{PDC} = \frac{T}{ПФ + O_{д}}$$

где T – объем розничного товарооборота, р.;

$ПФ$ – покупательные фонды, р.;

$O_{д}$ – остаток денег на руках населения во вкладах, предназначенных на покупку товаров, р.

— индекса изменения коэффициента спроса реализации ($I_{КС}$) (действителен на микроуровне)

$$I_{КС} = \frac{K_{PDC1}}{K_{PDC0}}$$

— коэффициента охвата покупательных фондов населения товарооборотом ($K_{опф}$)

$$K_{опф} = \frac{T}{ПФ}$$

— путем сравнения темпов изменения среднедушевого потребления с темпами изменения спроса, денежных доходов и цен.

В условиях рыночной экономики важно не только ориентироваться на сложившийся спрос, но уметь управлять им, т.е. создавать такие предпосылки, которые вели бы не только к развитию спроса, но и побуждали потребителей активнее совершать покупки.

Важнейшим элементом системы управления спросом является организация прогнозирования спроса. Система прогнозирования спроса на товары народного потребления (ТНП) взаимодействует с системой показателей прогнозирования экономического развития страны, регионов, отраслей, организаций. Прогнозы потребительского спроса используются для разработки балансов спроса и предложения, стратегий развития организаций промышленности, сельского хозяйства, торговли, оптимизации методов государственного регулирования товарного обращения.

Для качественного прогнозирования общего объема и структуры потребительского спроса необходимо иметь следующую информацию: данные о динамике и прогнозах изменения численности, демографическом и половозрастном составе населения; об источниках образования доходов и направлениях их развития; материалы, характеризующие динамику развития производства; прогнозную информацию об уровнях цен; результаты анализа состояния товарных рынков и степени удовлетворения спроса на отдельные виды товаров; социальные нормативы; результаты выборочных обследований бюджетов семей; материалы опросов специалистов и потребителей.



Рис. 2.4 Этапы прогнозирования спроса

Основными источниками получения вышеназванной информации являются:

- балансы денежных доходов и расходов (методика по формированию годового баланса доходов и расходов населения утверждена Приказом Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 12.10.2008г. № 11);
- данные выборочных обследований бюджетов домашних хозяйств (проводятся организациями Министерства статистики и анализа);
- информация Министерства статистики и анализа о динамике цен на потребительские товары и услуги;
- статистические материалы о динамике розничного товарооборота (составляются организациями торговли и статистики);
- нормы рационального потребления основных продовольственных и непродовольственных товаров;
- материалы переписи населения;
- справочники, словари, результаты научных исследований, публикации в научных периодических изданиях;
- данные о выполнении кассовых планов банков;
- прогнозы развития экономики на текущую, среднесрочную и долгосрочную перспективу.

Процесс прогнозирования спроса включает в себя девять этапов (рис. 2.4).

Прогнозирование спроса идет от общего к частному:

- прогноз общего (совокупный объем спроса на товары и услуги) объема спроса;
- прогноз макроструктуры спроса (на продовольственные и непродовольственные товары);
- прогноз спроса на отдельные товары;
- прогноз микроспроса (спроса определенного сегмента рынка в размере ассортиментной структуры).

Прогнозирование общего объема покупательского спроса осуществляется с применением статистических, экономико-математических, методов логической связи.

Баланс денежных доходов и расходов населения разрабатывается на трехсмежный период и позволяет определить общий объем и структуру денежных доходов и расходов населения, рассчитать реальные и номинальные доходы, а также покупательную способность населения. Он характеризует объем и источники денежных расходов населения, а также размеры и структуру денежных доходов и сбережений населения. Баланс содержит доходную и расходную части и формируется в виде таблицы (табл. 2.3)

Годовой баланс денежных доходов и расходов населения

№ п/п	Наименование показателя	№ п/п	Наименование показателя
	Денежные доходы		Денежные расходы и сбережения
1	Оплата труда	1	Покупка товаров и оплата услуг
	в том числе:		в том числе:
1.1	фонд заработной платы	1.1	покупка товаров
1.2	оплата труда, полученная из-за границы	1.2	оплата услуг
2	Доходы работников от организаций, не учитываемые в составе фонда заработной платы	1.2.1	из них: услуг жилищно-коммунального хозяйства, включая услуги гостиниц
3	Доходы от предпринимательской и иной деятельности, приносящей доход	1.2.2	бытовые услуги
		1.2.3	услуги образования
		1.2.4	медицинские, санаторно-оздоровительные и туристско-экскурсионные услуги
		1.2.5	услуг культуры, физической культуры и спорта
		1.2.6	транспортные услуги
		1.2.7	услуги связи
		1.2.8	прочие платные услуги
		1.2.9	расходы граждан в личных поездках за границу
		3.1	из них: доходы индивидуальных предпринимателей от предпринимательской деятельности
3.2	доходы физических лиц от иной деятельности, приносящей доход	2.1	в том числе: налоги и сборы
4	Трансферты населению	2.2	взносы в Фонд социальной защиты населения
4.1	в том числе: социальные трансферты населению	2.3	профсоюзные взносы
		2.4	страховые взносы
		2.5	другие платежи
4.1.1	из них: пенсии и пособия	2.5.1	из них: взносы в общественные объединения
4.1.2	стипендии	2.5.2	проценты за пользование кредитами
4.2	другие трансферты населению	2.5.3	приобретение лотерейных билетов
4.2.1	из них: страховые выплаты	2.5.4	строительство жилья
4.2.2	выигрыши по лотереям	2.5.5	расходы граждан на возмещение затрат за пребывание в
4.2.3	прочие трансферты	2.5.6	

			медвытрезвителях
а	из них: возмещения расходов инвалидам	3	Изменение задолженности населения по кредитам
б	Великой отечественной войны	4	Сбережения
в	возмещение материального и морального вреда	4.1	в том числе: прирост вкладов в банках
г	выплаты льгот и компенсаций населению, пострадавшему в результате катастрофы на ЧАЭС	4.2	приобретение ценных бумаг
	выплаты на строительство жилья, реконструкцию или покупку жилья	4.3	сальдо покупки-продажи драгоценных металлов в виде слитков
5	Поступления от продажи продукции сельского хозяйства		
6	Доходы от собственности		
	в том числе:		
6.1	проценты по депозитам		
6.2	дивиденды		
6.3	прочие доходы от собственности		
	из них:		
6.3.1	доходы от использования (сдачи в наем) имущества, находящегося в собственности		
6.3.2	доходы от инвестиций, полученные из-за границы		
7	Прочие доходы		
	в том числе:		
7.1	сальдо полученных и отправленных населением		
7.2	денежных переводов		
	прочие поступления		
	из них:		
7.2.1	поступления от продажи товаров через магазины комиссионной торговли		
7.2.2	поступления от продажи лома черных и цветных металлов, макулатуры и прочего вторичного сырья		
8	Всего денежных доходов	5	Всего денежных расходов и сбережений
9	Превышение расходов над доходами	6	Превышение доходов над расходов
10	Баланс	7	Баланс

В доходной части баланса отражаются данные о поступлении денежных средств населения из разных источников, а в расходной — все расходы населения, связанные с покупкой товаров и оплатой услуг. Балансирующими статьями являются статьи "Превышение расходов над доходами" (в доходной части баланса) и "Превышение доходов над расходами" (в расходной части баланса), которые характеризуют собой уменьшение либо увеличение остатка наличных денег у населения, ввоза денег в данный регион (область, город) или вывод из него.

На основе баланса рассчитываются общий объем денежных доходов населения, общий объем располагаемых доходов населения (денежные доходы за вычетом обязательных платежей и взносов), реальные денежные доходы населения (денежные доходы, скорректированные на индекс

потребительских цен), денежные расходы и сбережения населения.

Прогноз баланса денежных доходов и расходов населения разрабатывается в следующей последовательности:

1) определяется общая сумма доходов с учетом изменений в прогнозируемом периоде.

2) рассчитываются обязательные платежи и нетоварные расходы.

3) исчисляются объемы денежных средств, которые будут направлены на покупку товаров (покупательные фонды). Покупательные фонды (ПФ) — часть денежных доходов, предназначенных для покупки товаров и оплаты услуг. Их величина определяется как разность между суммой денежных доходов и нетоварных расходов.

4) определяется сумма расходов по статье «Покупка товаров» с прогнозированием объемов продаж, с учетом покупательных фондов и степени охвата ими розничного товарооборота. Объем средств, которые могут быть направлены на покупку товаров населением, представляют собой сумму покупательных фондов и сумму превышения доходов (расходов) над расходами (доходами) (П д/р):

$$ПТн = ПФ \pm П \text{ д/р.}$$

5) определяется размер превышения доходов (расходов) над расходами (доходами) как разность между общей суммой доходов и расходов. Знак "+" означает превышение доходов, знак "—" — превышение расходов.

По данным баланса доходов и расходов населения рассчитывается емкость рынка (возможный объем реализации товаров), которая складывается из трех элементов — покупок товаров местным населением (ПТн), покупок товаров приезжим населением (инорайонный спрос) (ИС), покупок товаров организациями и учреждениями социальной сферы (ТУС):

$$E_p = ПТн \pm ИС + ТУС;$$

$$ИС = T - ПФ \pm C - ТУС$$

$$ИС = T - (Тдс * Ч) - ТУС,$$

где T - розничный товарооборот;

"±" — сальдо между ввозом и вывозом;

ТУС — продажа товаров учреждениям социальной сферы;

Тдс — товарооборот;

Ч — численность покупателей.

Для прогнозирования макроструктуры спроса используют данные о тенденциях развития макроэкономических параметров, продаж продовольственных и непродовольственных товаров (реализованный спрос), динамике денежных доходов, материалы выборочного обследования домашних хозяйств. Прогнозирование осуществляется с использованием методов экстраполяции, экономико-математических методов, экспертных оценок, коэффициента эластичности спроса на продовольственные (непродовольственные) товары от общего объема спроса.

Экстраполяция — метод определения будущих, ожидаемых значений экономических величин, показателей на основе имеющихся данных об их изменении в прошлые годы.

Метод экспертных оценок — метод количественных и качественных оценок процессов, явлений, показателей, производимых экспертами на основе их суждений, опыта.

Среди *экономико-математических методов* для прогнозирования спроса в случае устойчивой тенденции его изменения на продукты питания в большей степени подходит формула линейной связи

$$y = a + bt,$$

или

$$y = a + bx \text{ (однофакторная модель),}$$

где y — объем спроса на продовольственные (непродовольственные!) товары;

a и b — параметры уравнения;

t — временной фактор, порядковый номер года;

x — важнейший фактор, определяющий объем спроса;

для непродовольственных товаров степенная функция

$$Y = ax^b,$$

где x — общий объем спроса (размер покупательных фондов).

Более точные результаты исследователи получают при применении многофакторной экономико-математической модели типа

$$Y = a_0 + a_1x_1 + \dots + a_nx_n,$$

где Y — объем прогнозируемого спроса по группе товаров;

a_0, a_1, \dots, a_n - параметры уравнения;

x_1, x_2 — факторы, формирующие спрос.

При прогнозировании спроса на отдельные товары (эта работа проводится, как правило, на уровне торговой организации), выбирают один или комплекс методов на основе графического исследования формы зависимости результата (y) от факторов (x).

К методам прогнозирования микроструктуры спроса относят следующие:

- *логико-экономический* — метод сопоставлений (аналогий), базируется на опыте развития данного процесса и используется чтобы описать, что будет в будущем при подобных обстоятельствах; экспертных оценок, опросов (целью проведения опросов является изучение структуры неудовлетворенного спроса, отношений покупателя к товару, уровню торгового обслуживания, причин отказа от покупок, намерений и поведения);
- *нормативный*, применяется в тех случаях, когда отдельные характеристики или конечное состояние прогнозируемого объекта задается в виде нормы или твердо сформулированной цели, которую намечено достигнуть в определенный момент в будущем. В его основе лежат перспективные нормы рационального потребления, (продовольственные товары) или рекомендуемые нормативы рациональной обеспеченности населения непродовольственными товарами.

Расчет спроса с применением нормативного метода проводится по формуле

$$Q_{ni} = T_0 * I_n^k * \sqrt[n]{\left(\frac{H_n}{\Phi_{no}}\right)^k}$$

или

$$Q_{ni} = T_{\phi} * I_n^k * K_c$$

где Q_{ni} – прогнозируемый спрос i -того товара, натур. ед. измерения;

T_0 – объем продаж в базисном периоде, кг.шт.;

I_n^k - индекс изменения численности потребителей, чел.;

H_n – научно-обоснованная норма потребления в расчете на душу населения, кг.шт.;

Φ_{no} – фактическое среднедушевое потребление в базисном году, кг. шт.;

n – количество лет от базисного до прогнозируемого года;

p – количество лет, необходимое для достижения нормы потребления;

K_c – коэффициент сближения среднедушевого потребления с рациональной нормой, в среднем за год в магазине, обслуживающем определенный сегмент рынка (доли единиц).

Экономико-статистические методы используются для количественной оценки влияния факторов на спрос и для изучения динамики спроса, прогнозирования спроса.

В данную группу входят следующие:

1. Метод прогнозирования спроса на основе коэффициента эластичности спроса от доходов (методика расчета коэффициента представлена в первом параграфе данной главы). Техника расчета с использованием данного метода описывается следующими формулами:

$$K_{эл} = \frac{\Delta Q}{Q_0} \div \frac{\Delta D}{D_0}$$

$$K_{сп} = T_{qq} * K_{эл}$$

$$Q_n = \Phi_{по} * K_{cn} * I_n^k * \overline{P}_n$$

где Q – объем спроса в натуральном исчислении в расчете на душу населения;

D – среднедушевые денежные доходы;

$K_{сп}$ – коэффициент изменения роста (снижения) спроса для прогнозируемого периода;

T_{qq} – темп изменения роста (снижения) денежных доходов населения обслуживаемого сегмента рынка для прогнозируемого периода, выраженный в коэффициенте (темп роста в % / 100);

$K_{эл}$ – коэффициент эластичности спроса от денежных доходов;

\overline{P}_n – средняя розничная цена единицы для прогнозируемого периода, р.

2. Метод прогнозирования спроса на основе коэффициента эластичности спроса (покупательных фондов) на товар от совокупного объема реализованного спроса.

Технология расчета имеет следующий вид:

$$K_{эл} = \frac{J_{Тн} - 1}{J_{ПФ} - 1}$$

где $J_{Тн}$ — индекс изменения розничного товарооборота по товару n ;

$J_{ПФ}$ — индекс изменения покупательных фондов (совокупного объема спроса);

$$K_{сн} = J_{ПФн} * K_{эл}^n$$

$$Q_n = \Phi_{ПО} * K_c^n * П_{кн}$$

где $П_{кн}$ — поправочный коэффициент на размер неудовлетворенного спроса.

При применении *метода структурных моделей спроса* используют данные, полученные в ходе выборочного обследования домашних хозяйств.

Обследование расходов и доходов домашних хозяйств в Республике Беларусь проводится выборочным методом Министерством статистики и анализа, который позволяет распространить данные, полученные по выборочной совокупности на всю генеральную совокупность т.е. на все семьи, проживающие в республике. Обследованием охвачено около шести тысяч семей. Семьи, попавшие в выборочную совокупность, ведут дневниковые записи о ежедневных расходах с детальным описанием каждого приобретенного товара, места покупки и стоимости, ежедневном потреблении продуктов питания, произведенных в личном подсобном хозяйстве или полученных в подарок, и полученных в течение исследуемого периода доходах с расшифровкой их источников.

На основании такого учета выявляется: структура доходов и расходов семей, структура потребительских доходов и расходов семей в зависимости от типа населенного пункта, размера, состава семьи, числа работающих. Полученная информация используется для принятия управленческих решений на разных уровнях управления и при прогнозировании показателей развития потребительского рынка.

Методические рекомендации для прогнозирования спроса методом структурных моделей спроса (метода описания качественных изменений спроса в будущем). Суть метода заключена в зависимости от перемещения части населения низших групп доходности в более высокие. Как известно, такое перемещение сопровождается изменением структуры потребления первых в направлении приближения ко вторым (закон Энгеля).

Процедура структурного моделирования включает в себя три этапа.

1. Выявление тенденций формирования потребительских расходов в зависимости от размера денежных доходов.
2. Обоснование возможных перемещений населения в будущем из низшей группы доходности в более высокие.
3. Оценка прогнозной структуры потребительского спроса в разрезе экономических групп и в целом по всем группам населения.

Экономико-математическое моделирование основано на применении трендовых и регрессионных моделей.

Трендовые модели - это уравнение, формализующее закономерности развития спроса в отчетном периоде, их использование построено по принципу экстраполяции текущих тенденций развития в будущее.

Прогнозирование спроса с использованием трендовых моделей имеет вид:

$$\overline{y}_t = a + b * t,$$

где \bar{y}_t - выровненное среднегодовое потребление товаров;

t - порядковый номер года;

a, b – параметры уравнения.

Регрессионные модели - способ математического описания зависимости спроса от факторов, его определяющих.

Экономико-математическое моделирование возможно с использованием моделей следующих типов:

- линейная временная модель $y = a + b \cdot t$
парабола $y = b \cdot t + c \cdot t^2$
экспонента $y = e \cdot a + b \cdot t$
логарифмическая $I_{qy} = I_{qa} + bI_{qx}$
- многофакторная модель множественной регрессии
$$y = a_0 + a_1 \cdot x_1 + \dots + a_n \cdot x_n$$

где y – прогнозная величина спроса;

a_0, a_1, a_n – параметры уравнения;

x_1, x_n – факторы, определяющие спрос.

В методическом плане выделяют четыре этапа анализа и прогнозирования спроса с помощью экономико-математических методов:

- логический (на данном этапе в первом приближении отбираются существенные факторы, определяющие спрос, затем на основе группировок ранжирования динамических рядов выявляются общие тенденции развития спроса и направление связи между исследуемыми признаками);
- математико-статистический (измеряется сила взаимосвязи между результатом и факторами, для чего можно рассчитать коэффициент вариации V, среднее квадратическое отклонение σ , коэффициенты парной и множественной корреляции R, коэффициент эластичности $K_{эл}$);
- графический (с этой целью числовые значения факторного признака x откладываются на оси абсцисс, значения результатов признака y – на оси ординат, затем соединяют их линией, по форме которой выбирается тип уравнения связи (уравнение прямой, параболы, степенная функция);
- этап прогнозирования и определения достоверности полученных результатов (надежность используемой модели проверяется по показателям средней относительной ошибки, аппроксимации, доверительный интервал прогноза и др.).

При применении метода экономико-математического моделирования следует иметь в виду, что динамический ряд показателей должен быть в 1,5 -2 раза больше прогнозного. Критерием эффективности прогнозирования спроса при помощи любого метода является рост потребления ресурса в расчете на душу населения.

2.4. Предложение товаров и услуг - материальная основа развития товарооборота и источник удовлетворения спроса

Товарное предложение, как и потребительский спрос, представляет собой экономическую категорию и важнейший элемент рынка. Оно является материальной основой удовлетворения потребностей и характеризует собой количество и качество товаров, предназначенных к реализации. Однако спрос и предложение различаются по сущности и приоритетности. Спрос потребителей в условиях рыночной экономики должен играть определяющую роль, а структура товарного предложения формируется исходя из структуры предпочтений и возможностей потребителя. Но это не означает, что производитель не может предлагать покупателю новшеств. Важно не только удовлетворить, но и сформировать спрос. По своей природе спрос является одновременно и социально-экономической, и психологической категорией, а товарное предложение — организационно-экономической, что вызывает различия в методах оценки объемов и способов регулирования. Для регулирования спроса чаще всего применяются косвенные методы регулирования, а для товарного предложения — прямые. Товарное предложение за определенный период измеряется в натуральной, стоимостной и относительной (в днях оборота) формах, величиной поступления товаров на рынок из всех источников, включая товарный запас.

Товарные ресурсы — вся масса товаров, имеющаяся в распоряжении государства и субъектов хозяйствования на определенный период. Существуют три главных источника формирования

товарных ресурсов: производство, ввоз товаров из-за пределов страны, поступление продуктов из домашних хозяйств. Источники формирования товарных ресурсов могут быть различными в разные периоды, но основными каналами поступления товаров на рынок остаются отечественное промышленное производство, аграрный сектор и импорт.

В условиях, когда процесс формирования рыночных отношений не завершен, государство сохраняет за собой функцию сбалансирования спроса и предложения путем их прогнозирования и управления ими.

Механизм формирования товарного предложения с 1990-х гг. находится под воздействием двух разнонаправленных тенденций. С одной стороны, на потребительском рынке появились первые симптомы свободных экономических отношений, с другой стороны, в условиях дефицита многих ресурсов — финансовых, энергетических, сырьевых — государство вынуждено сохранять контроль за важнейшими приоритетами в социально-экономической структуре потребительского рынка.

С 1998 г. в качестве одной из мер стабилизации товарного предложения на потребительском рынке Республики Беларусь введена система квотирования товаров, подлежащих поставке на внутренний рынок. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2000 г. № 480 был утвержден «Порядок установления квот на товары, предназначенные для реализации населению республики». Перечень квотируемых товаров по мере повышения уровня сбалансированности спроса и предложения постоянно сокращается.

Система управления товарными ресурсами позволяет решить следующие задачи:

1. Оптимизация объема структуры товарного предложения на внутреннем рынке.
2. Координация деятельности промышленных предприятий, выпускающих товары народного потребления, управление товарным ассортиментом.
3. Оперативное маневрирование товарными ресурсами в зависимости от конъюнктуры рынка в Республике Беларусь и внутри отдельного региона.
4. Совершенствование хозяйственных и экономических связей между торговлей и промышленностью.
5. Создание реальных стимулов для товаропроизводителей отечественного производства и защита внутреннего рынка от импортной экспансии.
6. Оживление товарооборота между городом и деревней.
7. Стимулирование торгово-закупочной деятельности.

Объем товарных ресурсов потребительских товаров и степень их соответствия спросу зависят от следующих факторов: условий производства; способностей и возможностей производителя к адаптации к постоянно изменяющимся требованиям рынка; широты ассортимента; качества товаров; жизненного цикла товара; динамики цен на реализуемые товары; себестоимости производства; количества товаропроизводителей; развитости сферы товарного обращения; степени и форм государственного регулирования рынка товарных ресурсов; уровня развития рыночной инфраструктуры; емкости рынка и др.

Прогнозируемое предложение потребительских товаров — это расчеты объема ресурсов, прогнозируемых к продаже (включая все операции по обмену на внутреннем и внешнем рынках, в том числе бартерные операции), или объема продукции, которую хотел бы продать продавец по желательным для него ценам.

Прогноз предприятием-производителем спроса на выпускаемую продукцию предполагает:

- анализ тенденций изменения доли фирмы (организации) на общем рынке;
- оценку рыночной стратегии конкурентов и перспектив освоения новых видов изделий;
- анализ рыночной стратегии фирмы и качества продукции;
- анализ жизненного цикла товаров;
- анализ реакции потребителя на появление новых товаров;
- прогноз спроса на продукцию фирмы.

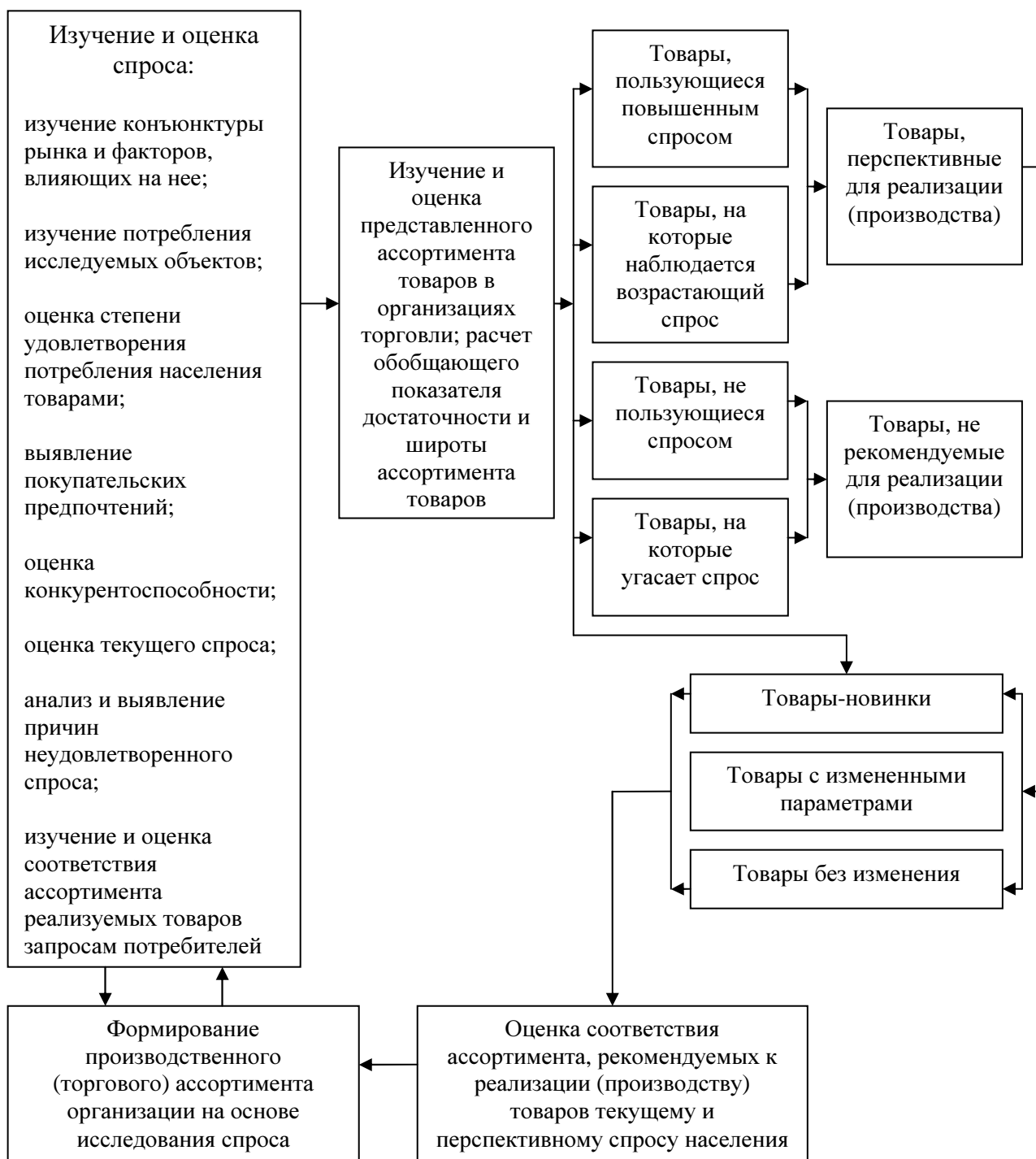


Рис. 2.5 Формирование ассортимента товаров на основе изучения и прогнозирования спроса

Для производителя главным является завоевание доверия потребителей. Среди возможных стратегий поведения предприятия по производству продукции и развитию своей товарной ассортиментной политики выделяют следующие направления:

- достижение внешнего отличия товаров от товаров конкурентов;
- выход на рынок с новым товаром;
- разработка «пионерного» товара, который будет лидером на ближайшие годы, что обеспечит превосходство над конкурентами.

Основой формирования ресурсного потенциала рынка в Республике Беларусь является наращивание местного производства, сокращение импорта и реализация программы импортозамещения, снижение себестоимости продукции на основе использования новых технологий.

Основными методами прогнозирования, используемыми на всех этапах управления

товарными ресурсами, являются: балансовый, программно-целевой, статистические, экономико-математические, метод матричных моделей.

Прогнозные балансы образования и использования ресурсов разрабатываются поквартально на трехсезонный период совместно промышленными министерствами и ведомствами, Министерством торговли, управлениями торговли и потребительского рынка облисполкомов (Мингорисполкома) по методикам формирования балансов продовольственных ресурсов отдельных видов сельскохозяйственной продукции (документ вступил в действие на основе приказа Министерства статистики и анализа Республики Беларусь № 186 от 23. 08.2006г.) и методикой разработки балансов ресурсов и с использованием важнейших видов продукции производственно-технического назначения и потребительский товаров, утвержденной приказом Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 13.04.2005г. № 81

Структура статей баланса отражает специфику формирования и использования товарных ресурсов по конкретной товарной группе согласно методике (табл. 2.4 и 2.5) .

Таблица 2.4. Баланс ресурсов и использования отдельных видов сельскохозяйственной продукции

Наименование статей	Номер строки	Количество, тыс. тонн
I. Ресурсы		
Запасы продукции на начало года – всего (сумма стр. с 02 по 05)	01	
в том числе:		
- в сельскохозяйственных и других организациях	02	
- у населения и в крестьянских (крестьянских) хозяйствах	03	
- в организациях, осуществляющих переработку соответствующих видов сельскохозяйственной продукции	04	
- в организациях, осуществляющих деятельность в оптовой, розничной торговле и общественном питании	05	
Производство продукции (валовой сбор)	06	
Импорт продукции	07	
Итого ресурсов		
II. Использование		
Производственное потребление продукции - всего (сумма стр. 10, 11)	09	
в том числе:		
- на кормовые цели (корм скоту, птице, зверям и т.д.), на семена и др.	10	
- промышленная переработка на непищевые цели	11	
Потери продукции - всего (сумма стр. с 13 по 16)	12	
в том числе:		
- в сельскохозяйственных и других организациях	13	
- у населения и в крестьянских (фермерских) хозяйствах (при хранении)	14	
- в организациях, осуществляющих переработку соответствующих видов сельскохозяйственной продукции	15	
- в организациях, осуществляющих деятельность в оптовой, розничной торговле и общественном питании	16	
Экспорт продукции	17	
Запасы продукции на конец года - всего (сумма стр. с 19 по 22)	18	
в том числе:		
- в сельскохозяйственных и других организациях	19	
- у населения и в крестьянских (фермерских) хозяйствах (при хранении)	20	

- в организациях, осуществляющих переработку соответствующих видов сельскохозяйственной продукции	21	
- в организациях, осуществляющих деятельность в оптовой, розничной торговле и общественном питании	22	
Фонд личного потребления продукции (стр. 08 за минусом стр. 9, 12, 17,18)	23	

Таблица 2.5. Баланс ресурсов и использования продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров

Наименование статей	Номер строки	
Запасы на начало года	01	у организаций-производителей; у организаций-потребителей в оптовой торговле, в розничной торговле; у организаций сельского хозяйства
Производство	02	у организаций-производителей
Импорт	03	данные статистики внешней торговли
Ресурсы	04	- сумма стр. 01, 02, 03
Потреблено в республике	05	стр. 04 – стр. 06 – стр. 07
Экспорт	06	данные статистики внешней торговли
Запасы на конец года	07	у организаций-производителей; у организаций-потребителей в оптовой торговле, в розничной торговле; у организаций сельского хозяйства

Одной из важнейших задач прогнозирования товарных ресурсов является равномерное в течение года удовлетворение потребностей населения в соответствующих товарах, а также ритмичность обеспечения сырьем промышленных предприятий. В этих целях предусматривается прогнозирование переходящих страховых запасов и соответствующих фондов, государственных резервов. Такие фонды, резервы и запасы обеспечивают потребности, независимо от сезонности производства, стихийных бедствий и неурожая. Они также имеют и стратегическое значение.

В целях наиболее точного прогнозирования объемов производства целесообразно учесть:

- желательный объем производства продукции, при котором достигается наибольшая рентабельность имеющегося в его распоряжении капитала;
- желательный уровень цен на производимую им продукцию, при которой удалось бы увеличить объем продаж и обеспечить прибыльность;
- минимальный объем продаж (производства) продукции, против которого дальнейшее снижение производства становится убыточным и ведет к сокращению рабочих мест, перепрофилированию и т.д.;
- минимальную цену продаж, против уровня которой дальнейшее снижение цен не покрывает издержек производства.

Для оценки состояния потребительского рынка, рынка товарных ресурсов используются следующие экономические характеристики: емкость, конъюнктура и доля рынка.

В зависимости от масштабов рынка различают:

- общую емкость рынка страны;
- емкость рынка региона (области, города);
- емкость рынка какой-либо группы товаров;
- емкость рынка организации, компании, фирмы.

Емкость рынка — объем реализуемой потребителям продукции в течение определенного отрезка времени, которая рассчитывается по формуле

$$E_p = П + 3-Э + И + ДЗ-КЭ + КИ,$$

где П — объем производства;

3 — запасы продукции на складе предприятия и у посредников;

Э — объем экспорта;

И — объем импорта;

ДЗ — снижение или увеличение запасов продукции на предприятии у посредников;

КЭ — объем косвенного экспорта;

КИ — объем косвенного импорта.

Как оценочная категория, емкость рынка дополняется рядом показателей: реальной емкостью рынка, потенциальной емкостью рынка, парком товаров.

Реальная емкость рынка (E_p) — реальный объем продаж на рынке при существующих ограничениях.

Потенциальная емкость рынка (E_p) — теоретически максимальный объем продаж при наиболее благоприятной конъюнктуре рынка. Основная идея — каждый потребитель потребляет максимально возможное количество товара. В реальности такой, объем никогда не достигим.

Парк товара (П) — показатель, используемый в отношении товаров длительного пользования и подразумевающий момент во владении потребителей.

Емкость рынка региона определяются тремя составляющими элементами

$$E_p = ПТ_{МН} + ИС + П_{ТС}$$

где $ПТ_{МН}$ — продажа товаров местному населению региона;

ИС — инорайонный спрос;

$П_{ТС}$ — продажа товаров организациям социальной сферы.

Определение емкости рынка города, сегмента на основе коэффициентов корректировки объемов продаж на изменение условий его развития.

Для реализации данного подхода необходимо с большой точностью знать реальный объем реализации интересующей продукции на одном из региональных рынков и основные факторы, определяющие продажи.

Формула для расчета имеет следующий вид:

$$E_p = E_0 * K_1 * K_2 * K_3 \dots K_i$$

где E_0 — известная емкость базового рынка;

K_1 — коэффициент при ведении численности населения, рассчитываемый как частное от деления численности населения региона на численность населения го рода;

K_2 — коэффициент приведения средней заработной платы, рассчитываемый как частное от деления средней заработной платы, выплачиваемой в регионе, на среднюю заработную плату в городе;

K_3 - коэффициент урбанизации, рассчитываемый как доля городов с численностью населения 300 тыс. чел. и более.

Для определения емкости рынка отдельных товаров используются следующие методы.

Метод, основанный на расчете частоты покупок потребителями и стандартных норм расходования товара. Он используется для потребительских быстрорасходуемых товаров, приобретаемых систематически. Информационной базой для расчетов, помимо количества потенциальных потребителей и доли реальных потребителей данного товара, является объем потребления при одном обращении к данному товару (C) — стандартная разовая норма потребления и частота использования товара в месяц (T_i).

Расчет производится по формуле

$$E_p = 12 * \sum C_i^n * D_i^n * H * КП_i; \quad i = 1, \dots, r$$

где C_i^n — общее количество потенциальных пользователей товара в каждой выделенной группе;

D_i^n — доля реальных покупателей среди инициальных пользователей;

H — норма потребления; K

$КП_i$ — количество покупок в месяц.

Расчет емкости рынка на основе норм потребления

$$E_p = N - Ч_{\text{общ}},$$

где $Ч_{\text{общ}}$ — общая численность населения.

Исходя из реальности увеличения объемов потребления, расширения ассортимента продукции, можно рассчитать темп возможного увеличения рынка. Определяется как частное от деления величины реальной емкости рынка за текущий период на величину реальной емкости рынка за прошлый период.

Емкость рынка по отдельному товару на основе тенденций развития реализованного спроса определяется следующим образом:

$$E_p = K * T,$$

где E_p — емкость рынка исследуемого товара;

K — количество потребителей данного товара на данном рынке;

T — количество данного или аналогичного товара, потребляемого одним потребителем в год.

Долю рынка (D_p), принадлежащую исследуемому товару, можно рассчитать путем деления объема продаж исследуемого товара к потенциальной емкости рынка ($E_{\text{рп}}$)

$$D_{\text{рп}} = \frac{\text{Объем продаж товара (в единицах или сумме)}}{\text{Потенциальная емкость рынка}}$$

В условиях насыщенного товарного рынка его емкость находится в прямой зависимости от объемов спроса потребителей и в обратной от уровня цен на товары. Рост спроса расширяет емкость рынка, а рост цен сужает.

$$\Delta E_{\text{рц}} = \frac{E_p}{I_c} - E_p$$

где $\Delta E_{\text{рц}}$ — изменение емкости рынка под воздействием цен;

E_p — емкость рынка за исследуемый период;

I_c — индекс цен.

Материальную основу розничного товарооборота составляет масса товаров, направляемых для реализации населению, поэтому расчет товарного обеспечения имеет первостепенное значение для разработки экономически обоснованного плана розничного товарооборота.

Потребность торговли в товарных ресурсах для обеспечения планового задания по розничному товарообороту складывается из следующих элементов:

- необходимого объема продаж товаров конкретному потребителю ($T_{\text{кп}}$);
- предлагаемого объема реализации товаров организациям и учреждениям социальной сферы (T_c);
- необходимого прироста или снижения товарных запасов до установленных нормативов ($\pm \Delta T_3$);
- потери от уценки ($Y_{\text{ц}}$);
- возмещения потерь в пределах естественной убыли ($E_{\text{уб}}$) и выражается формулой

$$\Pi = T_{\text{кп}} + T_c \pm \Delta T_3 + E_{\text{уб}} + Y_{\text{ц}} \pm \Delta C_{\text{п}}$$

Товарное обеспечение планового задания по розничному товарообороту формируется на основе данных об объемах товарных ресурсов, рыночных фондах, информации о закупках товаров и заключенных хозяйственных договорах на поставку товаров.

Процесс формирования товарного обеспечения включает следующее:

1. Изучение товарного рынка и рынка закупок и источников формирования товарных ресурсов (рис. 2.6).
2. Анализ источников закупки товарных ресурсов.
3. Планирование объема и структуры закупок.
4. Выбор источников закупок товарных ресурсов.
5. Согласование условий закупки товаров.
6. Контроль за выполнением планов закупок.

Этот процесс представлен на рис. 2.6.

Объем розничного товарооборота (T) находится в прямой зависимости от объема и структуры поступления товаров (Π), изменения величины запасов товаров (Z_n — на начало, Z_k — на конец периода) и прочего выбытия (B). Между перечисленными выше величинами имеется определенная балансовая связь. Она выражается формулой товарного баланса

$$Z_n + \Pi = T + B + Z_k.$$

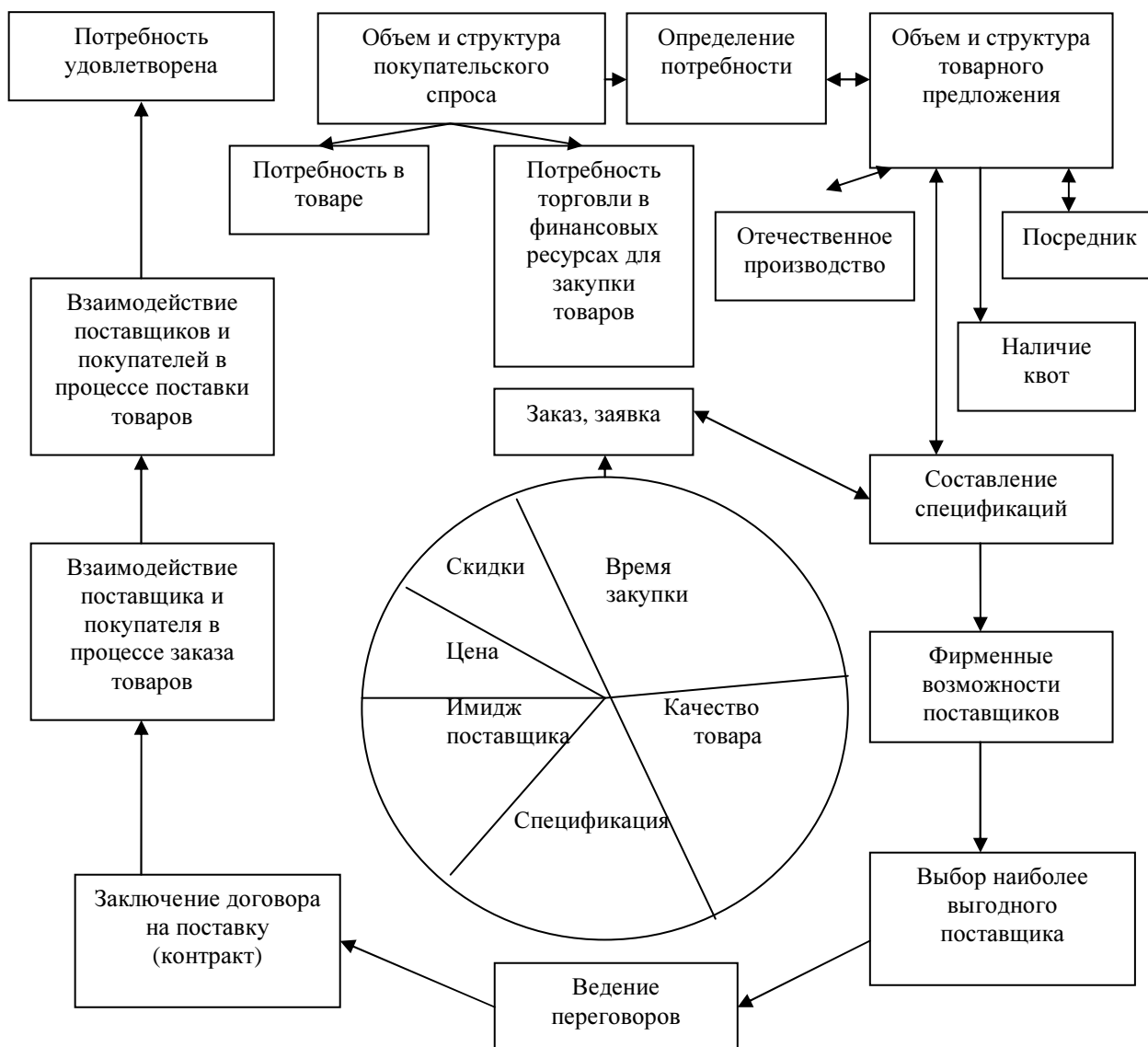


Рис. 2.6. Процесс закупки товарных ресурсов у поставщика

Используя формулу товарного баланса, можно определить величину каждого слагаемого.

Влияние на объем товарооборота факторов внешней среды рассчитывается с помощью метода цепных подстановок.

Для оценки влияния факторов, связанных с покупательными фондами можно воспользоваться следующей формулой:

$$T = Ч * ПФ_{CP} * ОХВ / 100 = Ч * (ПФ / Ч) * (Т / ПФ_{CP}) * 100$$

где Ч — численность обслуживаемого населения;

ПФ_{CP} — покупательные фонды населения (в среднем на одного человека);

ОХВ — процент охвата товарооборота покупательными фондами;

Т — товароборот.

Влияние на товароборот изменения численности обслуживаемого населения рассчитывается по формуле

$$T_{1} = Ч_{1} * ПФ_{CP0} * ОХВ_{0} / 100 - Ч_{0} * ПФ_{CP0} * ОХВ_{0} / 100$$

где 1 — показатель отчетного года;

0 — показатель балансового года;

Влияние на товароборот покупательных фондов, приходящихся на одного человека, определяется следующим образом:

$$T_{ПФ} = Ч_{1} * ПФ_{CP1} * ОХВ_{0} / 100 - Ч_{1} * ПФ_{CP0} * ОХВ_{0} / 100$$

Процесс управления товарными ресурсами торговой организации включает в себя следующие этапы:

1. Исследование потребительского рынка, конъюнктуры сегмента рынка.
2. Изучение потребительского спроса сегмента рынка.
3. Исследование возможностей приобретения товаров:
 - а) по прямым хозяйственным связям;
 - б) через оптовые организации;
 - в) импорт;
 - г) у индивидуальных производителей.
4. Управление товарными запасами.
5. Определение мер по оптимизации спроса и предложения.
6. Оценка возможного использования цен для повышения реализации и прибыли.

Эффективность использования товарных ресурсов ($\mathcal{E}_{\text{тов}}$) определяется с помощью формулы

$$\mathcal{E}_{\text{тов}} = \frac{P}{Z_n + \Pi + Z_k}$$

Этот коэффициент характеризует объем товарооборота, приходящийся на 1 р. товарных ресурсов, его рост свидетельствует о росте эффективности использованных закупленных ресурсов.

III. УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРООБОРОТОМ

Тема 3. Товарооборот организаций торговли

3.1. Товарооборот – количественный показатель состояния рынка потребительских товаров и результат деятельности организации

Стратегической целью экономики Республики Беларусь является создание цивилизованных условий для развития отечественных субъектов, что в конечном итоге приведет к повышению конкурентоспособности всей страны. Ориентир на собственные силы и ресурсы при разумном привлечении иностранных инвестиций для решения национальных задач требует разработки и проведения целенаправленной работы по подготовке бизнеса к новым условиям.

Бизнес – это совокупность отношений между всеми участниками, образующими команду единомышленников с целью получения дохода, прибыли, развития хозяйствующего субъекта. Участниками бизнеса выступают коллективы и индивидуальные предприниматели, индивидуальные и коллективные потребители, работники, осуществляющие трудовую деятельность по найму или иной основе, государственные органы, учреждения и организации. Бизнес наделен четырьмя свойствами: целесообразность, целостность, противоречивость, активность. В соответствии с сутью рыночной экономики ориентированной на развитие бизнеса, субъекты хозяйствования (товаропроизводители, торговля) должны так организовать деятельность, чтобы продукты их труда были признаны обществом и реализованы конечному потребителю. Любая хозяйствующая организация заинтересована в эффективном продвижении своей продукции или услуг. Термин «продвижение» в первую очередь понимается как осуществление процесса продаж. Объем реализованной продукции измеряется показателем – выручка от реализации товаров, который по своей сути представляет товарооборот.

В экономике существует три взаимосвязанных между собой сферы движения материальных ресурсов: сфера товарного производства, сфера товарного обращения, сфера потребления товаров и услуг, которые и стали объектом деятельности торговли, причем вторая и третья сферы представляют собой основу рынка потребительских товаров.

Функции участников рынка потребительских товаров сводятся к следующим: товаропроизводитель продает товары, чтобы возобновить производство и покупает товары для того, чтобы их потребить; оптовый посредник (оптовый и розничный) покупает товары, чтобы их

продавать, а продает для того, чтобы снова купить товары. Для него товарные операции являются основным видом деятельности, поскольку он не является производителем товаров, которые он продает, ни потребителем товаров, которые он продвигает из сферы производства в сферу потребления товаров, отсюда следует, что подлинным объектом деятельности торговли являются потребности человека и общества, а непосредственной целью - обеспечение роста товарооборота и прибыли, достаточных для экономического развития торговой отрасли и торговых организаций.

Товарооборот как экономическая категория характеризует собой результат экономических отношений, складывающихся между субъектами хозяйствования по поводу обмена денежных средств на товары и услуги. Как показатель деятельности торговых организаций представляет собой объем продажи товаров и услуг в денежном выражении за определенный период времени.

Товарооборот одновременно характеризуется наличием двух признаков: товара как объекта продажи и продажи как формы движения товара от производителя к потребителю.

Показатель товарооборота характеризует собой результат социально-экономического развития страны и торговой организации.

На уровне государства объем и структура товарооборота характеризуют собой состояние потребительского рынка, эффективность работы субъектов хозяйствования (на всех этапах товародвижения), уровень материализации покупательных фондов населения, состояние денежного оборота, платежной дисциплины, индикатор уровня и качества жизни населения, степень участия торговли в формировании доходов государственного бюджета, укреплении национальной денежной единицы.

Как результат деятельности торговой организации он показывает, насколько правильно организована продажа товаров, эффективно использован торговый потенциал, наличие экономических предпосылок для получения необходимого объема дохода, развития ресурсного потенциала, степень удовлетворения платежеспособного спроса покупателей конкретного сегмента рынка. От объема товарооборота зависят платежеспособность, ликвидность, финансовая устойчивость, уровень благосостояния торговых работников, возможности для дальнейшего развития, повышения имиджа, конкурентоспособности торговой организации.

Товарооборот учитывается по региону, отрасли, народному хозяйству.

В зависимости от специфики операции купли-продажи товаров выделяют следующие виды товарооборота:

валовой товарооборот – сумма продаж при многозвенном товародвижении;

чистый товарооборот – освобожденный от повторного счета;

оптовый товарооборот – продажа товаров на оптовом рынке;

розничный товарооборот – продажа товаров населению;

внешнеторговый товарооборот – продажа товаров на экспорт и покупка импортных товаров;

товарооборот по биржевому рынку – объем продаж товаров на товарной бирже.

Важнейшим показателем, характеризующим развитие внутренней торговли, является товарооборот, подразделяющийся на оптовый и розничный.

Оптовый товарооборот означает начальное движение товаров от производителя к потребителю и через его посредство товары водятся в среду обращения, а розничный – заключительное звено движения товаров, выражая их перемещение из сферы обращения в сферу потребления.

Оптовый и розничный товарооборот взаимосвязаны. Рост оптового товарооборота обуславливается систематическим возрастанием розничного товарооборота.

Оптовый товарооборот представляет собой продажу товаров торговыми организациями другим организациям для последующей реализации или для производственного потребления в качестве сырья и материалов либо для материального обеспечения хозяйственных нужд. В зависимости от назначения оптовый товарооборот подразделяется на оптовый товарооборот по реализации и внутрисистемный оптовый товарооборот. Оптовый товарооборот по реализации включает продажу товаров розничным субъектам, поставку внерыночным потребителям на экспорт. Внутрисистемный – отпуск товаров одной оптовой организации – другой.

В зависимости от организации товародвижения различают складской (продажа товаров со складов оптовых организаций) и транзитный (организованная оптовой организацией поставка товаров от производителей в розничную сеть минуя склады оптовых баз), который в свою очередь подразделяется на транзитный оптовый товарооборот с участием в расчетах и без участия в расчетах

(организуемый). Сумма складского и транзитного товарооборота с участием в расчетах составляет оптовый товарооборот с участием в расчетах.

Розничный товарооборот – количественный показатель, характеризующий продажу потребительских товаров конечному потребителю за наличный расчет независимо от каналов их реализации. Как экономическая категория, он выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление. Основой розничного товарооборота служат товары, произведенные для реализации и денежные доходы покупателей.

С точки зрения системного подхода, розничный товарооборот необходимо рассматривать в трех аспектах: как систему отношений общественного производства; как систему обмена денежных доходов населения на товары народного потребления; как систему обратной связи с производством. Через розничный товарооборот происходит смена форм стоимости потребительских товаров, изготовленных в процессе производства. Продажа товаров позволяет товаропроизводителям покрыть затраты на производство и тем самым создать условия для его дальнейшего развития в расширенных масштабах. В розничном товарообороте проявляются важнейшие народнохозяйственные пропорции: соотношение темпов роста производства средств производства и предметов потребления, распределения национального дохода на фонд потребления и фонд накопления, долю индивидуальной оплаты труда в национальном доходе, масштабы и уровень удовлетворения спроса населения на товары и т.п.

Население Республики Беларусь на покупку товаров расходует до 0% денежных доходов, получая, таким образом, примерно 90% фонда личного потребления.

Розничная продажа товаров может осуществляться:

- юридическими лицами, осуществляющими розничную торговлю и общественное питание, для которых торговая деятельность является основной (магазины, киоски, аптеки, автозаправочные станции, рестораны, кафе и др.);

- юридическими лицами, осуществляющими торговлю, но для которых торговая деятельность не является основной (фирменные магазины и др.);

- предприниматели (коллективными и индивидуальными), осуществляющими продажу товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках.

Розничный товарооборот подразделяется на товарооборот розничной торговли и общественного питания, учитывается в розничных ценах (в торговле), фактических продажных (общественное питание), включающих торговую надбавку (торговля), торговую надбавку и наценку (общественное питание), акциз, налог на добавленную стоимость и налог с продаж (торговля), налог на услуги (общественное питание).

Товарооборот организаций питания (общественного и внедомашнего) состоит из оборота по реализации продукции собственного производства и покупных товаров через обеденные залы, буфеты, а также продажу этой продукции через розничную и мелкорозничную сеть, принадлежащую организации, через передвижную сеть, а также отпуск питания работникам организации по льготным ценам. В состав товарооборота общественного питания кроме розничного включается и оптовый товарооборот - продажа полуфабрикатов, мучных и кондитерских изделий другим организациям общественного питания и розничной торговли.

Сумма розничного и оптового товарооборота образуют валовой товарооборот организации питания.

В состав розничного товарооборота, согласно Инструкции по учету розничного товарооборота, товарных запасов в торговле (утв. Постановлением Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 02.07.2002 № 59 с изм. и дополн.) включается:

Продажа товаров населению за наличный расчет; по безналичному расчету, а именно: по банковским пластиковым карточкам, чекам, электронным картам, по перечислениям денежных средств со счетов вкладчиков банков, по кредитам банков и тому подобное (что также учитывается как продажа за наличный расчет); в кредит - включается в розничный товарооборот по моменту отпуска товаров покупателям по ценам фактической реализации; по почте - включается в розничный товарооборот по моменту сдачи посылки отделению связи; в магазинах беспроцентной торговли, комиссионных магазинах (отделах), на аукционах - включается в розничный товарооборот по ценам их реализации; по образцам и с использованием электронных средств связи - включается в розничный товарооборот по времени доставки их покупателю; на борту

самолетов, на судах речного флота, в пассажирских поездах - учитывается в розничном товарообороте по моменту сдачи денежной выручки в кассу своей организации; со складов и непосредственно с лесных участков лесоматериалов и древесного топлива, леса на корню - включается в розничный товарооборот по моменту их отпуска;

- продажа рабочим и служащим форменной одежды со складов материально-технического снабжения организации - учитывается в розничном товарообороте по времени ее выдачи в размере оплачиваемой работником стоимости;

- стоимость товаров, выданных населению по всем видам выигрышей (денежно-вещевым лотереям и тому подобное) - включается в розничный товарооборот по их фактической стоимости по моменту отпуска товаров;

- стоимость проданных по подписке печатных изданий (книг, газет, журналов), изданий видео - включается в розничный товарооборот по моменту оформления подписки без учета стоимости доставки;

- стоимость упаковки, не входящая в цену товара, и стоимость проданной населению порожней тары;

- стоимость стеклянной посуды, проданной населению с товаром, за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды и стоимости стеклянной посуды, принятой от населения в обмен на товар;

- продажа по безналичному расчету продовольственных и непродовольственных товаров исправительно-трудовым учреждениям для отпуска спецконтингенту за счет их личных денежных средств.

Продажа товаров, принятых на реализацию от юридических и физических лиц, индивидуальных предпринимателей, включается в розничный товарооборот в ценах их реализации.

При продаже отдельным категориям населения со скидкой некоторых товаров (лекарственных средств, топлива, транспортных средств и других товаров) в розничный товарооборот включается та часть стоимости товаров, которая оплачена населением.

Выручка от продажи товаров населению за иностранную валюту учитывается в розничном товарообороте в пересчете на белорусские рубли по курсу, установленному Национальным банком Республики Беларусь на день продажи товаров.

Организации сельского хозяйства в объем розничного товарооборота включают продажу населению сельскохозяйственных продуктов, цветов, рассады, скота, живой птицы, концентрированных кормов, фуража, сена, соломы, продовольственных и непродовольственных товаров, как произведенных в этих организациях, так и полученных по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями, а также отпуск продуктов для питания населения, привлеченного на сельскохозяйственные работы, с последующим удержанием их стоимости из заработной платы.

В розничный товарооборот торговли не включаются:

- продажа по безналичному расчету продовольственных и непродовольственных товаров юридическим лицам, их обособленным подразделениям, индивидуальным предпринимателям, включая продажу продовольственных товаров организациям социального назначения (лечебным и лечебно-оздоровительным учреждениям, детским дошкольным и внешкольным учреждениям, домам (интернатам) для инвалидов и престарелых), организациям общественного питания, организациям, обеспечивающим лечебно-профилактическим питанием работников, занятых на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, геолого-поисковым партиям, судам речного флота;

- выдача товаров рабочим и служащим своей организации в счет заработной платы и погашение заработной платы;

- стоимость возвращенных покупателями товаров;

- отпуск товаров по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями, а также между организациями и населением при закупках у населения сельскохозяйственных продуктов;

- выдача товаров (включая новогодние подарки) рабочим и служащим за счет прибыли и средств профсоюзной организации;

- стоимость реализованных проездных билетов и талонов на все виды транспорта, лотерейных билетов, телефонных карточек;

- продажа почтовых марок, конвертов, открыток, телефонных карточек, интернет-карт отделениями связи.

В розничный товарооборот общественного питания включаются:

- продажа населению за наличный расчет продукции собственного производства, покупных товаров через обеденный зал или буфет, через магазины и отделы кулинарии, палатки, ларьки, киоски, развозную, разносную и другую торговую сеть, находящуюся на балансе организации общественного питания, а также стоимость питания, доставленного на дом по заказам населения;

- отпуск питания работникам своей организации с последующим удержанием его стоимости из заработной платы - включается в розничный товарооборот по моменту отпуска питания в ценах фактической реализации;

- отпуск питания работникам других организаций, учащимся, студентам, малоимущим гражданам и другим категориям населения по абонементам, талонам, спискам и тому подобному с последующей его оплатой по безналичному расчету соответствующими организациями - включается в розничный товарооборот в объеме фактической стоимости питания по моменту его отпуска. При отпуске питания работникам своей организации в розничный товарооборот включается та часть его стоимости, которая оплачена работником;

- стоимость питания, входящая в цену проживания в гостинице и в цену входного билета в организацию общественного питания, - включается в розничный товарооборот по моменту его отпуска;

- продажа цветов, сувениров, табачных изделий и других непродовольственных товаров.

В розничный товарооборот общественного питания не включаются:

- продажа по безналичному расчету продукции собственного производства, покупных товаров непосредственно юридическим лицам и их обособленным подразделениям, индивидуальным предпринимателям, включая продажу этой продукции и товаров организациям социального назначения, а именно: лечебным и лечебно-оздоровительным учреждениям, детским дошкольным и внешкольным учреждениям, домам (интернатам) для инвалидов и престарелых;

- отпуск продукции собственного производства, покупных товаров по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями;

- стоимость питания и обслуживания на банкетах, презентациях и других подобных мероприятиях, оплаченного по безналичному расчету юридическими лицами и их обособленными подразделениями, индивидуальными предпринимателями;

- стоимость питания, отпущенного бесплатно (за счет средств бюджета) учащимся организациями общественного питания, подведомственными Министерству образования Республики Беларусь;

- стоимость питания, входящая в цену путевок в санатории, санатории-профилактории, лагеря труда и отдыха, детские оздоровительные лагеря и другие организации социального назначения;

- выручка за изготовление обеденной продукции из сырья заказчика и стоимость сырья заказчика (давальческое сырье);

- внутренний отпуск продукции собственного производства, покупных товаров в пределах организации общественного питания (внутрисистемный отпуск);

- стоимость возвращенной поставщикам тары;

- выручка за просмотр концертных программ, выручка бильярдных, танцевальных, игровых залов, видеосалонов;

Состав товарооборота складывается из различных видов продаж, а величина – из сумм торговой выручки, сданной в банк или кассу, объема мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), документированных расходов, произведенных за счет кассовой выручки.- входная плата в рестораны, бары и другие организации общественного питания, кроме стоимости блюд, входящих в цену входного билета.

Розничная реализация товаров осуществляется в разных формах и отражается в различных видах розничного товарооборота (рис. 3.1.1).

Состав товарооборота складывается из различных видов продаж, а величина – из сумм торговой выручки, сданной в банк или кассу, объема мелкооптовых продаж (по безналичному расчету), документированных расходов, произведенных за счет кассовой выручки.



Рис. 3.1.1. Признаки классификации розничного товарооборота

Товарная структура розничного товарооборота включает продовольственные и непродовольственные товары, которые содержат ассортиментные группы и подгруппы, а те, в свою очередь, детализируются по видам, сортам, моделям.

Степень развития розничного товарооборота характеризуется системой показателей:

- объем товарооборота в текущих и сопоставимых ценах и натуральных единицах измерения (руб., шт., кг);
- темпы изменения товарооборота по сравнению с прошлым периодом и планом, % %;
- ассортиментная структура товарооборота (руб., %);
- товарооборот в расчете на душу населения (руб.);
- однодневный объем товарооборота (руб.);
- объем товарооборота на одного торгового, торгово-оперативного работника, работника конкретной секции, отдела (руб.);
- объем товарооборота на 1 кв.м. общей площади, в том числе на 1 кв.м. торговой площади (руб.);
- обеспеченность товарооборота товарными запасами (дни);
- время обращения товаров (дни);
- скорость товарооборота (число оборотов);
- объем товарооборота при расчетах электронными ластиковыми карточками и его удельный вес в общем товарообороте (руб., %);

- объем продаж товаров отечественного производства (руб.), доля продаж товаров отечественного производства (социально-значимых) в общем объеме товарооборота (%);
- объем продаж товаров различными торговыми организациями с различными формами собственности (руб., %);
- средняя стоимость покупки (руб.);
- доля товарооборота в денежных доходах (покупательных фондах) (%);
- доля товарооборота в объеме потребления (%);
- рентабельность товарооборота (%);
- инвестиции на 1 рубль товарооборота (руб.).

Современное состояние экономики Республики Беларусь характеризуется как устойчивое, стабильно развивающееся, что сказалось на развитии розничного товарооборота. Наблюдается тенденция высоких темпов роста физического объема товарооборота и товарооборота в стоимостном выражении и в сопоставимых ценах, увеличивается доля непродовольственных товаров в общем объеме товарооборота, сближается структура покупок городского и сельского населения, улучшается качественная структура продовольственных и непродовольственных товаров.

3.2. Факторы, определяющие объем и ассортиментную структуру розничного товарооборота

Объем, структура, тенденции и перспективы развития розничного товарооборота зависят от большого количества факторов. С одной стороны, розничный товарооборот определяется всеми факторами внешнего характера действия, которые формируют спрос и предложение, а тем самым и емкость рынка, а с другой, он зависит от эффективности управления ресурсами торговой организации, факторы внутреннего характера действия.

По данным зарубежных специалистов, около 70-75% банкротств хозяйствующих субъектов в странах с рыночной экономикой происходит под влиянием внутренних факторов, а влияние внешних факторов приводит к банкротству лишь в 20-25% случаев. Это свидетельствует о том, что при разработке системы управления розничным товарооборотом следует тщательно проводить факторный анализ и прогнозирование влияния факторов на развитие товарооборота в будущем.

Факторы розничного товарооборота – объективные причины, явления и процессы в сфере товарного обращения, приводящие к изменению розничного товарооборота.

Основные факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота условно подразделяются на макроэкономические и микроэкономические (рис. 3.2.1).

Большое количество и многообразие факторов, определяющих розничный товарооборот, разнонаправленность и различия в степени их воздействия, наличие внутренних взаимосвязей между ними обуславливают необходимость их классификации. В основу классификации могут быть положены следующие признаки:

по значимости:

- основные;
- второстепенные;

по степени детализации:

- простые (не поддающиеся дальнейшей детализации);
- сложные (факторы, которые в свою очередь могут быть детализованы, расчленены на составляющие);

по характеру действия:

- экстенсивные;
- интенсивные;

по времени действия:

- постоянные;
- временные;

по характеру их участия в процессе товарного обращения:

- объективные;
- субъективные.

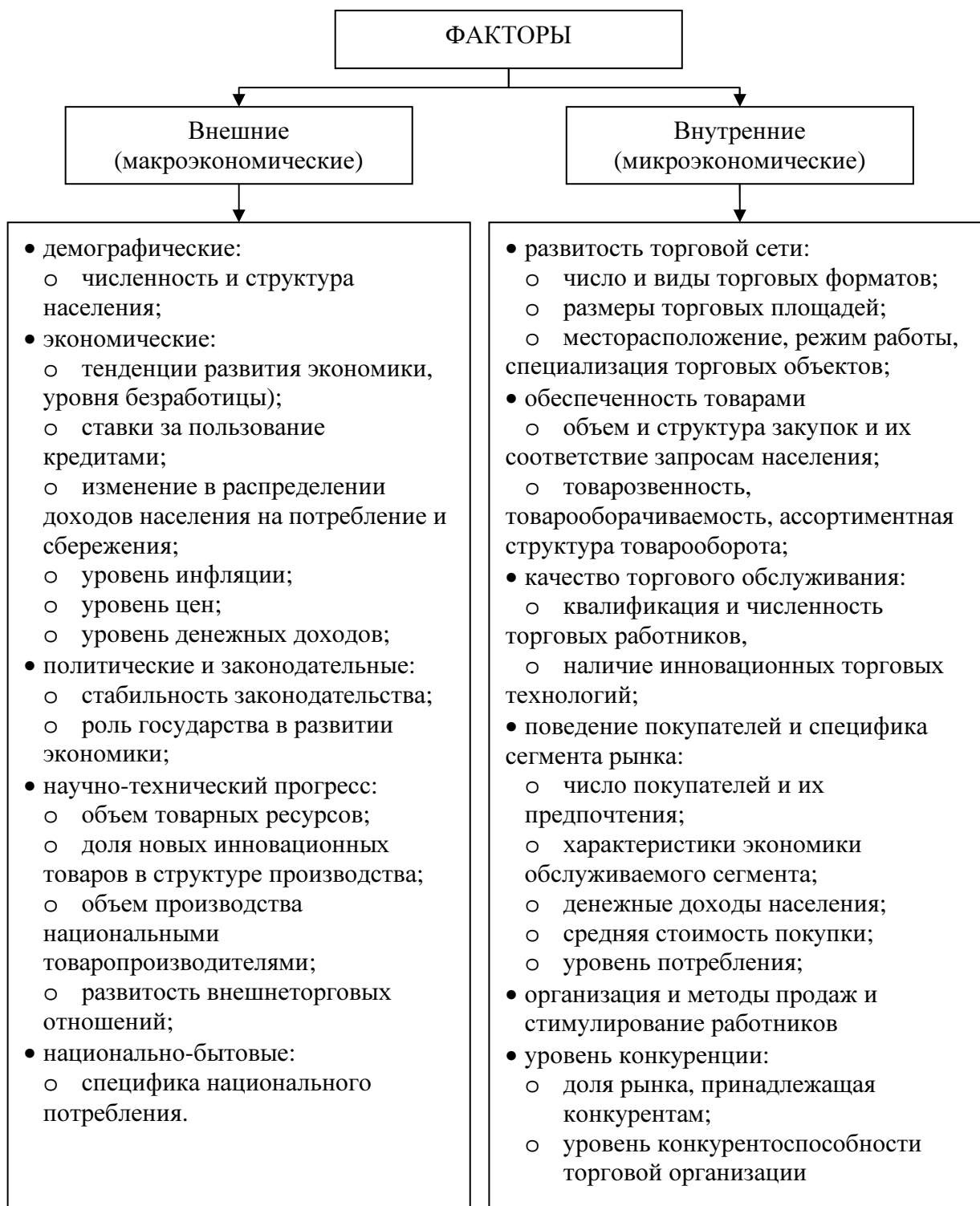


Рис. 3.2.1. Основные факторы, влияющие на развитие розничного товарооборота

Принимая во внимание, что торговые организации одновременно являются и субъектом, и объектом рыночных отношений, а также, что они обладают разными возможностями влияния на динамику различных факторов, важным является разделение факторов воздействия на внешние и внутренние.

В зависимости от направленности действия объединяются в две группы: позитивные и негативные. Позитивные - это те факторы, которые благотворно влияют на деятельность предприятия, а негативные - наоборот. Например, на предприятии разработана и внедрена такая система материального стимулирования, которая значительно повысила мотивацию труда работников, что способствовало повышению эффективности их работы. В данном случае внутренний фактор сыграл позитивную роль.

Для оценки резервов роста товарооборота рекомендуется объединить сходные по степени воздействия внутренние факторы в следующие группы:

- Связанные с личностью руководителя и способностью его команды управлять предприятием в условиях рынка;
- Связанные с НТП, с инновационной политикой предприятия;
- Связанные с совершенствованием организации труда, управлением предприятием;
- Связанные с организационно-правовой формой хозяйствования;
- Связанные с созданием благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- Связанные со спецификой отрасли;
- Связанные с качеством и конкурентоспособностью продукции, с управлением издержками и ценовой политикой;
- Связанные с амортизационной и инвестиционной политикой;
- Связанные с эффективностью использования экономического потенциала торговой организации.

Эта классификация чисто условная, она не отражает всего многообразия факторов, но позволяет более детально представить внутренние факторы и их влияние на эффективность деятельности организации.

Другой принцип классификации позволяет разделить внутренние факторы на объективные и субъективные. Объективные - это такие факторы, возникновение которых не зависит от субъекта управления. Субъективные факторы, а они составляют абсолютное большинство, полностью зависят от субъекта управления, и они должны всегда быть в поле зрения и анализа; основные, определяющие результаты работы организации и неосновные, которые хотя и определяют работу коллектива, но не оказывают решающего воздействия на результаты хозяйственной деятельности организации.

По сроку воздействия на результаты хозяйственной деятельности можно выделить факторы:

- постоянные;
- переменные.

Большое значение для оценки деятельности предприятий имеет деление факторов по характеру их действия на интенсивные и экстенсивные. К экстенсивным относятся факторы, которые связаны с количественным, а не с качественным приростом результативного показателя. Интенсивные показатели характеризуют степень усилия, напряженности труда в процессе деятельности.

Также факторы можно классифицировать на количественные и качественные, сложные и простые, прямые и косвенные, измеримые и неизмеримые.

Количественные факторы выражают количественную определенность явлений (количество работников, объем товарооборота). Качественные факторы определяют внутренние качества, признаки и особенности изучаемых объектов (производительность труда, эффективность использования ресурсов).

Отдельные факторы оказывают непосредственное влияние на результативный показатель (прямые), другие - косвенное (косвенные факторы).

Выполнение плана и динамика развития розничного товарооборота зависит от трех основных групп факторов внутреннего характера действия:

- 1) От обеспеченности товарными ресурсами и эффективности их использования;
- 2) От обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности труда торговых работников;
- 3) От состояния, развития и эффективности использования материально-технической базы торговли.

Главным фактором успешного развития товарооборота является обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов. Проводя анализ, прежде всего, проверяют, как товарные ресурсы обеспечивают успешное выполнение плана и развития розничного товарооборота в динамике, более полное удовлетворение спроса покупателей. Розничный товароборот зависит от поступления товаров и состояния товарных запасов. На его объем оказывает влияние прочее выбытие товаров. Эта зависимость может быть выражена формулой товарного баланса:

$$З_{н+П} = Р + в + З_{к},$$

где Z_n - запасы товаров на начало отчетного периода;

Π - поступление товаров;

P - розничный товароборот;

B - прочее выбытие товаров;

Z_k - запасы товаров на конец отчетного периода.

Влияние показателей товарного баланса на объем розничного товарооборота можно определить, применив следующую формулу:

$$P = Z_n + \Pi - B - Z_k.$$

Следовательно, на выполнение плана и динамику товарооборота положительное влияние оказывают размеры товарных запасов на начало изучаемого периода (если товары пользуются спросом) и рост поступления товаров, и отрицательное – увеличение прочего выбытия товаров и завышенные товарные запасы на конец периода.

На современном этапе высокий динамизм рыночных изменений и обострение конкуренции требуют постоянного уточнения показателей реальной и потенциальной конкурентоспособности закупаемой продукции посредством учёта факторов риска внешней среды, которые представляют собой возможные её изменения, приводящие к снижению конкурентоспособности продукции.

С точки зрения конкурентоспособности продукции выделяются две основные группы факторов риска внешней среды, которые представлены с наиболее распространенными их примерами в табл. 3.2.1.

Таблица 3.2.1. Классификация и примеры основных факторов риска внешней среды

Признак группировки	Пример наиболее распространенных факторов риска
1. Факторы риска конкретного рынка	
Изменения в общерыночной среде	<ul style="list-style-type: none">• появление новой ниши рынка;• перегруппировка существующих сегментов рынка;• изменение типа конкуренции на рынке (рынках) и др.
Изменения в действиях конкурентов	<ul style="list-style-type: none">• появление новых конкурентов;• изменения стратегии производства и сбыта продукции существующими конкурентами и др.
Изменения в продуктах-конкурентах	<ul style="list-style-type: none">• появление новой продукции;• изменение свойств существующей продукции;• появление новых продуктов-заменителей;• изменение свойств существующих продуктов-заменителей и др.
Изменения потребителей	<ul style="list-style-type: none">• изменение платёжеспособного спроса;• появление новых требований к продукции данного вида и др.
2. Макроэкономические факторы риска конкурентной среды	
Изменение свойств продукции	<ul style="list-style-type: none">• введение новых стандартов качества продукции, изменение инновационной и инвестиционной политик и др.• изменение политик налогообложения, ценообразования, кредитования;• изменение внешнеторговой политики и др.

Учёт факторов риска конкретного рынка определяется для каждого оцениваемого продукта на конкретном рынке индивидуально на основе обширных маркетинговых исследований. Методически он обеспечивается при помощи экспертных методов и математической статистики с элементами теории вероятности. Для этого все возможные опасные изменения на рынке распределяются на более или менее важные по степени их влияния на конкурентоспособность оцениваемой продукции с присвоением каждому из веса важности (сумма

всех весов важности равняется 1). После этого для каждого фактора риска определяется степень вероятности его появления, которая имеет значения в диапазоне от 0 до 1, посредством методов анализа ложившейся ситуации. Перемножив по каждому фактору риска оба коэффициента (вес важности и вероятность появления), определяется показатель риска для каждого из факторов. Затем, сложив полученные показатели, получается общая оценка риска в целом по рынку:

$$R_{\text{рынок}} = \sum_{i=1}^b v_i g_i, \text{ при этом } \sum_{i=1}^b g_i = 1$$

где $R_{\text{рынок}}$ – общая оценка риска в целом по рынку;
 v_i – вероятность появления i -того фактора риска;
 g_i – вес важности i -того фактора риска;
 b – количество факторов риска.

Значительное влияние на объем розничного товарооборота оказывает обеспеченность торгового предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования. Эта зависимость выражается формулой:

$$T = \Pi * Ч,$$

где T - объем розничного товарооборота;
 $Ч$ - среднесписочная численность работников;
 Π - производительность труда одного работника.

Используя интегральный способ анализа, можно определить влияние данных показателей на изменение объема товарооборота:

$$\Delta T_{\text{ч}} = \Pi_0 * \Delta Ч + \Delta Ч * \Delta \Pi / 2$$

где $\Delta T_{\text{ч}}$ - изменение объема товарооборота за счет изменения среднесписочной численности работников;

$\Delta Ч$ - изменение среднесписочной численности работников в отчетном году по сравнению с базисным годом;

Π_0 - производительность труда одного работника в базисном году;

$\Delta \Pi$ – изменение производительности труда одного работника в отчетном году по сравнению с базисным годом.

$$\Delta T_{\text{п}} = Ч_0 * \Delta \Pi + \Delta Ч * \Delta \Pi / 2$$

где $\Delta T_{\text{п}}$ - изменение объема товарооборота за счет изменения производительности труда одного работника;

$Ч_0$ - среднесписочная численность работников в базисном году.

Большое влияние на динамику розничного товарооборота оказывают состояние, развитие и эффективность использования основных фондов торгового предприятия, а также режим его работы.

Объем розничного товарооборота торгового предприятия может быть определен по следующей формуле:

$$T = S * K_{\text{см}} * B^{\text{с}} * Д$$

где T - объем розничного товарооборота;
 S - площадь торгового зала предприятия;
 $K_{\text{см}}$ - коэффициент сменности работы предприятия;
 $Д$ - количество дней работы предприятия;
 $B^{\text{с}}$ - товарооборот на 1 кв. м площади торгового зала в смену.

Социально-экономические факторы розничного товарооборота в свою очередь можно разбить на две подгруппы:

- факторы, связанные с использованием рабочей силы; .
- факторы, связанные с сезонными колебаниями товарооборота.

В свою очередь, к социально-экономическим факторам розничного товарооборота, связанными с использованием рабочей силы, относятся следующие:

- уровень квалификации работников торговли;
- уровень образования работников торговли;
- стабильность состава кадров;
- условия труда;
- использование рабочего времени, социальные потери рабочего времени за счет потерь рабочего времени от прогулов; потерь рабочего времени от неявок на работу с разрешения администрации; творческая активность работников.

Сезонные явления и процессы в сфере товарного обращения приводят к устойчивым из года в год повторяющимся в одни и те же периоды внутри года, подъемам и спадам в продаже отдельных товаров.

Розничный товароборот зависит, с одной стороны, от изменения объема и структуры товарных фондов в течение года, а с другой - от изменения объема и структуры покупательского спроса на отдельные товары в различные периоды года. Таким образом, к социально-экономическим факторам, связанным с сезонными колебаниями розничного товарооборота относятся:

- уровень производства и поставки товаров;
- сезонность производства и поставки;
- неравномерность притока денежных средств;
- переключение спроса с одного товара на другой с изменением сезонов года.

Необходимо также отметить, что на величину розничного товарооборота также оказывает значительное влияние изменение рыночных цен.

Все выше рассмотренные факторы оказывают влияние на объем розничного товарооборота.

Факторы, оказывающие влияние на структуру розничного товарооборота также можно разделить на две группы:

1. внешние;
2. внутренние.

К внешним факторам, товарооборота относятся:

невыполнение поставщиками заключенных договоров;
несоответствие поставленных товаров заявкам торговых предприятий;
выборка фондов по централизованно распределенным товарным группам.

К внутренним факторам можно отнести:

формы организации торговли;
укомплектованность штатов торгового предприятия;
организация труда на торговом предприятии; квалификация работников;
организация рекламной деятельности;
использование активных методов продажи.

Определенное влияние на развитие розничного товарооборота оказывает качество торгового обслуживания покупателей.

Качество торгового обслуживания населения - обширное и емкое понятие. Оно включает степень удовлетворения покупательского спроса на отдельные товары, соблюдение ассортиментного минимума, широту ассортимента, завершенность покупки, культуру обслуживания, оказания дополнительных услуг покупателю, время обслуживания. Для того чтобы сократить время обслуживания покупателей в торговых организациях вводятся кассовые аппараты со сканером. Это сокращает очереди к кассам, кроме того, покупатель уверен в правильности расчетов.

Также оказывает положительное влияние на развитие товарооборота оказание дополнительных услуг (стол раскрой, где покупатель может получить консультацию у закройщицы, например, сколько необходимо материала для пошива какого-либо изделия, а также раскроить его за дополнительную плату, доставка товара на дом, художественное оформление покупок).

Многие товары являются сложноассортиментными, и покупатели предъявляют спрос на товары определенных фасонов, расцветок, размеров и т.д. В связи с этим необходимо изучать, по каким товарам спрос оказался неудовлетворенным, и какие из них пользуются повышенным спросом. Для этого торговые организации должны исследовать уровень неудовлетворенного спроса. Эти данные готовятся логистическими группами, изучаются, информация передается товароведам, которые в свою очередь предъявляют поставщикам товара обоснованные заказы на поставку товара, который пользуется спросом.

На объем товарооборота значительное влияние оказывают факторы социо-психологического порядка, которые раньше никто не оценивал. Это явление достаточно новое, принципы изучения и методы воздействия слабо исследованы, поэтому сложны в оценке. Однако те торговые организации, которые учитывают в своей работе психологию поведения покупателей (нипер, супермаркеты) давно оценили эффективность данных мероприятий.

Отношение покупателей к магазину определяют:

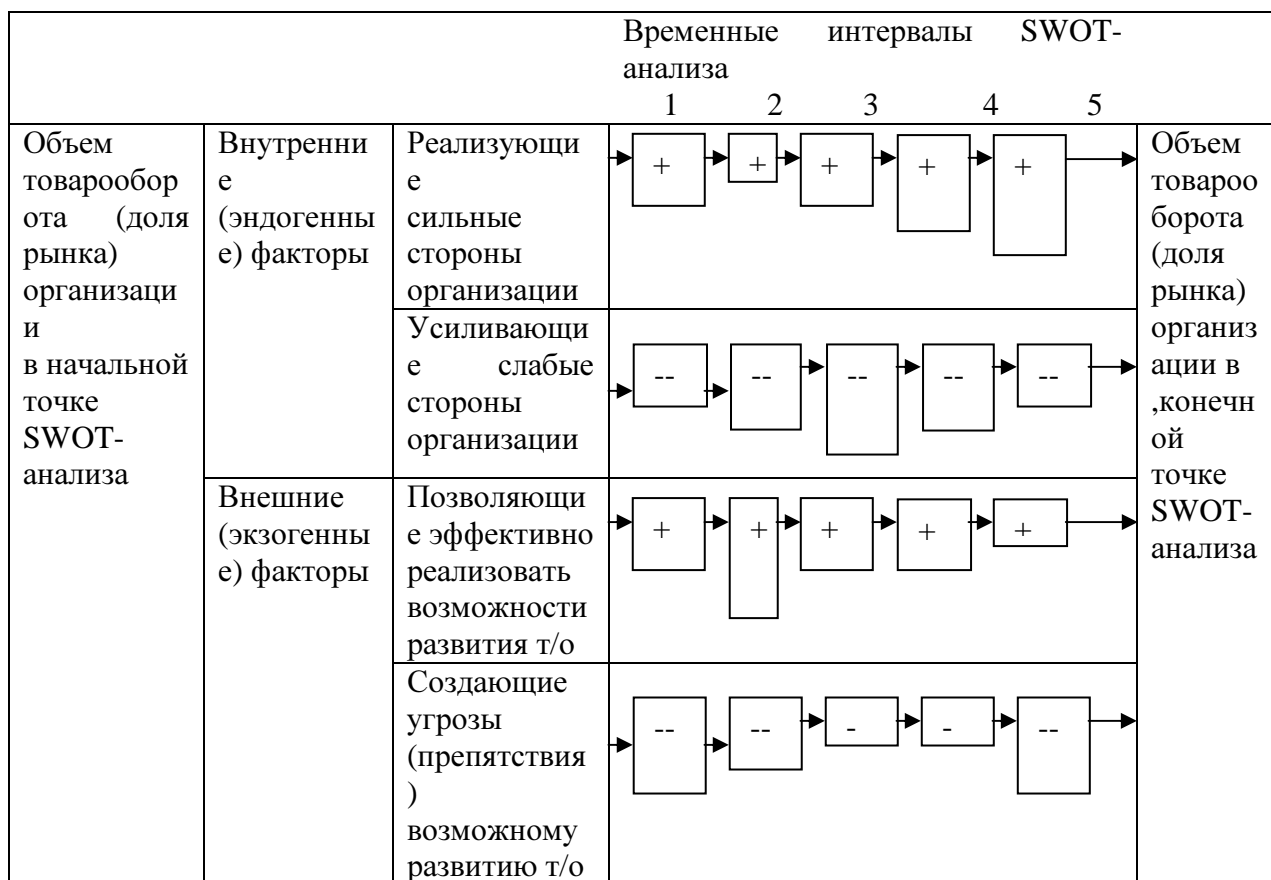
- наличие парковки для автомашин;
- внешняя и внутренняя реклама;
- количество расчетных узлов и отсутствие очередей;
- стимулирование сбыта;
- оживленная атмосфера в торговом зале;
- режим работы;
- возможность дополнительной упаковки;
- помощь в упаковке и транспортировке;
- ширина и длина товарных линий;
- характер расположения товара в линиях;
- выкладка каждого товара;
- уровень цен на товары;
- ассортимент, представленный в начале зоны отборки товара;
- качество товаров;
- доступность магазина;
- расположение;
- торговая площадь;
- имидж организации;
- торговое оборудование и его расстановка;
- персонал;
- архитектура и т.д.

Реальным стимулом развития розничного товарооборота может уже сегодня стать использование различных ценовых политик, оптимальное соотношение цен на различные виды реализуемых товаров с учетом динамики спроса на них, так как остается незадействованным весь спектр ценовых регуляторов ускорения оборачиваемости и роста объемов реализации за счет привлечения дополнительных покупателей.

Оценка сильных и слабых сторон организации связана с определением возможности развития товарооборота за счет вовлечения в хозяйственную деятельность на рынке. В процессе такой оценки определяется, насколько организация заполнила избранную рыночную нишу и соответствующие сегменты рынка, изучаются ее конкурентные позиции, рассматривается ценовая политика с точки зрения ее перспективности, определяется, насколько производственный потенциал и квалификация персонала соответствуют перспективам дальнейшего развития рынка. Проследить возможные сочетания характеристик рыночной ситуации с сильными и слабыми сторонами организации помогает SWOT-анализ (аббревиатура составлена из первых букв английских слов: сила, слабость, возможности и угрозы). Технология его проведения предусматривает составление матрицы, общий вид которой приведен на рис. 3.2.2.

Под сильными сторонами организации в данном случае понимают все факторы, которые обеспечивают ей преимущества перед конкурентами в наращивании объемов реализации. Сюда можно отнести: компетентность работников, наличие финансовых ресурсов, хорошую репутацию у покупателей, лидерство на рынке, высокую трудовую этику, изобретательность при стратегическом планировании деятельности предприятия в функциональных сферах, оптимальные или низкие издержки, защищенность от сильного конкурентного давления, преимущества в конкурентной

борьбе, современные технологии, склонность к инновациям, эффективный менеджмент, возможность расширения специализации, эффективность сбытовой сети, оказание дополнительных услуг, удобное географическое положение, высокое качество товаров, мощную исследовательскую, технологическую и экспериментальную базу и др. Из сильных сторон наиболее значимыми являются те, которые обеспечивают организации долговременный отрыв от конкурентов, т.е. то, что они не могут повторить, скопировать, и что относится к «исключительному превосходству».



Условные обозначения:

Степень проявления отдельных факторов, влияющих на объем товарооборота организации
 + -- характер влияния отдельных факторов на развитие товарооборота.

Рис.3.2.2. Графическое представление результатов SWOT-анализа по комплексному исследованию влияния основных факторов на перспективы развития товарооборота организации

Слабые стороны организации - это то, что не позволяет ей достичь преимуществ над конкурентами. К ним могут относиться: отсутствие стратегических направлений деятельности, ухудшающаяся конкурентная позиция, устаревшее оборудование, низкая рентабельность, неспособность противостоять конкурентному давлению, недостаточный управленческий опыт, отсутствие квалифицированных специалистов, плохой контроль за выполнением стратегий, недостаточное знание рынка, небольшие маркетинговые способности, отставание в области исследований и разработок, недостаток финансовых ресурсов, низкое качество товаров, сильная зависимость от поставщиков, недостаточная мотивация труда работников, плохая реклама, высокая текучесть кадров, недостаточная гибкость, плохой имидж и др.

Деятельность организации на рынке должна опираться на ее сильные стороны и по возможности минимизировать воздействие слабых сторон. Для этого выясняют, как прогнозируемые изменения ситуации на рынке и в какой мере будут соотноситься с сильными и слабыми сторонами организации. Если ситуация на рынке такова, что способствует реализации ее сильных сторон, то у организации появляются возможности, шансы наращивания товарооборота и увеличения доли рынка.

В их числе могут быть названы: переход к более эффективным стратегиям, расширение специализации, вертикальная интеграция, слабая насыщенность рынка, монополия на рынке, расширение старых рынков, ускорение роста рынка, уход конкурентов с рынка, отсутствие конкурентов, привлечение инвесторов, появление новых технологий и оборудования, постоянные поставщики, льготное налогообложение, снижение процентных ставок по кредитам, снижение экспертных тарифов и др. Если изменения на рынке связаны со слабыми сторонами организации, то она сталкивается с угрозами возможного снижения объемов продаж, в числе которых могут быть: замедление темпов роста рынка, неблагоприятная политика правительства, возрастающее конкурентное давление, возможность появления новых конкурентов, затухание деловой активности, изменение потребительских предпочтений, неблагоприятные демографические изменения и др.

Положительной стороной проведения SWOT-анализа является то обстоятельство, что компоненты силы и слабости предприятия, характеристики его внешней и внутренней среды, ограничения и возможности рассматриваются не изолировано, а во взаимосвязи и взаимозависимости друг с другом. Однако следует иметь в виду, что однажды выявленные возможности и ограничения организации не статичны. Внешняя и внутренняя среда постоянно изменяются под воздействием макропараметров, самой организации, других контрагентов рынка. Поэтому выявление возможностей и угроз, сильных и слабых сторон должно проводиться организацией постоянно, чтобы на основе полученных результатов своевременно вносить изменения в направления своей деятельности.

3.3 Экономический механизм обоснования плана розничного товарооборота торговой организации

Механизм экономического обоснования объема и структуры розничного товарооборота включает: определение приоритетных целей, обеспечение взаимосвязи между показателями, учет факторов и конъюнктуры развития рынка, эффективности коммерческой работы, действующих законов.

Планирование предполагает определение перспективных целей, анализ способов их реализации и ресурсного обеспечения. Основными стадиями целевого планирования являются:

- поиск целей;
- придание цели количественной определенности;
- анализ и упорядочение цели;
- проверка цели на реализуемость;
- принятие решения;
- осуществление целей;
- проверка и уточнение целей.

Масштабы планирования зависят от объекта планирования, организационного построения фирм, их характеристик, составных элементов и временного фактора (рис. 3.3.1).

Его роль в условиях кризисного состояния экономики значительно выросла. Тщательная и детальная проработка поведения предприятия на рынке в краткосрочном периоде — основа успеха.

Долгосрочное планирование в основном характерно для крупных фирм (предприятий) и насыщенного рынка.

Текущее оперативное планирование осуществляется на различных предприятиях.

Внутрифирменное планирование в целом и любого конкретного количественного показателя (в частности, товарооборота) включает 6 этапов (рис. 3.3.2).

В основе диверсификации лежит стремление фирмы наиболее рационально вложить свой капитал в ту или иную деятельность. Основные направления диверсификации для торгового предприятия — диверсификация деятельности (торгово-производственная, закупочная, розничная, оптовая, посредническая); изменение специализации; расширение (сужение), изменение реализуемого ассортимента.

В условиях еще достаточно высокого уровня монополизма и отсутствия (или слабой) конкуренции в розничной торговле, т. е. в условиях перехода к рынку, плановые решения принимаются в следующем порядке:

идея, закладываемая в планы, пока еще во многих случаях задается высшими органами отраслевого и административного управления;



Рис. 3.3.1. Зависимость размера планирования от определяющих его факторов

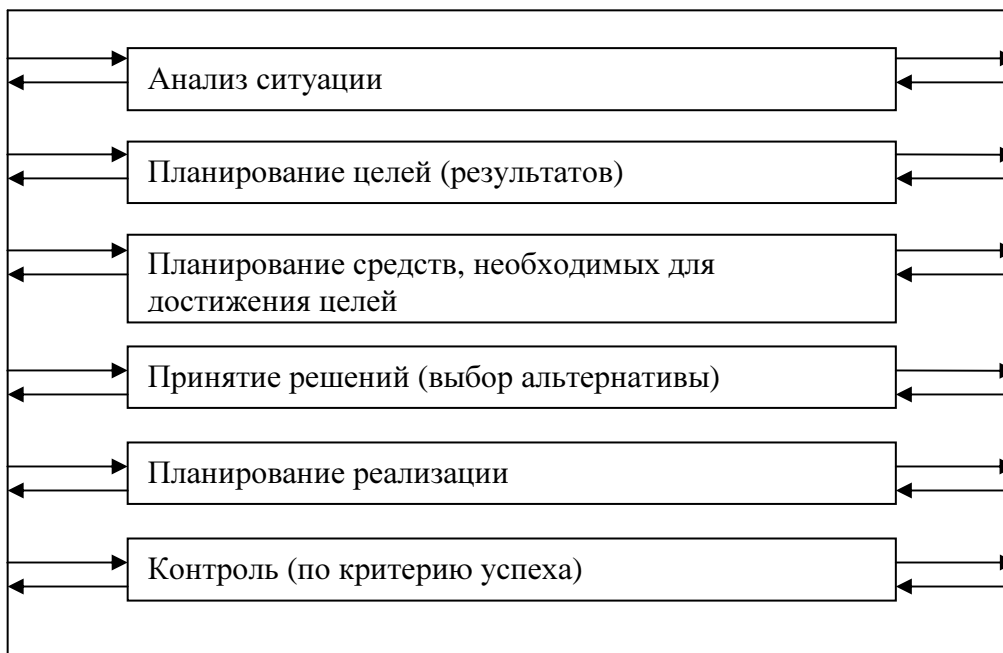


Рис. 3.3.2. Внутрифирменное планирование

формулировка целей;
выработка стратегии или нахождение путей достижения целей;
выбор средств.

Стратегическое планирование в западных фирмах основано на предприимчивости большинства, т. е. на разработке самых разнообразных проектов развития предприятия и выборе такого варианта, который может принести данной организации экономические выгоды.

Формулировка целей в процессе планирования связывается с созданием основ мотивации и пробуждением заинтересованности работников предприятия (фирмы) в их достижении. Между целями всегда существует жесткая взаимозависимость. Условно цели подразделяются на

- высшие (получение прибыли);
- конечные (победа в конкурентной борьбе);
- промежуточные (ускорение товарооборачиваемости и др.);
- подцели (увеличение реализации, например мужской одежды);
- взаимодополняющие (получение прибыли и ускорение оборота);
- конкурирующие (увеличение объема реализации и уменьшение очередей и времени на обслуживание покупателей);
- нейтральные, или обособленные (в чистом виде редко встречаются).

По возможности измерения цели подразделяются на:

- экономические количественные,
- качественные,
- стратегические.

Суть экономических целей в общем виде формулируется как повышение прибыли на вложенный капитал. Классификация экономических целей показана на рис. 1.3.

Количественные цели тесно связаны с экономическими. Если они не определены, то экономические цели могут быть не достигнуты вообще или достигнуты при больших нерациональных затратах.

Качественные цели для розничного торгового предприятия — это качество продукции и культура торговли. Зарубежные компании широко используют обратную связь с потребителями для своевременной корректировки структуры закупок продукции, а затем и производства, что дает им возможность поддерживать таким образом свою конкурентоспособность. Цели развития (стратегические) тесно связаны с инвестициями. Под инвестициями подразумевается осуществление отдельных экономических проектов с целью получения прибыли от этих вложений в будущем (например, введение в действие дополнительной торговой площади приобретение и установление торгового, холодильного или другого оборудования, обучение персонала новым и прогрессивным методом обслуживания, участие в производстве товара, переспециализация и т. д.).

Экономическая теория предъявляет к системе целей следующие требования:

- реальность (возможность достижения целей при заданных условиях);
- операционность (возможный и достаточный уровень точности целей по содержанию, размеру, времени и ответственности, чтобы избежать затруднений при их достижении);
- порядок (упорядоченность целей по иерархии с указанием высших, низших и равноправных целей и принятых приоритетов);
- состоятельность (взаимосопоставимость и непротиворечивость);
- актуальность;
- целостность (система целей должна включать как минимум все важные цели, чтобы исключить противоречия и конфликты);
- полезность (чувство ответственности у работников за достижение целей);
- взаимоувязку с организацией деятельности предприятия (все важные цели должны иметь своего исполнителя и не входить в противоречие с организационными);
- прозрачность и подконтрольность (единая структура, поддающаяся контролю).

Перед розничными торговыми предприятиями (фирмами) в условиях демонополизации торговли, разгосударствления и приватизации встают три важнейшие проблемы, которые могут стать целевыми (стратегическими) установками:

- а) получение прибыли;
- б) завоевание и расширение доли рынка, на котором работает предприятие;

в) завоевание доверия клиентов.

От решения этих проблем зависит объем и темпы роста товарооборота.



Рис. 3.3.3. Экономические цели предприятия

При выборе цели, ее количественном определении необходимо учитывать факторы, обеспечивающие:

- требуемый уровень рентабельности (для ненасыщенных рынков — высокий);
- возможность продажи продукции массовому потребителю;
- приемлемые условия заключения договоров поставки;
- невысокий уровень риска потери доходов;
- мобильность;
- поддержку со стороны авторитетных органов;
- выгодность и преемственность.

Исходя из сути розничного товарооборота, механизм экономического обоснования планового объема и структуры реализации включает анализ достигнутых результатов, рыночной ситуации и конъюнктурных колебаний, определение условий осуществления продаж, контроль за процессом реализации. Процесс контроля показан на рис. 3.3.4.

В конъюнктурных колебаниях (циклах), как известно, различают четыре стадии: депрессию, подъем, бум, спад. Все эти стадии оказывают воздействие на разработку целей, принятие решений, определение плановых показателей, результативность работы любого предприятия, в том числе и торгового.

Для стадии депрессии характерны самые низкие уровни производства, оборота, цен, спроса на товары, основные фонды, труд и капитал, высокие издержки, безработица, банкротство, низкие прибыли и заработная плата, пессимистические настроения.

При подъеме начинают активизироваться предприниматели, увеличивается производство, оборот, прибыли; замедляется рост цен, возрастают инвестиции, курс ценных бумаг, склонность к покупкам, увеличивается количество рабочих мест.

В стадии бума обеспечивается полная загрузка производственных мощностей, растет заработная плата и цены, сверхзанятость, активизируется научно-техническая деятельность, предприниматели ищут новые направления вложения капитала, появляется опасность роста инфляции.

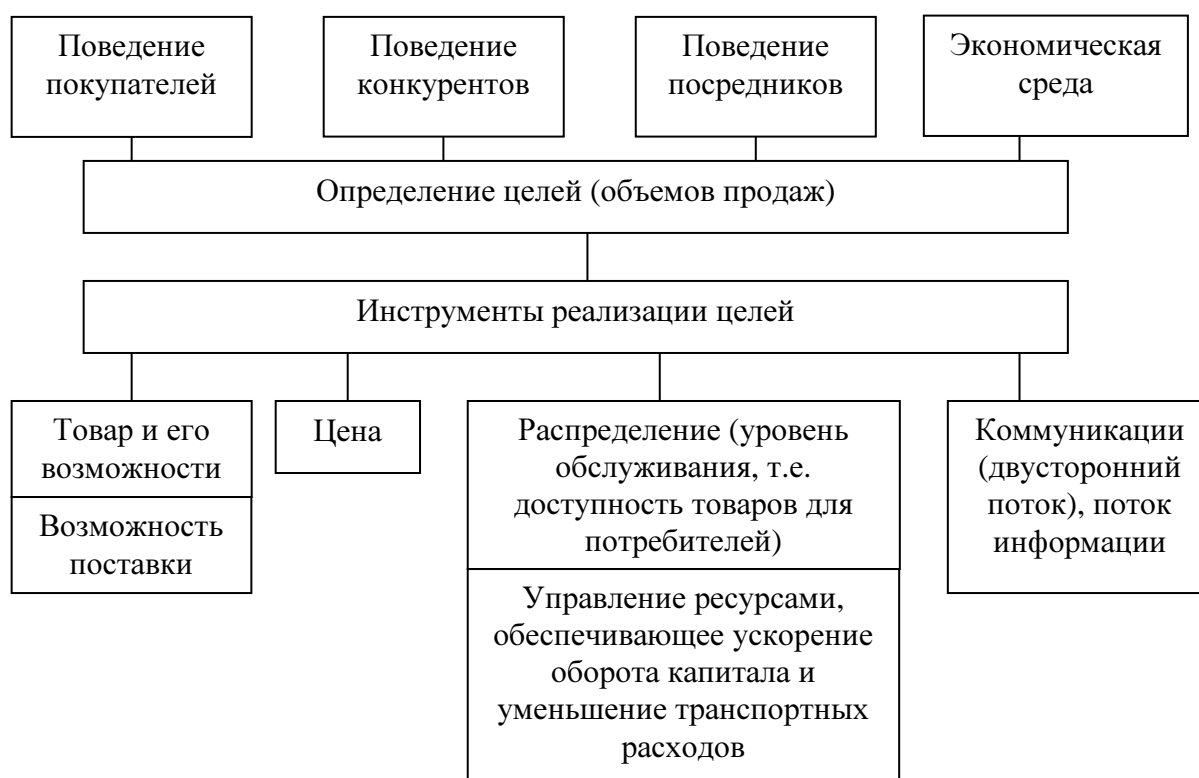


Рис. 3.3.4. Контроль за процессом реализации

При спаде из-за высоких цен сдерживается реализация всех товаров (услуг); спрос уменьшается, наблюдается спад производства и все это вместе ведет к кризису.

Вторым основополагающим принципом экономического обоснования объема розничного товарооборота является обеспечение необходимой взаимосвязи динамики показателей эффективности работы торгового предприятия и форм интенсификации. Динамика взаимосвязи показателей представляет собой норматив эффективности использования ресурсов и затрат.

В таком нормативе на первый план выдвигается получение необходимой массы прибыли, которая определяет взаимосвязанные с ней показатели, достижение конкретного объема товарооборота и рост физической массы продаж, обеспечение соответствия предлагаемых к реализации товаров спросу населения. Указанная стратегия основана на обеспечении сбалансированности розничного товарооборота и прибыли, с одной стороны, товарных ресурсов, розничного товарооборота и спроса населения по объему и структуре, с другой, а также на выработке оптимальных пропорций их развития.

Модель стратегического регулирования товарооборота, обеспечивающая сбалансированность спроса и товарного предложения, может быть представлена в следующем виде:

$$I_{tr} > I_t > I_3 > I_c,$$

где I — индекс соотношения фактических и базисных показателей; I_{tr} — товарные ресурсы или объем поступления товаров по количеству и ассортименту, соответствующий потребностям населения; I_t — объем розничного товарооборота; I_3 — объем нормативных товарных запасов (в стоимостном выражении); c — объем спроса населения (прогноз).

Для построения модели стратегического регулирования товарооборота, обеспечивающей эффективность хозяйственной деятельности торгового предприятия и достижение оптимального уровня прибыли, можно использовать несколько видов динамических нормативов:

$$I_{\text{чпр}} > I_{\text{бпр}} > I_{\text{вд}} > I_{\text{т}}$$

$$I_{\text{т}} > I_{\text{фт}} > I_{\text{фот}} > I_{\text{чр}}$$

$$I_{\text{пт}} > I_{\text{эоп}} > I_{\text{фо}} > I_{\text{фв}} > I_{\text{за}} > I_{\text{сзп}}$$

$$I_{\text{ро}} > I_{\text{р}}$$

$$I_{\text{оф}} > I_{\text{фт}} > I_{\text{обф}} > I_{\text{т}}$$

где бпр — балансовая прибыль; чпр — чистая прибыль; вд — валовые доходы; фт — фонды торговли (основные и нормируемые оборотные средства); фот — фонд оплаты труда; чр — численность работников; пт — производительность труда; фо — фондоотдача; фв — фондовооруженность; за — зарплатоемкость; сзп — средняя заработная плата; ро — ресурсоотдача; р — ресурсы торгового предприятия; оф — основные фонды; обф — оборотные фонды, эоп — эффективность оплаты труда.

При обосновании плановой (прогнозной) структуры розничного товарооборота, кроме вышеперечисленных основополагающих принципов, необходимо учесть сложившуюся и потенциальную сегментацию рынка, жизненный цикл товара, концепцию полезности и удовлетворенности потребительского выбора, обеспеченность населения данной продукцией, различные временные аспекты, прибыльность той или иной комбинации товаров и услуг, коэффициент насыщенности рынка.

Все виды продукции и услуг имеют определенный жизненный цикл. Концепция жизненного цикла товара исходит из того, что товар, как и все живое на земле, имеет свой возраст и подвержен старению, что, выходя на рынок даже с самыми великолепными, особенными потребительскими свойствами, он рано или поздно вытесняется с рынка другим более современным изделием. Характерные черты отдельных стадий жизненного цикла товара в основном сходны на всех рынках, хотя их продолжительность может различаться. Жизненный цикл товара определяет объем продаж и его прибыльность. Вступление товара в каждую новую стадию жизненного цикла требует изменения стратегии и тактики коммерческих служб, с тем чтобы лучше приспособить свою деятельность (плановую, закупочную, сбытовую и др.) к изменениям рыночной ситуации. Модель имеет большое практическое значение, поскольку ясно указывает, когда предприятию при реализации конкретного товара потребуются дополнительные средства, которые окупятся позже, и когда оно наоборот может получить более значительную прибыль и накапливать ее для значительных инвестиций (табл. 3.3.1).

Сегментация рынка — деление потребителей (или рынков) на подгруппы или сегменты. Она может осуществляться по группам потребителей, потребительским свойствам товара, основным конкурентам. Как известно, наиболее перспективным сегментом рынка считается тот, на котором находится примерно 20% данного товара и 70—80% его покупателей, что обеспечивает предприятия сбытовой и финансовый успех.

Понимание различий между отдельными типами потребителей имеет возможность персоналу торгового предприятия на стадиях закупок, планирования и реализации более тесно увязать потребности с предложением товаров и услуг.

Сегментация рынка по потребителям базируется на социально-экономических, демографических, географических, психологических признаках и аспектах образа жизни. Социальная группа определяется по уровню дохода, образованию, роду занятий; этническая — по национальности; демографическая — по возрасту, полу, религии, численности и жизненному циклу семьи и индивидуума; географическая — по делению на городское и сельское население, экономически развитые или развивающиеся страны; по психологическому признаку — по индивидуальным особенностям, покупательским мотивам, привычкам или предпочтениям. В основе выделения сегмента по аспектам образа жизни лежит жизненная активность, интересы, позиция и демография.

Таблица 3.3.1. Взаимобусловленность стадий жизненного цикла товара, соответствующих реакций на него ответных действий коммерческих служб

Характеристика	Этапы стадий жизненного цикла товара			
	внедрение	рост	зрелость	упадок
1	2	3	4	5
Уровень продаж	Низкий	Быстрый рост	Медленный рост	Снижение
Прибыль	Отрицательная, убытки	Максимальная	Снижение	Низкая или нулевая
Доход от реализации	Отрицательный	Небольшой	Высокий	Низкий
Потребители	Новаторы	Специфические сегменты рынка	Массовый рынок	Аутсайдеры
Конкуренция	Незначительная	Растущая	Много конкурентов-последователей	Снижающаяся
Цены	Дифференциация	Дифференциация и колебания	Стабильные	Защитная ценовая политика
Количество марок товара	Одна или несколько	Быстрое увеличение	Несколько новых	Быстрое уменьшение
Стратегия и тактика действий коммерческих служб на каждом жизненном цикле товара				
Стратегия	Расширение рынка	Проникновение на новые рынки	Сохранение доли рынка	Увеличение отдачи
Расходы по маркетингу	Высокие	Высокие (относительное снижение)	Снижаются	Низкие
Акцент в маркетинге	Знакомство с товаром	Предпочтение одной из марок	Верность «своей» марке	Выборочные
Сбытовая сеть	Небольшая	Интенсивная	Интенсивная, поиск случайных клиентов	Выборочная
Цены	Высокие	Снижаются	Самые низкие	Растут
Продукция	Основной тип	Использование уникальных свойств	Дифференциация	Рационализация
Усилия по продвижению товара на рынок	Высокие удельные расходы	Рост удельных расходов	Стабильные, рекламная компания по поддержанию	Быстрое снижение
Целевая группа покупателей	Первопроходцы	Первые последователи	Аутсайдеры	Специфические группы

Формирование спроса на рынке отдельного товара, потребительский выбор, поведение индивидуальных потребителей зависят от того, как удовлетворяются их потребности, какую полезность приносит тот или иной товар. Полезностью называют удовлетворение, которое получают от потребления товара или услуги. Различают общую и предельную полезность. Общая полезность — это удовлетворение, которое получают от потребления определенного набора единиц товара или услуги. Предельной полезностью называют полезность, равную приращению, увеличению общей полезности в результате приобретения дополнительной единицы данного товара. Предельная полезность отражает степень настоятельности потребности и тот эффект, который получит потребитель от следующей покупки данного товара или от дополнительного количества товара. На основе исследования теории предельной полезности выведен закон убывающей предельной полезности. Он формулируется так: «Если потребление других товаров остается неизменным, то по

мере насыщения потребности в каком-то товаре или услуге удовлетворение от последующей единицы этого блага падает». Перед торговыми работниками на уровне разработки плана и его исполнения встает вопрос, как удовлетворить потребности, чтобы они приносили равную предельную пользу. Теоретические исследования показывают, что максимум полезности достигается тогда, когда бюджет потребителя будет распределен таким образом, что предельная полезность одного рубля (100 р., 1000 р.) расходов одинакова для каждого товара. Изучение теории предельной полезности позволяет сделать ряд выводов, которые могут быть применены в практической работе торгового предприятия.

1. Потребительский выбор основан на рациональности использования бюджета и попытке максимизировать удовлетворение своих потребностей, покупая товары и оплачивая услуги в определенном их сочетании.

2. Потребители делают свой выбор путем сравнения наборов потребительских товаров и услуг. В набор могут входить товары повседневного и разового спроса, длительного пользования, продукты питания, хозяйственные товары и одежда, предметы роскоши и т. д. При этом покупка большого количества товаров, входящих в этот набор, наиболее предпочтительна.

3. Потребительские предпочтения ранжируются по степени важности для покупателя исходя из его доходов, аспектов жизни, социального положения. При этом предельная норма замещения одного товара (А) другим (В) представляет собой максимальное количество другого товара (В), которым человек готов пренебречь ради покупки одной дополнительной единицы товара «А».

4. Набор товаров, на покупку которых потребители расходуют свои доходы, зависит также от темпов роста покупательных фондов, изменения цен на основные взаимодополняющие, взаимозависимые и независимые товары, соотношения цен двух приобретаемых или заменяющих друг друга изделий.

5. Потребительский выбор может быть представлен либо в виде кривой безразличия (когда удается ранжировать порядковые свойства полезности альтернативного набора) или в виде функции полезности (если набор «С» предпочтительнее «А», то полезность набора «С» выше, чем «А»).

6. Чем больше потребляется товара, тем меньше приращение полезности.

7. Полезность максимизируется, когда соотношение предельных полезностей двух товаров равно соотношению цен.

На первый взгляд, такой анализ возможен только в условиях насыщенного рынка. Однако такое мнение ошибочно. В условиях ненасыщенного рынка и ограниченности покупательных фондов прогноз предполагаемого набора покупки, исходя из теории предельной полезности, исследуемой с помощью кривых безразличия, становится еще более важным.

Современная стратегия формирования программы производства и реализации, применяемая в зарубежной практике, построена на идее матрицы роста или «портфеля направлений» развития бизнеса, разработанной специалистами Бостонской группы (Boston Consulting Group). В соответствии с этой теорией можно условно классифицировать товары по прибыльности на «звезд», «дойных коров», «собак» и «трудных детей».

Для товаров, относимых к «звездам», характерна быстрая продажа, на обеспечение которой уходят большие суммы оборотных средств. Они пользуются большой популярностью, имеют высокую окупаемость. Обычно в этих случаях у предприятий наблюдается хорошая платежеспособность и устойчивое финансовое положение. С течением времени, по мере изменения их жизненного цикла, реализация «звезд» замедляется и они превращаются либо в «дойных коров», либо, если их доля на рынке сокращается и они теряют конкурентоспособность, в «собак».

Товары, условно относимые к «дойным коровам», имеют невысокие темпы роста продаж, однако их доля на рынке обычно высока и они способны приносить выручку в большом объеме. Спрос на такие товары устойчив, они приносят реальные устойчивые доходы, которые могут быть использованы для закупки новых товаров и поддержки реализации других. Реализация товаров под знаком «собаки» затруднена. Они требуют достаточно больших финансовых ресурсов, направленных на пополнение оборотных средств. Их сохранение в торговом ассортименте оправдано только целями обеспечения широкого выбора товаров.

Товары, относящиеся к категории «трудные дети», как правило, занимают небольшую долю на рынке (это новинки), имеют слабый спрос и низкую конкурентоспособность. И часто не ясно, станут

ли они «звездами» или «дойными коровами». Эта категория товаров требует, больших усилий по организации их продажи, включая специальную систему стимулов (скидок). Если же они превратятся в «звезды» или «дойных коров», необходимо направить дополнительные средства на организацию их реализации (по наблюдениям специалистов из 10 введенных на рынок товаров 8 снимается по следующим причинам: ошибочное определение спроса — 4,5%, недостаточная реклама — 25%, завышение цены — 20%, ответные действия конкурентов — 17%, неправильно выбранное время — 14%, товар требует доработки — 12%).

Ассортиментная политика — очень важная часть общей рыночной стратегии. Современная тенденция — продавать все товары «под одной крышей». Поэтому в основе деятельности торгового предприятия лежит не задача углубления ассортимента, а обеспечение его рентабельности. При этом следует помнить, что прибыльность можно достичь путем сужения ассортимента и путем добавления новых товаров. Рентабельность торговли тем или иным товаром не следует понимать слишком узко, как разницу между общим объемом реализации этого товара и его закупочной ценой вместе с издержками обращения. Более широкий взгляд на прибыльность лучше сформулировать так: повысится ли рентабельность торговли магазина, отдела, секции в целом, если будет принято решение включить данный товар в ассортимент. В универсальных магазинах применяют и другие способы оценки прибыльности того или иного товара в общем ассортименте: по оборачиваемости, по уровню валовых доходов, по балансовой прибыли, в расчете на 1 м² торговой площади.

Проведение ассортиментной политики требует принятия решения не только о включении новых товаров, но и о снятии товаров с продажи. Такое решение может быть принято в целях обновления продукции и обострения конкурентной борьбы. Однако и в данном случае необходимо учитывать критерий рентабельности, т. е. необходимо знать, не отразится ли исключение из ассортимента того или иного товара на общей прибыли отдела, секции, магазина.

В условиях ненасыщенного и насыщенного рынка при определении перспективного объема реализации конкретного товара необходимо предусмотреть требуемую корректировку предполагаемого спроса на возможную замену, исходя из товарооборачиваемости и характера переключения спроса с учетом воздействия и движения цен в условиях их многообразия и свободного ценообразования. Применительно к ненасыщенному рынку перспективный объем товарооборота /-го товара можно определить, используя следующую формулу:

$$T_i = (C_p \cdot K_y + (C_n \cdot K_z \cdot K_{nz})) \cdot K_{ic}$$

где T_i — перспективный объем товарооборота i -го товара, C_p — объем спроса, обеспеченный товарными ресурсами; K_y — коэффициент общей устойчивости спроса, C_n — объем спроса, не обеспеченного товарными ресурсами; K_z — коэффициент возможной замены; K_{nz} — коэффициент неустойчивости спроса при замене; K_{ic} — коэффициент изменения цен i -го товара.

Применительно к насыщенному рынку эта формула принимает вид

$$T = [(C^n - K_y) + (C^3 \cdot K_z \cdot K_{nz})] \cdot K_{ic}$$

где C^n — спрос, обеспеченный товарными ресурсами в соответствии с индивидуальным вкусом и требованиями к качеству; C^3 — спрос, подлежащий замене, для обеспечения соответствия индивидуальному вкусу и требованиям к качеству.

Структура розничного товарооборота должна определяться с учетом целевых установок и стратегии торгового предприятия, (сопровождаться анализом положения фирмы (предприятия). Прибыльность ассортимента и изучение новых концепций структуры продаж следует производить отдельно от оценки технических и технологических возможностей, поскольку, если будет закуплен высокорентабельный товар, его можно продать, организовав дополнительные рабочие места, или же выступить посредником в его реализации другому покупателю.

3.4. Анализ общего объема и ассортиментной структуры розничного товарооборота

Анализ розничного товарооборота осуществляется с целью выявления несоответствия сложившихся представлений в торговом предприятии о рынке с реальной ситуацией, чтобы произвести необходимые изменения, которые позволят увеличить объем продаж и прибыль. В ходе анализа определяется правильность оценки предприятием своих возможностей и возможностей конкурентов, а также правильность подходов к требованиям рынка.

Оценка достигнутых результатов является основой планирования организации розничной реализации товаров. Она позволяет определить оптимальный план сбыта, дает возможность руководителям торговых предприятий избежать непредвиденных проблем, предусмотреть основные изменения на рынке продаж и нести необходимые уточнения в план розничного товарооборота. Такой анализ розничного товарооборота позволяет оценить эффективность работы торгового предприятия в целом и каждого отдела, секции, работника в отдельности с точки зрения выполнения поставленных задач и может быть использован в качестве основы для прогнозных расчетов.

В процессе анализа розничного товарооборота можно получить ответы на следующие вопросы:

Были ли цели, задачи и основные направления реалистичны?

Были ли реалистичны масштабы, объемы?

Правильно ли была поставлена задача по широкой реализации продукции в свете изменений на рынке сбыта?

Правильно ли были изучены сильные и слабые стороны деятельности торгового предприятия (фирмы), имеющиеся проблемы, возможности и противодействия конкурирующих фирм?

Были ли реалистичными установленные нормы прибыли, и насколько они выполнены?

Были ли приемлемыми конечные основные направления деятельности в области организации закупок, сбыта и рыночной конъюнктуры, следует ли руководствоваться ими впредь или их необходимо изменить в будущем?

Были ли правильными предположения о доле рынка, принадлежащей предприятию; занятом на нем положении; действиях со стороны конкурентов и предпринимаемых действиях в ответ?

Были ли выделены наиболее эффективные сегменты потребительского рынка?

В каких отделах, секциях не достигнут план реализации, и правильно ли он выполнялся?

Были ли эффективными мероприятия по улучшению управления деятельностью и повышению трудовой активности?

Есть ли необходимость в изменении или переориентации долгосрочных и среднесрочных планов реализации продукции?

Изучение развития розничного товарооборота ведется с использованием оперативного ежедневного учета соответствующих плановых материалов, выборочных обследований, опросов экспертов и торговых агентов, данных инвентаризаций и периодических изданий, статистической отчетности.

Методика экономического анализа розничного товарооборота включает:

1) изучение выполнения плана розничного товарооборота в целом по предприятию и в разрезе структурных подразделений; изучение розничного товарооборота по составу (продажа населению и предприятиям, учреждениям и организациям); по отдельным организационным формам розничной торговли (стационар, передвижная, посылочная); по применяемым методам продажи (самообслуживание, традиционные методы, с применением автоматов, по каталогам, предварительным заказам, продажа за наличные и безналичные рубли и т. д.); исследование влияния важнейших факторов на объем розничного товарооборота (товарное обеспечение, в том числе по поставщикам, выполнение договорных обязательств, наличие необходимых товарных запасов, уровня товарооборачиваемости, изучение потребительского спроса, цен, совершенствование организационных форм и форм продажи, повышение производительности труда, обоснованность торговых надбавок, изменение торговых площадей и численности работающих и т. д.);

2) построение индексной цепочки взаимосвязи показателей;

3) выявление внутренних резервов расширения розничной торговли, увеличения объема товарооборота и улучшения его ассортиментной структуры.

Анализ розничного товарооборота производится в фактических и сопоставимых ценах в следующей последовательности:

- а) изучается объем розничного товарооборота, динамика, состав, структура в целом по торговому предприятию и в разрезе подведомственных подразделений, по методам продажи, в разрезе ассортиментной структуры товарооборота;
- б) строится индексная цепочка взаимосвязи показателей;
- в) делается факторный анализ;
- г) выявляются резервы роста;
- д) определяются возможности учета неиспользованных резервов при планировании объема реализации на будущий период.

Развитие розничного товарооборота оценивается с применением следующих видов анализа:
 анализа по временным рядам;
 оперативного;
 сравнительного;
 стратегического.

Анализ по временным рядам. Динамика розничного товарооборота характеризуется временными рядами, построенными за ряд истекших периодов с учетом изменения цен.

Индекс товарооборота в фактических ценах или в ценах соответствующих лет отражает изменение в анализируемом периоде объема реализации (q_{i0} — в базовом периоде за i -е число лет; q_{i1} — в отчетном периоде за i -е число лет) и цен на проданные товары (P_{i0} — в базовом периоде за i -е число лет; P_{i1} — в отчетном периоде за i -е число лет); n — число лет:

$$I_{qp} = \frac{\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0}}$$

Обязательным условием достоверности построенных временных рядов является выражение товарооборота в одинаковых (сопоставимых) ценах, т. Е. расчет индекса физического объема товарооборота, если предприятие ведет количественный и стоимостный учет:

$$I_p = \frac{\sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0}}{\sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0}}$$

Если же количественный учет не ведется, то индекс физического объема товарооборота (I_q) определяется соотношением индексов товарооборота в действующих ценах (I_{qp}) и индекса цен (I_p), исчисленного по схеме среднегармонического индекса:

$$I_p = \frac{\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0}} = \frac{\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1}}{\sum_{i=1}^n i p} = \frac{\sum_{i=1}^n q_{ij} * P_{ij}}{\sum_{i=1}^n i * p * q_{ij} * P_n}$$

где $ip = \frac{P_1}{P_0}$.

Индексные пересчеты позволяют определить не только относительные изменения розничного товарооборота, но и измерить влияние фактора количества и фактора цен это изменение.

Схема расчета при этом будет следующей:

$$\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1} = \sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0} = \left(\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i0} - \sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0} \right) + \left(\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1} - \sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i0} \right)$$

где $\left(\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i0} - \sum_{i=1}^n q_{i0} * P_{i0} \right)$ — влияние количества; $\left(\sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i1} - \sum_{i=1}^n q_{i1} * P_{i0} \right)$ - влияние цен

влияние цен.

Данная методика расчета и пересчета индексов позволяет установить тенденции в развитии товарооборота.

Сравнение тенденций развития розничного товарооборота с тенденциями развития других показателей, проведенное при помощи графического метода анализа, позволяет выявить соответствие направлений их изменения принятым целям и задачам.

Оперативный анализ. Значимость оперативного анализа в современных нестабильных условиях переходного периода с ориентацией целей на прибыль, обеспечение конкурентоспособности значительно возросла. Оперативный анализ позволяет сделать своевременную корректировку управленческих решений, что дает возможность достичь запланированных целей развития.

Оперативный анализ осуществляется по данным ежедневного поименного учета продаж в стоимостном выражении в целом по предприятию, его подразделениям. Количество покупок за этот же период определяется по чекам. На основании ежедневного учета производится накопительный по пятидневкам, декадам от поставки до поставки, в сравнении с планово-расчетными показателями, с нормативом, с однотипными предприятиями.

Оперативный учет и накопительный анализ ведутся в журналах в произвольном виде. В ходе его необходимо отразить цели анализа и его задачи. Такие данные позволяют выявить отклонения от заданий и нормативов, определить ритмичность, равномерность реализации, сезонную колеблемость, соответствие режима работы потоку покупателей. Ежедневный учет продаж дает возможность определить:

- улучшается или ухудшается продажа из месяца в месяц;

- какие изделия (услуги) продаются хорошо, какие плохо;

- в какой части города (местожительства) те или иные изделия имеют наибольший спрос;

- наблюдаются ли в продаже за последний год существенные взлеты, и падения;

- сколько заказов на покупку какого-то товара вы получили от покупателя за последние 12 месяцев;

- известно ли общее количество продаж и заказов не только в стоимостном, но и натуральном исчислении;

- какую прибыль или убыток приносит реализация конкретного ассортимента;

- какие товары выходят из моды;

- какое время года способствует продаже, какое — нет;

- изделия каких поставщиков, с каким оформлением и каких моделей предпочитают покупатели в первую очередь;

- как идут дела в подведомственных подразделениях;

- как реализуются новые товары, не теряют ли рынок сбыта старые.

Подобный учет продаж позволяет не только оценить состояние продаж, но и выявить причины их уменьшения, что даст возможность принять правильные управленческие решения по устранению негативных моментов, ускорению оборачиваемости товаров и снижению издержкостоемкости торгового процесса, а тем самым и повышению конкурентоспособности фирмы.

Основными причинами снижения объема продаж могут быть действия конкурентов; устаревший ассортимент; ассортимент, не соответствующий спросу покупателей; узость ассортимента (артикулы не отличаются друг от друга); неудовлетворительное обслуживание; неэффективная работа коммерческих служб, некачественное и неполное исполнение коммерческих функций; товар поступает с опозданием и не в таких объемах, как это необходимо для развития товарооборота.

В зарубежной практике накопительный анализ ограничен не: дельным циклом. В предпринимательстве этот цикл считается наиболее удачным, и он связан со сроками выплаты заработной платы. В торговле и сфере обслуживания неделя — еще более естественный отрезок времени. Каждый день недели по объему проданных товаров имеет ярко выраженный характер, что отражает множество факторов. В понедельник накопившаяся за выходные дни усталость сопровождается снижением покупательских намерений, по пятницам — спешка и сборы, поездки за город, походы за покупками и истощившиеся запасы продуктов в кладовой и холодильниках, полный кошелек в день полочки и пустой — за день до нее (как известно, за рубежом заработная плата выплачивается еженедельно, в нашей практике установлен 15-дневный интервал).

Качественный оперативный учет в разрезе ассортиментной структуры розничного товарооборота возможен при помощи ЭВМ и многосчетчиковых кассовых машин, агрегированных со специальными приставками.

Важным условием обеспечения управляемости процессом развития розничного товарооборота служит ритмичность реализации товаров за тот или иной промежуток времени. Требования к ритмичности обуславливаются не только непрерывностью потребления и производства, но и необходимостью обеспечения поступательного выполнения планового задания, что обеспечит своевременность поступления денег на расчетный счет и оплаты счетов за поставку товаров, ускорение товарооборачиваемости, а тем самым прибыльность и конкурентоспособность. Нормально работающие предприятия имеют относительно постоянную величину товарооборота по дням недели с учетом специфики продажи товаров каждого дня.

Анализ ритмичности по данным оперативного учета производится с использованием графического метода и по коэффициенту ритмичности, который определяется отношением ежедневного фактического товарооборота (в пределах плана) к ежедневному плановому:

$$K_p = \sum_{i=1}^n \frac{T_{\phi}^i}{T_{пл}^i}$$

где K_p — коэффициент ритмичности; T_{ϕ}^i — фактический товарооборот (не выше плана) за i -й день; $T_{пл}^i$ — плановый товарооборот на i -й день; n — число дней в анализируемом периоде.

Коэффициент ритмичности выражается числами от 0 до 1. Приближение показателя к 0 свидетельствует о неритмичности реализации, а к 1 — о более ритмичной работе розничного торгового предприятия.

Оценка сезонности колеблемости продаж осуществляется двумя методами: на основе эмпирических данных выявляют общую тенденцию (с использованием методов скользящей средней или по уровню прямой параболы второго порядка), а затем фиксируют сезонные колебания с помощью графического метода, используя информацию о показателях фактического объема розничного товарооборота по месяцам за ряд лет.

Сравнительный анализ розничного товарооборота проводится в целях оценки позиций предприятия на рынке и выявления резервов роста объема продаж в сравнении с другими предприятиями, нормативами, с достижениями наиболее удачливых конкурентов. Сравнивают обычно следующие показатели: общий объем розничного товарооборота, темп роста сопоставимого товарооборота, удельный вес в товарообороте основных товарных групп, средний оборот на одного продавца и на одного работающего, удельный вес мелкооптовой продажи, среднюю стоимость покупок, формы продажи, режим работы, товарооборот в расчете на 1 м² торговой площади.

При проведении сравнительного анализа чаще всего используются методы группировок, ранжирования, логический, прямого сравнения. Группировка предприятий производится в зависимости от товарного профиля магазина, степени их специализации, форм продажи, торговой площади, форм собственности. Схему сравнения конкурентоспособности фирм (предприятий) можно представить следующим образом (табл. 3.4.1).

Таблица 3.4.1. Сравнительная оценка рыночных позиций конкурентов

Название фирмы	Оценка доли товарооборота на рынке, %	Рост доли товарооборота	Неизменная доля товарооборота	Сокращение доли товарооборота	Общее впечатление		Ранг по степени представляемой угрозы
					улучшение позиций	ухудшение позиций	

Стратегический анализ. В основе современного анализа работы предприятий (фирм) лежит анализ стратегий. Известно несколько подходов к проведению такого анализа: анализ стратегии по Минцбергу и анализ конкуренции по Портеру.

В 1984 г. была опубликована статья М. Минцберга (США) «Стратегия в трех видах», в которой отражены новые взгляды на решающие факторы успеха. По Минцбергу различают три

различных типа развития стратегии: плановая модель, модель предпринимательского типа, модель обучения на опыте.

По плановой (портфельной) модели определение стратегии — что обдуманый, осознанный и контролируемый процесс. Эта модель рассматривает стратегию как процесс планирования, в соответствии с моделью назначаются исполнители, ответственные за разработку стратегии. Модель предполагает, что за определением стратегии в установленное время автоматически последует ее реализации.

По модели предпринимательского типа формулировка стратегии — это полусознанный процесс, который происходит в уме лидера-предпринимателя. Свое видение сценария развития бизнеса предприниматель строит на основе логики функционирования отраслей и осмысливания имеющихся тенденций.

Модель обучения на опыте основана на следующих моментах:

- определение стратегии развивающихся и одновременно повторяющихся процессов требует взаимной отдачи и восприимчивости;

- стратегия представляет собой модель, чутко реагирующую на воздействие внешних факторов, а потому стратег должен быть готовым пересмотреть в случае необходимости выбранную линию поведения

Осмысление вшепредложенных моделей показало, что успех фирмы зависит от умелого сочетания всех трех моделей, без предоставления исключительного права одной из стратегий.

Анализ конкуренции по Портеру, как часть стратегического и сравнительного анализа, ставит перед собой цель оценить, какие изменения в стратегии могут предпринять ваши конкуренты и в связи с этим как фирма с учетом их действий может использовать свои преимущества.

Он содержит ответы на следующие вопросы:

1. Каковы шансы ваших конкурентов на успех?
2. Как данный конкурент скорее всего отреагирует на возможные стратегические ходы других конкурентов?
3. Как отреагировали бы конкуренты на возможные многочисленные изменения в отрасли и внешнем окружении?
4. С кем в отрасли вы хотели бы соперничать и какими средствами?
5. Чего конкурент надеется добиться своими стратегическими ходами, и как вам следует его рассматривать?
6. От чего вам следует держаться подальше, чтобы избежать провокационных контрмер, которые могут причинить вам неприятности или вызвать дополнительные затраты?

Анализ конкуренции включает следующие компоненты:

будущие цели	Знание целей конкурента позволяет определить его удовлетворенность своим положением и финансовыми результатами, а тем самым позволит спрогнозировать его действия
предложения	Оценка конкурентом самого себя. Предложения конкурентов относительно отрасли и других действующих в ней предприятий
возможности	Оценка слабых и сильных сторон конкурентов, их возможностей и угрожающих факторов
текущая стратегия	Оперативная программа, разработанная для каждого подразделения (явная или скрытая)

Знание компонентов анализа позволит ответить на вышеставленные вопросы.

На рынке действует пять сил конкуренции:

- проникновение новых конкурентов;
- угроза появления на рынке новых товаров-субститов, произведенных по новой технологии;
- возможности покупателей;
- возможности поставщиков;
- конкуренция между компаниями, укрепившимися на рынке.

Интенсивность конкуренции определяется следующими факторами:

1. Большое число конкурентов или примерное равенство сил.

2. Медленный рост отрасли.
3. Высокий уровень постоянных издержек в виде накладных расходов или стоимости товарно-материальных запасов.
4. Отсутствие уникальности (издержек конверсии).
5. Количественный скачок в мощностях.
6. Различного рода конкуренты.
7. Высокая стратегическая значимость.
8. Высокие выходные барьеры.

Группа покупателей (торговые предприятия) обладает силой, если она удовлетворяет следующим критериям:

- она сконцентрирована или покупает относительно большие объемы товаров;
- продукция, которую она покупает, представляет важную часть закупок в отрасли производства;
- продукция, которую она покупает, стандартизирована;
- она нечувствительна к издержкам конверсии (уникальна);
- ее нормы прибыли невелики;
- от продукции отрасли не зависит качество обслуживания или оказываемых услуг;
- она хорошо информирована.

Поставщики оказывают сильное давление на потребителей, угрожая поднять цену, снизить качество товаров, в условиях дефицита продать товар другому покупателю. Сильные поставщики (монополисты) могут снизить прибыльность продажи товаров и рознице, так как не всегда удается покрыть рост издержек значительным ростом цен.

Позиции поставщиков сильнее по сравнению с позициями покупателей при следующих условиях:

- когда они занимают доминирующее (монопольное) положение на рынке данной продукции;
- когда отсутствует конкуренция с производителями заменителей их продукции;
- когда торговля не является самым важным заказчиком;
- когда продукция поставщика имеет важное значение для торгового предприятия и она уникальна;
- когда поставщики настолько сильны, что могут проникнуть и торговую деятельность (фирменные магазины).

Применительно к розничному товарообороту стратегический анализ означает: проверку своей стратегии (прибыль, доля на рынке, завоевание покупателя) на конкурентоспособность посредством оценки правильности применения различных стратегических моделей (плановая, предпринимательского типа, обучения на опыте) и уровня конкуренции через сравнение плановых и достигнутых объемов продаж по сравнению с однотипными магазинами. Вышеизложенная методика анализа розничного товарооборота показана на условном примере торгового предприятия «Меркурий».

Анализ проводится в следующей последовательности:

1. Логическая оценка исходной информации.
2. Анализ по временным рядам с приведением товарооборота в сопоставимый вид с учетом среднего индекса розничных цен на товары народного потребления (табл. 3.4.2)

Таблица 3.4.2. Расчет среднего индекса цен на отечественные товары, реализуемые на торговом предприятии «Меркурий», млн. руб.

Наименование групп товаров или отдельных товаров	Розничный товарооборот в фактических ценах	Индекс цен отчетного года в процентах к предыдущему	Розничный товарооборот в сопоставимых ценах
Одежда	59189	980	$59189/980 \cdot 100 = 6039,7$
Обувь	48090	1213	$48090/1213 \cdot 100 = 3964,5$
Культурно-бытовые товары длительного пользования	22710	1700	$22710/1700 \cdot 100 = 1336$
Хозяйственные товары	20000	790	$20000/790 \cdot 100 = 2532$

ИТОГО непродовольственные товары	149989	10,81	149989/13872,2 = 10,81
Продовольственные товары, реализованные по свободным ценам	65000	1117	65000/1117*100=5819,2
Продовольственные товары, реализованные по регулируемым ценам	13605,2	200	13605,2/200*100=6802,6
ИТОГО продовольственные товары	78605,2	5,57	78605,2/12621,8=5,57
ВСЕГО	228594,2	10,44	228594,2/26494=10,44

Среднегодовой темп изменения розничного товарооборота рассчитывается по формуле средней геометрической:

$$\bar{X} = \sqrt[n]{T_n / T_1},$$

где \bar{X} - среднегодовой темп изменения; T_1 – товарооборот первого года динамического ряда; T_n – товарооборот последнего года динамического ряда; n – число лет.

$$X = \bar{X} = \sqrt[3]{2536,9 * 100 / 1244} * 100 = 142,8\%.$$

Темп изменения товарооборота текущего года к предыдущему (отчетному) равен 105,1% (26494/25195,8 * 100).

- Анализ товарооборота за текущий период в целом по предприятию, в разрезе подведомственных подразделений, по составу, структуре, кварталам, месяцам, декадам (табл. 3.4.3; 3.4.4.; 3.4.5).
- Построение индексной цепочки взаимосвязи показателей: для отчетного года (в скобках для наглядности приведены фактические данные из расчетов):

$$I_{np}^{(2,4)} < I_{\text{вод}}^{(3,2)} > I_T^{(2,1)} > I_p^{(0,7)} > I_{\text{обф}}^{(0,42)} < I_{\text{ФОТ}}^{(3,5)} > I_q^{(1,0)}$$

для текущего года:

$$I_{np}^{(0,73)} < I_{\text{вод}}^{(1,51)} > I_T^{(1,05)} < I_p^{(1,1)} < I_{\text{обф}}^{(01,89)} > I_{\text{ФОТ}}^{(1,42)} > I_q^{(1,01)}.$$

5. Факторный анализ. Как известно, на объем розничного товарооборота оказывают влияние факторы внутреннего характера, связанные с:

- использованием основных фондов (табл. 3.4.6);
- использованием трудовых ресурсов (табл. 3.4.7);
- товарным обеспечением (табл. 3.4.8) и др.

1. Благоприятное влияние на розничный товарооборот оказывает прирост торговой площади и более рациональное ее использование.

Расчет влияния:

- Изменение торговой площади: $8,124 * 350 = +2843,4$ млн. руб.
- Изменение эффективности использования торговых площадей: $-0,776 * 3300 = -2560,8$ млн. руб.
- Общее влияние: $2843,4 - 2560,8 = +282,6$ млн. руб.

2. Вторая группа факторов, оказывающих влияние на розничный товарооборот, связана с эффективностью использования трудовых ресурсов. Методом цепных подстановок или способом разниц можно подсчитать, в какой мере повлияли на объем розничного товарооборота изменения численности работников и производительности их труда (объем розничного товарооборота (Т) можно представить произведением численности работников (Ч) и производительности их труда (П_Т): $T = Ч * П_T$.

Таблица 3.4.3. Анализ выполнения планового задания по розничному товарообороту по месяцам, кварталам за текущий год, млн. руб.

Периоды	Отчетный год	Текущий год	Изменение
---------	--------------	-------------	-----------

года							удельного веса, (+,-)	
	удельный вес в товарообороте, %	план в пересчете на фактически сложившиеся цены, млн. руб.	фактическое (ожидаемое) выполнение, млн. руб.	фактический товароборот в процентах к плану	удельный вес в плановом товарообороте, %	удельный вес в фактическом товарообороте, %	по сравнению с отчетным годом	по сравнению с отчетным годом
Январь	25,2	1437	1124	78,2	29,9	23,8	-1,4	-6,1
Февраль	36,4	1616	1697,3	105	33,7	35,9	-0,5	+2,2
Март	38,4	1744	1905,3	109,2	36,4	40,3	+1,9	+3,9
Итого 1 квартал	100	4797	4727	98,5	100	100	-	-
Удельный вес квартала в годовом товарообороте	22,7	18,4	17,8	-	-	-	-4,9	-0,6
Апрель	31,7	2000	2341,5	117,1	30,3	34,4	+2,7	+4,1
Май	34	2200	2400,4	109,1	33,3	35,3	+1,3	+2
Июнь	34,3	2400	2058	85,8	36,4	30,3	-4	-6,1
Итого 2 квартал	100	6600	6800,4	103	100	100	-	-
Удельный вес квартала в годовом товарообороте	24,2	25,4	25,7	-	-	-	+1,5	+0,3
Итого 1 полугодие	46,9	43,8	43,5	100,1	-	-	-3,4	-0,3
Июль	30,3	2300	2143,4	93,2	31,9	30,5	+1,6	-1,4
Август	30,9	2400	2479,1	103,3	33,3	35,3	+2,4	+2
Сентябрь	36,8	2500	2395,8	95,5	34,8	34,2	-4	-0,6
Итого 3 квартал	100	7200	7018,3	97,5	100	100	-	-
Удельный вес квартала в годовом товарообороте	26	27,7	26,5	-	-	-	+0,5	-1,2
Итого 9 месяцев	72,9	71,5	70	99,7	-	-	-2,9	-1,5
Октябрь	32,3	2300	2271,4	98,8	31,1	28,6	-3,7	-2,5
Ноябрь	29,1	2400	2597,9	108,2	32,4	32,7	+3,6	+0,3
Декабрь	38,6	2700	3078,9	114	36,5	38,7	+0,1	+2,2
Итого 4 квартал	100	7400	7948,2	107,4	100	100	-	-

Удельный вес квартала в годовом товарообороте	27,1	28,5	30	-	-	-	+2,9	+1,5
Всего за год	100	25997	26494	101,9	100	100	-	-

Таблица 3.4.4. Анализ выполнения плана товарооборота по отделам торгового предприятия за текущий год (в сопоставимых ценах, млн. руб.)

Номер отдела	Отчетный год (в ценах текущего года), тыс. руб.	Текущий год в фактических ценах			Текущий год в процентах к отчетному	Удельный вес в ожидаемом товарообороте, %	Потери товарооборота (ремонт и другие причины)
		план, тыс. руб.	фактически (ожидаемое выполнение), тыс. руб.	процент выполнения			
1. (одежда, обувь)	10656,5	12600	10727,9	85,1	100,7	40,5	-
2. («Хозяюшка»)	5976,4	5287	4272,1	80,8	71,5	16,1	-
3. (СКВ)	2,557	1730	5090	294,2	199,1	19,2	-
4. (продовольственные товары)	6005,9	6380	6404	100,4	106,6	24,2	-
Всего	25195,8	25997	26494	101,9	105,1	100	-

Таблица 3.4.5. Анализ структуры розничного товарооборота за текущий год, млн. руб.

Товарные группы	Структура розничного товарооборота в отчетном году	Структура товарооборота в текущем году		Изменение структуры (+,-)	
		план	факт	по сравнению с отчетным периодом	по сравнению с планом
Продовольственные товары	20,6	25	24,2	+3,6	-0,8
В том числе реализация по регулируемым ценам	22,9	22	21,9	-1	-0,1
Непродовольственные товары	67	68,8	56,6	-10,4	-12,2
В том числе:					
обувь	14,3	36,3	39,1	+25,2	+3,2
одежда	18,9	34,1	32,1	+13,2	-2
культурно-бытовые	47,6	16,8	15,1	-32,5	-1,7

товары					
хозяйственные товары	19,2	12,8	13,3	-5,9	+0,5
Реализация товаров, закупленных за СКВ	12,4	6,7	19,2	+6,8	+12,5
В том числе:					
обувь	26,4	23,1	27,8	+1,4	+4,7
одежда	37,5	21,4	36	-1,5	+14,6
культурно-бытовые товары	25	35,1	24,1	-0,9	-11,2
хозяйственные товары	11,1	10,2	12,1	+1	+1,9
Всего	100	100	100	-	-

Таблица 3.4.6. Расчет влияния на товарооборот факторов, связанных с использованием основных фондов

Показатели	Отчетный год	Текущий год	Изменение, (+,-)	Влияние на товарооборот
Розничный товарооборот (без мелкого опта и мелкой розницы), млн. руб.	23976,4	24250	+282,6	+282,6
Торговая площадь, м. кв.	2950	3300	+350	+2843,4
Товарооборот на 1 м.кв., млн. руб.	8,124	7,348	-0,776	-2560,8

Таблица 3.4.7. Оценка эффективности использования трудовых ресурсов

Показатели	Отчетный год	Текущий год	Изменение, (+,-)	Текущий год в процентах к отчетному
Товарооборот в сопоставимых ценах, млн. руб.	25195,8	26494	+1298,2	106,1
Среднесписочная численность работников, чел.	529	522	-7	98,7
Среднесписочная численность торгово- оперативных работников, чел.	460	457	-3	99,3
Удельный вес торгово- оперативных работников	86,9	87,5	+0,6	-
Отработано дней в среднем на одного работника	240	236	-4	98,3
Среднегодовая	47,63	50,75	+3,12	106,6

выработка на одного работника, млн. руб.				
Среднедневная выработка на одного работника, млн. руб.	198,4	215,2	+17	108,6
Среднедневная выработка на одного торгово-оперативного работника, млн. руб.	228	246	+18	107,9

Таблица 3.4.8. Расчет влияния факторов, связанных с товарным обеспечением (на основании товарного баланса)

Показатели	Отчетный год	Текущий год	Изменение, (+,-)	Влияние на товарооборот
Запасы на начало года	1202	665,3	-536,7	-536,7
Розничный товарооборот	25195,8	26494	+1298,2	+1298,2
Прочий расход	33	47	+17	-17
Поступление	24692,1	26473,2	+1781,1	+1781,1
Запасы на конец года	665,3	597,5	-67,8	+67,8

Расчет влияния указанных факторов производится по схеме, приведенной в табл. 3.4.9.

Расчет влияния каждого фактора в результативном показателе:

- влияние изменения среднесписочной численности работников:

$(-7) * 47,63 = -333,41$ млн. руб.

- влияние потерь рабочего времени:

$522 * (-4) * 228 * 86,9 / 100 = -413,7$ млн. руб.

- изменение производительности труда:

$522 * 236 * (+18) * 86,9 / 100 = 1926,9$ млн. руб.

- изменение удельного веса торгово-оперативных работников:

$522 * 236 * 246 * (0,6) / 100 = 181,8$ млн. руб.

- общее влияние:

$(-333,4) + 181,8 + 1926,9 + (-413,7) = 1361,6$ млн. руб.

Метод цепной подстановки позволяет определить размер перевыполнения (недовыполнения) планового задания по розничному товарообороту:

- пересчитанный товарооборот при фактической среднесписочной численности работников и плановой среднегодовой выработке составил 24847,2 млн. руб. ($522 * 47,6$), плановый товарооборот – 24198,2 млн. руб. (при плановой выработке и численности), фактический 26494 млн. руб. (при фактической численности выработке);

- в результате уменьшения среднесписочного состава работников объем товарооборота снизился на 348,6 млн. руб. ($24847,2 - 25195,8$);

- рост среднегодового объема товарооборота (выработки) на одного работника способствовал росту розничного товарооборота на 1646,8 млн. руб.

- общее влияние: 1298,2 млн. руб. ($1646,8 - 348,6$).

Влияние указанных факторов можно определить и с помощью других методов, таких как:

- способ разниц:

$$\Delta\text{Ч} * \text{Пт} = (-7 * 47,63) = - 333,4 \text{ млн. руб.}$$

$$\Delta\text{Пт} * \text{Ч}_1 = (+3,12 * 522) = 1628,6 \text{ млн. руб.}$$

$$\text{Ов} = 1628,6 - 333,4 = 1295,2 \text{ млн. руб.}$$

- интегральный метод:

$$\text{а) } \Delta\text{Ч} * \text{Пт} + (\Delta\text{Ч} * \Delta\text{Пт}) / 2 = -7 * 47,63 + (-7 * 3,12) / 2 = - 344,32 \text{ млн. руб.}$$

$$\text{б) } \Delta\text{Ч}_0 * \Delta\text{Пт} + ((\Delta\text{Ч} * \Delta\text{Пт}) / 2) = 3,12 * 522 + ((-7 * 3,12) / 2) = 1628,6 \text{ млн. руб.}$$

$$\text{в) } 1628,6 - 344,3 = 1284,3 \text{ млн. руб.}$$

3. Объем розничного товарооборота (Т) находится в прямой зависимости от объема и структуры поступления товаров (П), изменения величины запасов товаров (Зн – на начало, Зк – на конец периода), прочего выбытия (В). Между перечисленными выше величинами имеется определенная балансовая связь. Она выражается формулой товарного баланса:

$$\text{Зн} + \text{П} = \text{Т} + \text{В} + \text{Зк}$$

Используя формулу товарного баланса, можно определить величину каждого из слагаемых.

Корреляционная зависимость между розничным товарооборотом и определяющими его факторами может быть отражена в виде линейной всвязи:

$$Y_x = a_0 + a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3 + \dots + a_n * x_n$$

где Y_x – объем розничного товарооборота; a_0 – свободный член уравнения; $a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$ – параметры уравнения или коэффициенты регрессии при соответствующем $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ – факторы, влияющие на объем розничного товарооборота.

Для решения многофакторного корреляционно-регрессионного уравнения целесообразно использовать ЭВМ.

Завершается факторный анализ определением обобщенного влияния факторов на товарооборот (табл. 3.4.9).

Таблица 3.4.9. Обобщающее влияние факторов

Факторы	Повлияли на объем товарооборота в текущем году, млн. руб.
Связанные с:	+1295,2
- товарным обеспечением	
- эффективностью использования трудовых ресурсов	+1309,8
- обеспеченностью основными фондами	+282,6
Прочие факторы*	+1589,4
ИТОГО	+1298,2

* По наблюдениям их доля составляет 6 % от объема товарооборота. К прочим факторам относятся уменьшение количества покупок, снижение покупательной способности в связи с ростом цен, ухудшение ассортиментной структуры товарооборота.

4. Следующий этап анализа — оценка ритмичности и равномерности выполнения плана товарооборота.

Используя ранее приведенную формулу, на примере декабря месяца, когда увеличивается покупательная способность населения (оценку ритмичности целесообразно производить по всем месяцам года), производят расчет коэффициента ритмичности для каждой декады исследуемого периода.

В первой декаде декабря он был равен 0,93, во второй — 0,70, в третьей — 1,12 при общем выполнении плана за декабрь на 114 %.

Коэффициент равномерности выполнения плана (Кравн) обычно определяют по следующим формулам:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(X - \bar{X})^2}{n}}$$

$$V = \frac{\delta * 100}{\bar{X}}$$

$$\text{Крavn} = 100 - V,$$

где X — процент выполнения плана или темп изменения товарооборота за каждый месяц, декаду; \bar{X} — процент выполнения плана товарооборота за год; n — число месяцев, кварталов, декад.

5. Оценка достигнутых результатов по объему розничного товарооборота только на основе вышеприведенных расчетов будет неполной, если не провести сравнение с такими же показателями по другим торговым предприятиям. С этой целью необходимо сгруппировать предприятия по признаку сопоставимости: по торговой площади, численности занятых, условиям работы, местоположению, сегменту рынка, ассортименту и т. д. (табл. 3.4.10).

Таблица 3.4.10. Группировка предприятий для сравнительного анализа

Торговое предприятие	Объем розничного товарооборота	Уровень рентабельности	Товарооборот в пересчете на одного работника	Товарооборот в расчете на 1 м.кв.	Темп роста сопоставимого товарооборота
«Весна»	28344,4	3,5	51,1	8,2	106,7
Универсам 1	30729,5	4,0	55,2	11,5	108,7
«Тысяча мелочей»	32748,7	4,2	53,9	10,3	109,4
Универсам 2	27134,8	2,9	51,4	7,4	104,1
«Меркурий»	26494	3,7	50,75	8,1	105,1

Проведенный анализ свидетельствует о снижении темпов роста розничного товарооборота, ухудшении обслуживания, сужении ассортимента реализуемых товаров. Так, при значительном увеличении объема розничного товарооборота в текущем году в фактических ценах в сопоставимых он вырос только на 5,1 %. Основными причинами создавшегося положения стали недостаточная ритмичность и равномерность выполнения плана товарооборота практически на протяжении всего года. План товарооборота не выполнен в I и III кварталах и значительно перевыполнен во II и IV.

В первом квартале не выполнен план января; во втором — июня; в третьем — июля, сентября, в четвертом — октябри. Процент выполнения плана товарооборота по месяцам колеблется от 78,2 % (январь) до 114 % (декабрь). Отсутствие ритмичности в работе торгового предприятия подтверждается удельным весом каждого месяца в квартале. Самым низким он был в начале квартала (I квартал — январь 23,8 %, март — 4"3 %), самым высоким — в конце. Отсутствие равномерной Нагрузки подтверждается данными об удельном весе каждого квартала в годовом товарообороте (I квартал — 17,8 %, II квартал — 25,7 %, III квартал — 26,5 %, IV. квартал — 30.%). Основной вклад в выполнение плана розничного товарооборота внес отдел, реализующий товары, закупленные за СКВ (:ia счет курса валют). Если в отчетном году удельный вес Них товаров в объеме товарооборота составлял 12,4 %, то в текущем году он уже вырос до 19,2 %. Вместе с тем значительно снизился удельный вес культурно-бытовых товаров длительного пользования, стабилизировался и даже увеличился — одежды и обуви. Такая тенденция в развитии розничного товарооборота — результат снижения покупательной способности населения и других причин.

Низкая эффективность управления торговым предприятием «Меркурий» подтверждается нарушенной индексной цепочкой взаимосвязи показателей как в отчетном, так и в текущем годах. Высокий темп роста валового дохода при более низком темпе роста розничного товарооборота свидетельствует о росте цен. Вместе с тем все увеличивающиеся темпы роста издержек обращения не позволили реализовать возможности роста цен и индекс прибыли составил 2,4 при 3,2 — валовых доходов. При этом в отчетном году было обеспечено почти полное вовлечение в товарооборот имеющихся материалов и трудовых ресурсов. Но вместе с тем темп роста фонда оплаты обогнал не только темп роста товарооборота, прибыли, но даже валовых доходов.

«Проедание» полученной прибыли подтверждает ошибочность целевой установки развития предприятия. Нарушение индексной цепочки взаимосвязи показателей зафиксировано и в текущем году, когда темпы снижения эффективности работы торгового предприятия стали более значительными. Размеры индексов более низкие. Предприятие не сумело соответствующим образом использовать свои ресурсы.

Факторный анализ подтверждает выявленную тенденцию. Так, при увеличении торговой площади магазина на 350 м² товарооборот магазина мог повыситься более чем на 10 %. Однако] снижение эффективности использования имеющихся торговых площадей привело к уменьшению товарооборота. В результате общее влияние на товарооборот факторов, связанных с использованием основных фондов, оказалось незначительным, чуть более 1 % (+282,6 тыс. р.).

Совокупное влияние на объем розничного товарооборота факторов, связанных с трудовыми ресурсами, положительное (+1300,8 тыс. р.). Одной из причин неудовлетворительного развития розничного товарооборота стала проблема с товарным обеспечением. В начале года ощущался недостаток товарных запасов, к концу — излишек, что обусловлено в данный период снижением покупательной способности населения и увеличением в составе запасов удельного веса товаров, пользующихся ограниченным спросом не только из-за несоответствия ассортимента, качества, но и из-за значительного роста цен, не соответствующего потребительским свойствам товара.

Сравнение достигнутых результатов по объему розничного товарооборота и другим показателям с результатами работы сопоставимых торговых предприятий показывает, что торговое предприятие «Меркурий» не использовало все возможности увеличения объема реализации.

3.5. Методы прогнозирования и планирования розничного товарооборота

Прогноз продаж включает как субъективный (мнение специалистов), так и объективный (экономико-математические расчеты) элементы. Процессы планирования — определение ключевых факторов экономической ситуации (внешние и внутренние факторы), подбор исходной информации, анализ развития товарооборота (продаж) в прошлом периоде. Составными элементами плана продаж в свою очередь являются: концепция основного и альтернативного плана (на случай непредвиденных обстоятельств), стратегия достижения целей, разработка организационных мер по осуществлению стратегии; расчет издержек, валовых доходов и прибыли, доведение плановых заданий до конкретных исполнителей, проверка плана на реальность (контроль прогноза).

В практической деятельности сочетаются долго-, средне- и краткосрочный прогнозы.

Долго-, среднесрочный прогноз касается стратегических решений: выхода на новый рынок, инвестирования, планов денежных потоков и др.

Краткосрочный прогноз — тактика фирмы. Она касается I плана товарооборота, финансов, объема закупки товаров.

План розничного товарооборота торгового предприятия со-I стоит из следующих разделов: реализация (продажа) товаров по общему объему и отдельным товарным группам, (структура товарооборота); товарные запасы и товарооборачиваемость; поступление товаров (товарное обеспечение).

Все разделы плана товарооборота взаимосвязаны, между ними существует балансовая связь:

$$Пф = T \leq P_t,$$

где Пф — покупательные фонды; T — объем товарооборота; P_t — товарные ресурсы.

Объем и структура розничного товарооборота должны обеспечить, с одной стороны, удовлетворение потребностей населения в товарах в соответствии с его спросом, а с другой — Необходимый для дальнейшего развития предприятия размер Прибыли.

Прогнозы бывают двух видов: «от общего к частному» (от Объема к структуре) и «от частного к общему». Подход «от цепного к общему» более эффективен для небольших и средних предприятий.

I Методы прогнозирования могут быть разделены на три группы: количественные, качественные и комбинации из этих двух методов.

Выбор метода зависит от периода, на который необходимо составить прогноз, возможности получить соответствующие исходные данные, требований к точности прогноза, опыта и рекомендаций экспертов, наличия компьютерной техники, необходимых затрат.

При разработке прогноза используется комплекс простых и сложных методов прогнозирования, чтобы решать задачи разного уровня сложности и повысить точность расчетов, поскольку никакой из методов не может в полной мере учесть все параметры и аспекты развития рынка.

Для планирования розничного товарооборота могут быть применены следующие методики его расчета: с учетом получения необходимых доходов, месторасположения торгового предприятия, исходя из предполагаемых ресурсов, включая товарные, изменений в зоне обслуживания, нормативов, на основе платежеспособного спроса.

Одним из основных способов преодоления неопределенности и достижения высоких экономических результатов является разработка плана товарооборота на краткосрочный период (месяц, квартал) исходя из потребности в прибыли. Зарубежные фирмы наряду со стратегическим широко используют краткосрочное планирование продаж. При этом детальные планы разрабатываются часто не только на месяц, но и на неделю.

Методика планирования товарооборота с учетом потребности в прибыли. Данная методика построена на идее достижения такс го объема розничного товарооборота, который обеспечит необходимый для самофинансирования размер прибыли, остающейся у предприятия после возмещения всех расходов, связанных с его функционированием, уплаты налогов и осуществления других обязательных платежей.

При таком подходе к расчету прогнозного объема розничного товарооборота соблюдается, как показывает опыт стран с высокоразвитой рыночной экономикой, экономический интерес и собственника предприятия и его хозяйствующего субъекта. При этом основным показателем работы предприятия остается масса получаемой прибыли, что определяет размер и уровень других показателей хозяйственной деятельности (прирост основных и оборотных фондов, размер заемных средств и т. п.), а в конечном счете — количественный показатель его деятельности — объем товарооборота.

Таким образом соизмеряются результаты с затратами, повышается эффективность работы предприятия (предпринимателя).

Технология расчета прогнозного размера розничного товарооборота (объема продаж) включает три этапа:

На первом этапе определяется необходимая величина прибыли, остающаяся в распоряжении предприятия и направляемая для реализации программы производственного и социального развития предприятия и удовлетворения интересов собственника. В соответствии с ныне действующим порядком важнейшими направлениями распределения чистой прибыли являются (прогнозный расчет производится экспертным путем с учетом реальной потребности предприятия в этих расходах):

- финансирование прироста основного капитала (развитие материально-технической базы);
- финансирование прироста собственного оборотного капитала (при собственных оборотных средствах, в том числе вложенных в товарные запасы);
- создание финансовых резервов;
- погашение долгосрочных и среднесрочных кредитов банков и других ссудодателей и уплата процентов по ним; приобретение ценных бумаг;
- уплата налогов и других отчислений, производимых из чистой прибыли;
- осуществление социального развития и поощрения трудового коллектива и др.

На втором этапе осуществляется увязка рассчитанной потребности в прибыли с возможностями ее получения при планируемом объеме деятельности. В этих целях определяется необходимый размер валового дохода и допустимый уровень издержек обращения с использованием для расчетов данных о сложившихся размерах за предыдущий базовый период с учетом экспертной оценки их достоверности и оптимальности. Кроме того, эти расчеты целесообразно дополнить проверкой полученных результатов путем сопоставления их с прогнозной величиной объема продаж, определенной другими методами (на основе покупательных фондов населения, размера спроса на реализуемые товары, товарных ресурсов и др.).

При получении нереально высокого для предприятия результата, требующего резкого роста товарооборота, сбалансированность между объемом продаж и валовыми доходами, между необходимой и возможной прибылью может быть обеспечена управлением структурой товарооборота, размерами торговых надбавок, издержками обращения, достижением оптимальных отношений с владельцами кредитных ресурсов, выпуском и приобретением ценных бумаг и т. п.

Если же рассчитанный объем товарооборота, исходя из потребности в прибыли, окажется ниже возможностей предприятия, то необходимо предпринять решительные шаги по увеличению объемов реализации, по диверсификации его деятельности. В противном случае, может сложиться ситуация, ведущая к банкротству, поскольку заинтересованность в развитии предприятия, сотрудничестве с ним падает и у его контрагентов (банки, поставщики, работники) и у собственников.

На третьем этапе, после необходимых корректировок объема товарооборота, приведения его структуры в соответствие с покупательными фондами и спросом населения рассчитываются все другие показатели хозяйственно-финансовой деятельности предприятия (объем и структура товарного обеспечения, валовые доходы, издержки обращения, финансовый план, необходимая численность работников, потребность в кредитах и т. д.).

Расчет месячного (март или другой месяц) объема товарооборота по вышепредложенной методике при нынешнем порядке налогообложения и ценообразования показан на примере приватизированного торгового предприятия с коллективной формой собственности:

Методика расчета товарооборота исходя из предполагаемых ресурсов. Большие в разрешении проблемы выбора оптимального варианта плана розничного товарооборота заложены в использовании экономико-математических оптимизационных моделей. Решение моделей осуществляется на ЭВМ по пакету прикладных программ линейного программирования автоматизированной системы управления (ППП АП АСУ). В основе оптимизации планового объема розничного товарооборота лежит определение его максимальной величины при заданных ограничениях по отдельным видам ресурсов: площади торгового зала, товарных запасов, трудовых, финансовых ресурсов. В модель могут быть включены и другие факторы.

Для построения экономико-математической модели по оптимизации товарооборота торгового предприятия с учетом ограничений по использованию площадей, трудовых, финансовых и товарных ресурсов вводятся следующие обозначения:

a_j — норматив затрат труда работников в плановом периоде ($j = \overline{1, n}$);

b_j — норматив товарных запасов на единицу товарооборота (запасоемкость) в плановом периоде ($j = \overline{1, n}$);

C_j — норматив торговой площади на единицу товарооборота в плановом периоде ($j = \overline{1, n}$);

d_j — норматив финансовых ресурсов на единицу товарооборота;

A - объем трудовых ресурсов торгового предприятия в планируемом периоде;

B — общий объем товарных запасов торгового предприятия в планируемом периоде;

C — общая торговая площадь предприятия в планируемом периоде;

D — общий объем финансовых ресурсов в плановом периоде;

X_j — планируемый товарооборот ($j = \overline{1, n}$).

Экономико-математическая модель имеет следующий вид:

$$\max F(x) = \sum_{j=1}^n x_j$$

при условии:

$$1) \sum_{j=1}^n a_j * x_j \leq A,$$

$$2) \sum_{j=1}^n b_j * x_j \leq B,$$

$$3) \sum_{j=1}^n c_j * x_j \leq C,$$

$$4) \sum_{j=1}^n d_j * x_j \leq D,$$

$$X_j \geq 0; j = \overline{1, n}.$$

Условия 1—4 отражают требования по использованию имеющихся ограниченных трудовых, материальных и финансовых ресурсов.

Условие 4 является условием неотрицательности.

Метод технико-экономических расчетов (нормативный метод). Для магазинов, использующих прогрессивные методы продажи товаров, бывшим Министерством торговли СССР были рекомендованы для практического руководства групповые технико-экономические нормативы товарооборота на 1 м² торговой площади. Такие нормативы имеют все областные управления торговли. В случае их отсутствия в качестве нормативов можно использовать лучшие показатели, достигнутые конкурирующими предприятиями, имеющими сопоставимые показатели.

При практическом применении нормативного метода необходимо учитывать особенности работы торгового предприятия, специфику торгово-технологического процесса и обслуживаемого контингента населения, интенсивность покупательского потока, конъюнктурные колебания, свойственные району деятельности данного магазина. Корректировка норматива с учетом указанных особенностей производится по следующим коэффициентам: на среднюю стоимость покупки, на интенсивность потока покупателей, на завершенность покупки.

Поправочный коэффициент на среднюю стоимость покупки (К_{сп}) рассчитывается как отношение фактической средней стоимости покупки по магазину данной специализации (С_ф) к средней стоимости покупки, принятой при расчете норматива (С_н):

$$К_{сп} = С_{ф} / С_{н}.$$

Фактическую стоимость одной покупки можно определить делением суммы реализации на количество совершенных покупок за период, наиболее точно отражающий условия торговли.

Коэффициент, отражающий интенсивность покупательского потока (К_{ип}), рассчитывается как отношение фактического количества посетителей (И_ф) к произведению удельного нормируемого количества посетителей, принятого при расчете норматива при работе магазина в одну смену (И), на фактическую торго-ую площадь (П_ф):

$$К_{ип} = И_{ф} / (И * П_{ф}).$$

При продолжительности работы магазина более одной смены поправочный коэффициент на интенсивность потока посетителей необходимо скорректировать на показатель сменности (Ч / 8), где Ч — фактическое число часов работы магазина):

$$К_{ип} = И_{ф} / (И * П_{ф} * Ч / 8).$$

Поправочный коэффициент на завершенность покупок (К_{зп}) рассчитывается по формуле:

где К_{эф} — фактический коэффициент завершенности покупки; К_{зп} — коэффициент завершенности покупки, принятый при расчете норматива; З — количество совершенных покупок.

Сводный корректировочный коэффициент (В) определяется как произведение трех поправочных коэффициентов:

$$В = К_{сп} * К_{ип} * К_{зп}.$$

Норматив, который будет применен при расчете плана розничного товарооборота (H_T), определяется как произведение установленного группового норматива на сводный коэффициент ($H * B$). Плановый размер объема товарооборота в этом случае определяется умножением норматива на торговую площадь магазина:

$$T_{\Pi} = H_T * \Pi_T.$$

Методы, основанные на учете покупательского спроса. Удовлетворение покупательского спроса населения является важнейшей функцией торгового предприятия. В связи с этим целесообразно использовать для прогнозирования розничного товарооборота метод, основанный на применении коэффициента эластичности, который показывает, насколько изменится товарооборот при изменении покупательных фондов населения на 1 %. Коэффициент эластичности (E) можно рассчитать по формуле

$$E = \frac{I_T - 1}{I_{\Pi\Phi} - 1}$$

где I_T — индекс (темп) роста розничного товарооборота; $I_{\Pi\Phi}$ — индекс (темп) роста покупательных фондов населения. Например, индекс покупательных фондов населения составил 1,1; а розничного товарооборота — 1,02. Тогда коэффициент эластичности будет равен $5 \left(\frac{1,1 - 1}{1,02 - 1} \right)$.

В предстоящем периоде покупательные фонды возрастут на 6 %. Если не произойдут другие изменения, то с увеличением покупательных фондов объем розничного товарооборота возрастет на 30 % (5-6), т. е. расчетный товарооборот для магазина «Меркурий» составит 3177,6 млн. р. ($2444,3 * 1,3$). Кроме того, при расчете плана товарооборота следует учитывать мелкооптовый оборот. В нашем примере он принимается на уровне достигнутого: 109,4 млн р. Тогда товарооборот будет равен 3287 млн р. ($3177,6 + 109,4$).

Как известно, спрос может быть выражен в виде формулы

$$C = N * M * B * K_n,$$

где N — число покупателей, M — место; B — время; K_n — средний коэффициент совершения покупки.

Например, по выборочным наблюдениям зафиксировано, что товар А ежемесячно покупает 500 чел. по 2 единицы, тогда их совокупный месячный спрос составит 1000 ед. Средняя розничная цена единицы равна 500 р., тогда планируемый объем продаж товара А составит 500 тыс. р. ($500 \text{ р.} * 1000$).

Объем товарооборота на основе платежеспособного спроса можно рассчитать и другим способом: к объему товарооборота за месяц в квартале предшествующего периода прибавить размер неудовлетворенного спроса и прирост товарооборота в связи ростом денежных доходов в планируемом периоде.

Важной предпосылкой для развития розничного товарооборота является зона обслуживания или месторасположение торгового предприятия. Зона торгового обслуживания — территория (ее называют также «полем спроса»), где находятся потенциальные потребители, посетители данного магазина. Размер зоны обслуживания данного магазина зависит от размеров предприятия, его оборота, размеров населенного пункта, в котором расположен этот магазин. Чем больше город, тем меньше размеры зон обслуживания расположенных в нем магазинов. Величина зоны обслуживания находится в прямой зависимости от расстояния до конкурирующего магазина и в обратной зависимости от величины этого магазина-конкурента. Принято считать, что, когда совокупность зон обслуживания представляет собой множество плотно сомкнутых шестиугольников, достигается примерно оптимальный уровень конкуренции. Расстояние границы зоны обслуживания от одного города до другого, от и/того микрорайона до другого, от одного магазина до другим > рассчитывается по формуле Рейли:

$$D = \frac{d}{1 + \sqrt{P_K / P_M}},$$

где D — расстояние границы зоны обслуживания от «меньшего» города (меньшего торгового предприятия), км; d — расстояние между городами (районами, магазинами), км; P_K — численность населения большего города (района); P_M — численность населения меньшего города (района).

Пример. Расстояние между городом «Б» и городом «К» равно 50 км. Численность населения города «Б» составляет 20 тыс. чел., а города «К» — 111 тыс. чел. Тогда зона обслуживания (граница) от меньшего к большему будет равна:

$$D = \frac{50}{1 + \sqrt{20/111}} = 11,1 \text{ км.}$$

Помимо расстояния и численности населения на положение границы зоны обслуживания влияет рельеф местности, структура транспортных коммуникаций, различные административные, политические, законодательные и т. п. ограничения. Очертания зон обслуживания все время меняются, они текучи и нестабильны. Каждая зона обслуживания имеет свою специфику. И это не означает, что покупатели не могут приобретать товары в магазинах, расположенных в других зонах обслуживания, особенно если эта зона промежуточная. Долю потенциальной емкости рынка в промежуточном районе, которую могут освоить покупатели из других районов, можно определить, используя возможности гравитационных моделей:

$$\frac{B_0}{B_K} = \frac{P_0}{P_K} * \left(\frac{\text{расстояние между «Б» и «К»}}{\text{расстояние между «Б» и «О»}} \right)^2$$

где O — третий район, расположенный несколько в стороне от города «Б», численность жителей в котором 10 тыс. чел.

Тогда объем покупок, совершаемых жителями района «К» между розничными предприятиями районов «Б» и «О», распределится следующим образом:

$$\frac{10000}{20000} * \left(\frac{50}{20} \right)^2 = \frac{10}{8}.$$

Таким образом, на каждые 8 р., затраченных жителями района «К» в районе «Б», придется 10 р., расходованных ими в районе «О».

Приведенные ранее формулы анализа границ зон обслуживания применимы и к анализу границ зон обслуживания крупных торговых центров, расположенных в черте города. Необходимо в этом случае подставить в формулу вместо численности населения торговую площадь этих центров, а вместо расстояния — время езды до торговых точек. Основные торговые районы в пределах крупного города привлекают покупателей из жилых кварталов в масштабах, приблизительно прямо пропорциональных размерам (величине) этих торговых районов и обратно пропорциональных квадрату времени езды от каждого жилого квартала до торговых районов.

Важное значение для развития розничного товарооборота имеет совместимость магазинов. Совместимыми считаются магазины, товарооборот которых увеличивается благодаря соседству друг с другом:

$$V = I * (V_i + V_s) * \frac{V_s}{V_i} * \left(\frac{P_i}{V_i} + \frac{P_s}{V_s} \right),$$

где V — увеличение суммарного оборота обоих магазинов; V_i — оборот более крупного магазина из рассматриваемой пары; P_i — доля оборота, полученная более крупным магазином от продажи товаров, которые потребители заранее намечали приобрести; V_s — оборот меньшего магазина из рассматриваемой пары; P_s — доля оборота, полученная меньшим магазином от продажи товаров, которые потребители заранее намечали приобрести; i — степень взаимного обмена покупателями между магазинами (процент потребителей, делающих покупки в обоих магазинах).

Учет изменений в зоне обслуживания. При планировании розничного товарооборота магазина необходимо учитывать изменения, происходящие в зоне обслуживания: открытие или закрытие магазинов, ввод в действие нового жилого фонда и др.

Например, в планируемом году будут заселены 3 новых дома по 150 квартир каждый со средним числом проживающих в одной квартире 4 чел., т. е. численность потенциальных покупателей увеличится на 1800 чел.

Кроме того, в зоне обслуживания откроется новый специализированный магазин «Культтовары», который находится вблизи 8 жилых домов, ранее обслуживаемых магазином «Д» (общее число домов, ранее обслуживаемых магазином «Д», составляло 80 с 3000 покупателей). Открытие специализированного магазина приведет к сокращению покупателей магазина «Д». Необходимо определить, как изменение числа покупателей повлияет на размер товарооборота магазина «Д».

В первом случае следует знать, в каком месяце произойдет заселение, и исходя из количества месяцев, оставшихся до конца года, определить рост среднегодового числа посетителей данного микрорайона. Затем на основе данных о среднедушевом товарообороте по отдельным товарным группам для данного района рассчитать возможный рост или снижение товарооборота магазина «Д».

Пример. Среднедушевой годовой объем продаж имеет следующие условные величины:

одежда — $5918,9:3000=1973$ тыс. р.;

обувь — $4809:3000=1603$ тыс. р.;

культурно-бытовые товары — $2271:3000=757$ тыс. р.;

хозяйственные товары — $2000:3000=666$ тыс. р.;

импортные — $5090:300=1697$ тыс. р.,,

продовольственные товары — $6404:3000=2135$ тыс. р.

При этом следует учитывать, что не все новоселы будут производить покупки в этом магазине. Предположим, что 50 % новоселов будут совершать покупки в данном магазине. Тогда товарооборот увеличится на 7947,9 млн р.

$$1973*(1800:2) + 1603*(1800:2)+757*(1800:2)+666*(1800:2) + 1697*(1800:2) + 2135*(1800:2)=7947,9.$$

Это потребует определенной реорганизации магазина: увеличения торговой площади, внедрения прогрессивных методов обслуживания покупателей, осуществления дополнительных услуг, механизации труда, изменения режима работы предприятия.

В связи с открытием нового магазина «Культтовары» товарооборот магазина «Д» может уменьшиться. Жильцы 8 из 30 домов могут переключиться на посещение специализированного магазина. Таким образом, товарооборот уменьшится на 26,7 % ($8:30=100$) по группе культурно-бытовых и хозяйственных товаров. В целом с учетом влияния этих двух факторов товарооборот по магазину «Д» составит:

$$26494 + 7947,9—1140,4=33\ 301,6 \text{ млн р.}$$

Кроме того, следует учесть темп прироста денежных доходов, который составит 18%. Основываясь на наблюдениях прошлого года, когда из каждого рубля денежных доходов на покупку товаров было израсходовано 0,9 руб., можно сделать заключение, что с ростом денежных доходов на 18% товарооборот возрастет на 16,2% ($18*0,9$) и составит в планируемом году 38696,5 млн. руб. или возрастет по сравнению с прошлым годом на 46,1%.

После определения месячного, квартального или годового товарооборота необходимо разработать плановое задание по товарообороту каждому отделу, секции (структурному подразделению). Разработано несколько методов прогнозирования товарооборота по структурным подразделениям:

- с учетом удельного веса отдела (секции) в общем объеме торгового предприятия;
- исходя из торговой площади;
- на основе проведения технико-экономических расчетов (по методологии планирования общего объема товарооборота магазина);

- с использованием экономико-математических моделей.

По первому варианту плановое задание для отдела № 1 «Одежда, обувь» магазина «Меркурий» составит 1086 млн. р. (2681,6-4&5:100); для отдела «Хозяюшка» — 431,7 млн. р.; для отдела № 3 «Импорт» — 514,9 млн. р.; для отдела № 4 «Продтовары» — 649 млн. р. Всего по магазину — 2681,6 млн. р.

По второму варианту торговая площадь отдела №1 будет равна 1155 м.кв., отдела №2 – 660 м.кв., отдела № 3 — 660 м.кв; отдела №4 — 825 м.кв.

Среднемесячный товарооборот в расчете на 1 м.кв. торговой площади в прошлом году составил по отделу № 1 — 774 тыс. р.; № 2 — 573 тыс. р.; № 3 — ■ 643 тыс. р.; № 4 — 647 тыс. р.

Из различных информационных источников, например, было установлено, что для магазинов подобного типа товарооборот на 1 м.кв. по реализации одежды и обуви составил 892 тыс. р. культурно-бытовых и хозяйственных товаров — 1033 тыс. р., импортных — 792 тыс. р., продовольственных — 768 тыс. р.

Если исходить из лучших- результатов, то отделу № 1 плановое задание по розничному товарообороту должно быть определено в 1030,3 млн. р., отделу № 2 — 681,8 млн. р., отделу № 3 — 522,7 млн. р., отделу № 4 — 632,8 млн. р. В целом же по торговому предприятию товарооборот будет равен 2867,6 млн. р. Разница между результатами расчетов по первому и второму варианту объясняется различиями в показателях фактического товарооборота и товарооборота на 1 м.кв. по отделу «Хозяюшка», сложившегося у конкурентов (других магазинах). В этой связи руководству торгового предприятия целесообразно принять решение или о перераспределении излишней площади в размере 242 м.кв. (660—418) в пользу 3-го и 4-го отделов, которые в прошлом году работали более стабильно, или о разработке специальных мер, обеспечивающих оживление реализации товаров культурно-бытового и хозяйственного назначения.

Важное значение при планировании розничного товарооборота отводится определению его структуры. Соотношение отдельных товарных групп в розничном товарообороте связано с их значимостью в формировании доходов предприятия, в удовлетворении потребностей населения, со степенью дополняемости и заменяемости товаров в процессе реализации и потребления. В зависимости от степени детализации выделяют макроструктуру, общую товарно-групповую, товарную и ассортиментную структуру розничного товарооборота.

Макроструктуру отражает соотношение продовольственных и непродовольственных товаров в объеме розничного товарооборота. Общая товарно-групповая структура охватывает более 90 групп, включенных в форму № 3 торг. Товарная и ассортиментная структуры представлены более чем 800 товарными позициями, которые объединены в группы.

Планирование структуры товарооборота осуществляется с учетом проектов планов торговых предприятий, сложившейся структуры товаров за предшествующие годы, состояния товарных запасов, возможностей закупить товары у поставщиков, изменения численности покупателей, динамики покупательных фондов обслуживаемого населения, среднедушевого потребления по товарным группам, предпочтений покупателей и особенностей конкретного сегмента рынка.

Расчет структуры розничного товарооборота начинается с определения доли продовольственных и непродовольственных товаров. Для этого необходимо построить динамические ряды, отражающие изменение их доли за ряд предшествующих лет, а затем, используя метод скользящей средней, определить ее значение на плановый период. Для более точного определения объемов продажи продовольственных и непродовольственных товаров наряду с их долей изучаются и учитываются темпы роста и абсолютные величины изменения за предшествующие периоды.

При определении предполагаемой продажи по товарным группам учитывается степень удовлетворения спроса населения, объем товарных ресурсов, уровень физиологических и рациональных норм потребления, возможности взаимозаменяемости товаров. При планировании продаж по товарным группам используются следующие методы прогнозирования.

По товарам, по которым полностью удовлетворяется спрос, объем продаж определяется как произведение достигнутого уровня реализации в расчете на душу населения на численность обслуживаемых потребителей с учетом предполагаемых изменений в ней.

Если же ресурсы товаров ограничены, тогда для планирования объема продаж используется метод, учитывающий ресурсную обеспеченность, состояние товарных запасов, возможности закупок

товаров за счет нетрадиционных источников поступления (консигнация и т. п.), объем неудовлетворенного спроса, возможность переключения неудовлетворенного спроса на другие взаимозаменяемые товары (круг взаимозаменяемых товаров определяется исходя из сложившихся условий с помощью выборочных обследований, опроса покупателей, экспертных оценок).

По товарам, продажа которых развивается по тем же тенденциям, что и общий объем розничного товарооборота или денежных доходов, для определения прогнозируемого размера реализации используется коэффициент эластичности товарооборота в зависимости от покупательных фондов населения или в зависимости от общего товарооборота торгового предприятия. Коэффициент эластичности показывает относительное увеличение или уменьшение товарооборота по группам товаров при изменении покупательных фондов или общего объема товарооборота на 1 % (методика применения коэффициента эластичности показана выше). Более точное представление об относительном изменении товарооборота в зависимости от покупательных фондов или общего товарооборота дает коэффициент эластичности, рассчитанный по показателям на душу населения:

$$\text{Э}_i = \frac{\Pi_{T^i}}{\Pi_a},$$

где Э_i — коэффициент эластичности по i-му товару; Π_{T^i} — среднегодовой прирост товарооборота i-го товара на душу населения; Π_a — среднегодовой прирост покупательных фондов в расчете на душу населения.

При планировании продажи товаров культурно-бытового назначения длительного пользования целесообразно исходить из доли покупательных фондов (семейного бюджета), используемых на приобретение указанных изделий, и необходимости повышения степени обеспеченности населения этими товарами. Для этих расчетов необходимо располагать сведениями о размере покупательных фондов, направляемых на покупку товаров культурно-бытового назначения, количестве семей, фактической обеспеченности этими товарами, индексе изменения количества семей, индексе среднегодового изменения обеспеченности семей данным товаром, выбытии их из потребления, средних ценах.

По ряду товаров, которые в наименьшей мере подвержены колебаниям спроса населения, структуру товарооборота можно рассчитать с использованием метода временного моделирования, и в частности корреляционно-регрессионного метода.

Вышеизложенные методы прогнозирования структуры товарооборота наиболее просты в употреблении и основаны на логике развития событий. Однако во многих случаях необходимо для повышения обоснованности плановых расчетов использовать и другие, более сложные экономико-математические методы и модели, учитывающие специфику поведения потребителя, иерархию развития потребностей, возможность максимизации прибыли.

В современной же ситуации, характеризующейся ограниченностью товарных ресурсов, разрывом хозяйственных связей, низкой обеспеченностью товарами под заключенные договоры, деформированностью структуры потребления, структура розничного товарооборота торгового предприятия часто представляет собой случайную величину, складывающуюся из возможностей коммерческих служб и эффективности их работы по закупке товаров. Поэтому на некоторых предприятиях отказались от разработки плановой структуры товарооборота, что наносит непоправимый урон их прибыльности. Опыт зарубежных стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что ненасыщенный рынок требует более детального прогнозирования.

Общий объем розничного товарооборота по отделу является плановым заданием, под которое изыскиваются соответствующие ресурсы.

3.6. Анализ и прогнозирование товарооборота организаций общественного питания как части розничного товарооборота

Товарооборот общественного питания представляет собой весь объем реализованной организациями или объектами общественного питания продукции собственного производства и покупных товаров в стоимостном выражении.

Продукция собственного производства — это продукция, непосредственно изготовленная в организации из сырья, прошедшего полную, частичную или первичную обработку, и готовая для

потребления или доготовки (путем механической, химической или тепловой обработки). Продукция собственного производства включает обеденную продукцию, учитываемую в блюдах, горячие и холодные напитки, кулинарные, кондитерские, мучные изделия, полуфабрикаты и прочую продукцию собственного производства.

Обеденная продукция учитывается как в натуральных показателях (блюдах), так и стоимостном выражении.

Блюдо — это порция пищи, изготовленная из определенного набора сырья, прошедшего полную тепловую или первичную обработку, и готовая к употреблению. Его можно определить также как пищевой продукт или сочетание продуктов и полуфабрикатов, доведенных до кулинарной готовности, порционированное и оформленное. Все блюда в зависимости от назначения подразделяются на первые, вторые, третьи, горячие и холодные закуски.

Из общего выпуска продукции собственного производства на долю обеденной продукции в ресторанах приходится от 50 до 65%, в столовых - от 80 до 90%.

К прочей продукции собственного производства относятся горячие и безалкогольные напитки, кулинарные, кондитерские, мучные изделия, бутерброды, молочнокислая продукция, мороженое, полуфабрикаты и прочие виды, реализуемые через магазины кулинарии, мелкорозничную сеть объектов общественного питания поштучно, на вес или в порядке мелкого опта. Учет прочей собственной продукции осуществляется в стоимостных показателях, но отдельные ее виды могут учитываться в штуках, стаканах, порциях, килограммах.

По месту реализации продукцию собственного производства можно подразделить на проданную в объектах общественного питания и мелкорозничной сети данной организации и отпущенную в розничную торговую сеть или другим организациям питания, не входящим в состав данной организации.

Реализация продукции собственного производства потребителям в стоимостном выражении представляет собой товарооборот по продукции собственного производства организаций общественного питания. В его состав включается также выручка за изготовление обеденной продукции из сырья заказчика (без включения стоимости сырья), т.е. только в размере наценки.

Удельный вес оборота по продукции собственного производства зависит от типа организации питания (ресторан, столовая и т.п.) и колеблется от 45 до 90%.

В товарооборот общественного питания включается также продажа покупных товаров, не требующих кулинарной обработки (алкогольные и безалкогольные напитки, табачные изделия, спички, хлебобулочные изделия, кондитерские товары и мороженое, производимое пищевой промышленностью, фрукты).

Объем продажи этих товаров конечному потребителю составляет оборот по покупным товарам.

Таким образом, товарооборот организации общественного питания включает реализацию продукции собственного производства и покупных товаров.

В зависимости от форм продажи товарооборот общественного питания включает розничный товарооборот (конечная продажа) и оптовый оборот (продажа другим организациям и учреждениям).

Розничный товарооборот общественного питания — это составная часть розничного товарооборота страны. В 2007 году розничный товарооборот общественного питания составил 1896,8 млрд. руб. Его удельный вес в розничном товарообороте Республики Беларусь составляет около 5%, а в розничном товарообороте торговых организаций РБ - 7,4 %. Удельный вес продукции собственного производства в 2007 году составил 75,7% в общем объеме розничного товарооборота.

Согласно «Инструкции по учету розничного товарооборота, товарных запасов в торговле», утвержденной Постановлением Министерства статистики и анализа РБ № 59 от 02.07.2002 г. к розничному товарообороту общественного питания относятся:

- продажа населению за наличный расчет продукции собственного производства, покупных товаров через обеденный зал или буфет, через магазины и отделы кулинарии, палатки, ларьки, киоски, развозную, разносную и другую торговую сеть, находящуюся на балансе организации общественного питания, а также стоимость питания, доставленного на дом по заказам населения;

- отпуск питания работникам своей организации с последующим удержанием его стоимости из заработной платы (включается в розничный товарооборот по моменту отпуска питания в ценах фактической реализации);

- отпуск питания работникам других организаций, учащимся, студентам, малоимущим гражданам и другим категориям населения по абонеентам, талонам, спискам с последующей его оплатой по безналичному расчету соответствующими организациями. В розничный товарооборот включается в объеме фактической стоимости питания по моменту его отпуска. При отпуске питания работникам своей организации в розничный товарооборот включается та часть его стоимости, которая оплачена работником;

- стоимость питания, входящая в цену проживания в гостинице и в цену входного билета в организацию общественного питания;

- продажа цветов, сувениров, табачных изделий и других непродовольственных товаров.

В розничный товарооборот общественного питания не включаются:

- продажа по безналичному расчету продукции собственного производства, покупных товаров непосредственно юридическим лицам и их обособленным подразделениям, индивидуальным предпринимателям, включая продажу этой продукции и товаров организациям социального назначения, а именно: лечебным и лечебно - оздоровительным учреждениям, детским дошкольным и внешкольным учреждениям, домам (интернатам) для инвалидов и престарелых;

- отпуск продукции собственного производства, покупных товаров по товарообменным (бартерным) операциям или в порядке взаиморасчетов между организациями;

- стоимость питания и обслуживания на банкетах, презентациях и других подобных мероприятиях, оплаченного по безналичному расчету юридическими лицами и их обособленными подразделениями, индивидуальными предпринимателями;

- стоимость питания, отпущенного бесплатно (за счет средств бюджета) учащимся организациями общественного питания, подведомственными Министерству образования Республики Беларусь;

- стоимость питания, входящая в цену путевок в санатории, санатории-профилактории, лагеря труда и отдыха, детские оздоровительные лагеря и другие организации социального назначения;

- выручка за изготовление обеденной продукции из сырья заказчика и стоимость сырья заказчика (давальческое сырье);

- внутренний отпуск продукции собственного производства, покупных товаров в пределах организации общественного питания (внутрисистемный отпуск);

- стоимость возвращенной поставщикам тары;

- выручка за просмотр концертных программ, выручка бильярдных, танцевальных, игровых залов, видеосалонов;

- входная плата в рестораны, бары и другие организации общественного питания, кроме стоимости блюд, входящих в цену входного билета.

Отдельные организации питания продают готовую продукцию или полуфабрикаты другим организациям питания или розничной торговли. В результате такого рода реализации продукты питания не поступают в сферу личного потребления, поэтому такой товарооборот называют оптовым.

Оптовый товарооборот общественного питания – часть товарооборота общественного питания, получаемая от реализации продукции собственного производства и покупных товаров другим объектам общественного питания или объектам розничной торговли. Поскольку товары и продукция при этом не выходят за пределы отрасли, такой товарооборот самостоятельного отраслевого значения не имеет.

Товарооборот общественного питания характеризует объем производственно-торговой деятельности организации общественного питания и от его объема зависят расходы на производство и реализацию, доходы от реализации, прибыль и другие показатели. Товарооборот общественного питания планируют и учитывают в розничных ценах, включая наценку организаций общественного питания.

Планированию товарооборота предшествует экономический анализ, который позволяет выявить пути и резервы его увеличения.

Источниками информации для анализа товарооборота общественного питания и выпуска продукции являются: плановые данные, статистическая отчетность (форма 4-торг «Отчет по общественному питанию»; форма № 1-т «Отчет по труду», форма № 1-труд «Отчет по труду и движению работников»), бухгалтерская отчетность (форма № 2 приложение к бухгалтерскому

балансу «Отчет о прибылях и убытках»), оперативная отчетность, информация о внешней среде (индексы цен, информация о конкурентах и проч.).

Анализ товарооборота общественного питания проводится как в действующих, так и в сопоставимых ценах в следующей последовательности:

- проводится оценка степени выполнения плана и динамики товарооборота, в том числе в разрезе видов оборота и периодов года, а также в разрезе отдельных объектов, входящих в состав организации общественного питания (анализ сезонных колебаний товарооборота оценивается посредством расчета удельных весов кварталов в годовом товарообороте);

- проводится оценка степени удовлетворения спроса потребителей (оценивается численность пользующихся услугами общественного питания);

- осуществляется анализ выполнения производственной программы;

- количественно оценивается влияние внешних и внутренних факторов на товарооборот: цен, численности потребителей, обеспеченности сырьем и товарами и их использованием, эффективности использования трудовых ресурсов и материально-технической базы;

- проводится оценка влияния товарооборота на финансовые результаты деятельности организации общественного питания (доходы, расходы, прибыль);

- количественно оцениваются возможные резервы роста и определяются возможности их учета при планировании товарооборота.

Уровень развития общественного питания характеризует численность пользующихся услугами общественного питания и степень охвата населения услугами общественного питания. Особую актуальность представляет расчет этих показателей для столовых, кафе третьей наценочной категории.

Численность населения, пользующегося услугами общественного питания, может быть определена различными способами:

1. Исходя из оборачиваемости мест, рассчитанных на основе выборочных обследований (например, в обеденном зале 50 мест, оборачиваемость 1 места – 5 человек, соответственно, в среднем за день количество пользующихся услугами общественного питания составляет 250 человек (50 x 5)).

2. На основе количества блюд, потребляемых в среднем в день одним посетителем (например, в среднем в день реализуется 500 блюд, а среднее количество блюд в расчете на одного посетителя по данным кассовых чеков составляет 2,5; следовательно численность потребителей в среднем составит 200 человек (500 : 2,5)).

3. На основе количества вторых блюд, реализованных в среднем в день (количество потребителей приравнивается к количеству реализованных вторых блюд в день, поскольку каждый посетитель, как правило, покупает второе блюдо);

4. Упрощенно расчет контингента потребителей может быть сделан путем деления среднесуточного количества реализованных блюд на 2,5 (среднее количество блюд, потребляемое одним посетителем). Более точные расчеты можно получить, если производить оценку питающихся отдельно по сети объектов питания, используя дифференцированные нормы потребления блюд на 1 человека для разных типов объектов: в общедоступных объектах – 2,7 блюда на 1 человека; в столовых при промышленных организациях – 3,3; в специализированных объектах – 2,5; в кафе – 2,8; в ресторанах – 3,3.

Далее проводится анализ выполнения производственной программы, которая представляет собой план выпуска всех видов продукции собственного производства организацией общественного питания. Определяется степень выполнения плана и оценивается динамика выпуска отдельных видов продукции собственного производства (полуфабрикатов, мясных, кулинарных и кондитерских изделий, котлет, пельменей, картофеля очищенного, выпуска общего количества блюд) как в натуральном, так и стоимостном выражении.

Выпуск обеденной продукции анализируется в разрезе ее видов (первые, вторые, третьи, холодные блюда) и по их удельному весу в общем количестве блюд. Рассчитывается и анализируется также комплексность выпуска обеденной продукции. Для этого определяется количество вторых блюд на одно первое и количество третьих блюд на одно второе.

В процессе анализа целесообразно сопоставить темпы роста выпуска обеденной продукции в натуральном выражении с темпами роста реализации продукции собственного производства в стоимостном выражении и определить степень удовлетворения спроса потребителей на обеденную

продукцию. Если темпы роста реализации продукции собственного производства окажутся выше, чем темпы роста выпуска обеденной продукции в натуральном выражении, то это будет означать рост средней цены блюда.

При анализе обеденной продукции производится расчет средней продажной цены одного блюда. Для этого определяется товарооборот по обеденной продукции (как разница между товарооборотом по продукции собственного производства и оборотом по прочей собственной продукции); затем сумма оборота по обеденной продукции делится на количество выпущенных блюд. Средние цены по группам блюд определяются по данным калькуляционных карточек, актов о реализации и отпуске изделий кухни.

Далее проводится количественная оценка влияния выпуска блюд и средней продажной цены одного блюда на изменение оборота по обеденной продукции.

Влияние изменения объема выпуска блюд на объем реализации обеденной продукции определяется по формуле:

$$\Delta O б = (Б1 - Б0) \times Ц0 = Б1 \times Ц0 - Б0 \times Ц0,$$

где $\Delta O б$ – изменение оборота по обеденной продукции за счет изменения объема выпуска блюд;

$Б0, Б1$ – количество блюд в базисном и отчетном периодах, ед.;

$Ц0, Ц1$ – средняя продажная цена одного блюда в базисном и отчетном периодах.

Расчет влияния изменения цены блюда на объем реализации обеденной продукции производится по формуле:

$$\Delta O ц = (Ц1 - Ц0) \times Б1 = Б1 \times Ц1 - Б1 \times Ц0,$$

где $\Delta O ц$ – изменение оборота по обеденной продукции за счет изменения средней продажной цены одного блюда.

Прирост оборота по обеденной продукции за счет увеличения выпуска блюд рассматривается как интенсивный фактор, за счет изменения средней продажной цены одного блюда – как экстенсивный.

Заключительным этапом анализа является выявление резервов роста товарооборота, которые следует учитывать при планировании его объема. К ним относятся: изучение спроса потребителей, совершенствование ассортимента продукции собственного производства, рост оптового отпуска, поиск новых источников сбыта, маркетинговая деятельность, организация дополнительных мест для обслуживания посетителей в летний период, повышение качества и культуры обслуживания, увеличение пропускной способности обеденных залов, использование прогрессивных технологий приготовления продукции собственного производства, повышение степени обеспеченности организации общественного питания полуфабрикатами, совершенствование системы снабжения, форм обслуживания, режима работы организации, использование активной ценовой политики, обеспеченность квалифицированными кадрами, оборудованием, повышение эффективности использования имеющихся ресурсов.

Рост конкуренции на рынке заставляет организации общественного питания использовать весь арсенал методов для наращивания товарооборота, в том числе зарубежный опыт. Так для привлечения посетителей в зарубежной практике используют:

- рекламу - для информирования широкого круга потенциальных посетителей, а также рассылку приглашений, буклетов на предстоящее мероприятие для привлечения конкретных клиентов;
- оплату таксистам за каждого привезенного клиента (часто используется заведениями, работающими в ночное время);
- заключение договоров с гидами туристических групп (для организации питания и (или) шоу-программ);
- предоставление услуг различным организациям для проведения мероприятий (это предоставление зала ресторана, продукции кухни, обслуживания, шоу-программы);
- оплату посредникам за приведенных клиентов (10-20% от общей суммы счета клиентов);
- снижение расценок на продукцию и товары на определенное время (например, с 18 до 19 часов две кружки пива за одну стоимость);
- «консумацию» - это прием привлечения посетителей с использованием девушек, артистов, выступающих в ресторане для создания «массовки» (за определенную плату и доплату за выпитые напитки);

- привлечение владельцем или менеджером ресторана своих знакомых;
- стимулирование труда (деловой активности) персонала и др.

Выявленные в процессе анализа тенденции развития общего объема и структуры товарооборота организации общественного питания и отдельных объектов, входящих в ее состав, являются основой для разработки планов на предстоящий период.

План товарооборота общественного питания включает в себя план выпуска блюд, реализации продукции собственного производства, план розничного и оптового товарооборота.

Исходными предпосылками для его составления служат материалы анализа товарооборота и производственной программы организации питания за отчетный (текущий) год и ряд предшествующих лет, ожидаемое выполнение плана товарооборота, информация об изменении численности обслуживаемого контингента, условий функционирования организации питания (изменений, произошедших в ее структуре), информация об интенсивности потока потребителей и др.

Так как планирование товарооборота осуществляется до завершения отчетного периода, возникает необходимость расчета ожидаемого выполнения плана товарооборота, которое определяется суммированием фактического выполнения плановых заданий за истекший период и ожидаемого выполнения плана товарооборота за оставшиеся до конца года месяцы работы.

Пример:

План товарооборота на год установлен - 329,9 млн.руб., в том числе план на 4 квартал – 99 млн.руб. Фактически за 11 месяцев текущего года выполнение товарооборота составило 310 млн.руб. За октябрь и ноябрь план товарооборота выполнен на 102%. Количество рабочих дней в октябре – 27, в ноябре – 24, в декабре – 26. Однодневный товарооборот не изменится. Определим ожидаемое выполнение плана товарооборота по организации общественного питания. Плановый однодневный товарооборот 4 квартала составит $1,286 \text{ млн.руб.} \cdot (99 / (27+24+26))$.

Ожидаемый товарооборот за декабрь с учетом сложившейся тенденции перевыполнения плана товарооборота на 2% составит $34,105 \text{ млн.руб.} \cdot (1,286 \times 26 \times 102\% / 100\%)$. Ожидаемое выполнение плана товарооборота за отчетный год составит $310 + 34,105$ млн.руб.

При планировании товарооборота следует учитывать также изменения в работе организации питания: отдельные ее объекты могут быть закрыты на ремонт, другие открыты после реконструкции или ремонта, введены в эксплуатацию и проч., в связи с чем производится расчет сопоставимой базы товарооборота, которая база представляет собой ожидаемое выполнение плана товарооборота, учитывающее все изменения условий работы организации, которые произойдут в планируемом периоде. Сопоставимая база рассчитывается по каждому объекту организации общественного питания.

Пример:

В состав организации общественного питания входят ресторан, кофейня и кафе-бар. Ожидаемое выполнение плана товарооборота в целом по организации составит – 329,9 млн.руб. В отчетном году кофейня была закрыта на 2 месяца на ремонт. Ожидаемый товарооборот кофейни – 14,2 млн.руб. В планируемом году в связи с реконструкцией на 1 месяц будет закрыт ресторан, ожидаемый товарооборот которого за отчетный период составляет – 313,3 млн.руб. Ожидаемый товарооборот кафе-бара - 2,4 млн.руб. С 1 апреля он переходит на баланс другой организации питания. Рассчитаем сопоставимую базу товарооборота общественного питания по организации.

Коррективы на уменьшение товарооборота по ресторану: $313,3 / 12 \times 1 = 26,1 \text{ млн.руб.}$

Сопоставимая база товарооборота по ресторану составит $287,2 \text{ млн.руб.} \cdot (313,3 - 26,1)$.

Коррективы на увеличение товарооборота по кофейне: $14,2 / 10 \times 2 = 2,84 \text{ млн.руб.}$

Сопоставимая база товарооборота по кофейне составит $17,07 \text{ млн.руб.} \cdot (14,2 + 2,84)$.

Коррективы на уменьшение сопоставимой базы: $2,4 / 12 \times 9 = 1,8 \text{ млн.руб.}$

Сопоставимая база товарооборота по кафе-бару $0,6 \text{ млн.руб.} \cdot (2,4 - 1,8)$.

Таким образом, сопоставимая база товарооборота общественного питания по организации составит: $287,2 + 17,07 + 0,6 = 304,87 \text{ млн.руб.}$ или $329,9 - 26,1 + 2,84 - 1,8 = 304,84 \text{ млн.руб.}$

План товарооборота общественного питания составляется в определенной последовательности и разрабатывается организациями питания самостоятельно. Реализация продукции собственного производства, разрабатывается на основе производственной программы, поэтому первоначально рассчитывают производственную программу организации питания. Далее планируют товарооборот по продукции собственного производства, покупным товарам и оборот по оптовой реализации (с учетом

заказов организаций, которые являются потребителями полуфабрикатов и другой продукции собственного производства).

Учитывая, что в состав организации могут входить объекты различной специализации, типов, с разным составом обслуживаемого контингента, в процессе планирования выпуска блюд могут быть использованы следующие методы:

- 1. На основе планового меню.*
- 2. По данным изучения спроса потребителей.*
- 3. На основе данных о численности потребителей.*
- 4. На основе расчета производственной мощности кухни и пропускной способности обеденного зала.*
- 5. По данным анализа ожидаемого выполнения плана и расчета сопоставимой базы выпуска блюд.*
- 6. На основе прогноза доли первых, вторых, третьих блюд и холодных закусок в общем их количестве.*
- 7. На основе расчета коэффициентов комплексности выпуска обеденной продукции (по 2 и 3 блюдам).*

Рассмотрим сущность перечисленных методов.

1. На основе планового меню. Плановое меню – это перечень блюд по ассортименту и количеству, подлежащих изготовлению в течение определенного периода времени. На основе планового меню определяется среднесуточный выпуск блюд в ассортименте, с указанием порций и их цены. Плановое меню применяется в основном с целью оперативного управления производственным процессом, а его использование на более длительный период затруднено (в связи с необходимостью использования большого объема информации, возможными колебаниями спроса, снабжения и др. факторами). Использование планового меню как метода планирования выпуска блюд ограничено и применимо, например, для школьных столовых.

2. По данным изучения спроса потребителей. Сущность метода заключается в том, что на протяжении определенного периода времени осуществляется наблюдение за ежедневной реализацией блюд и проводится специальное анкетирование, которые позволяют определить размер и структуру неудовлетворенного спроса. На основе этих данных определяется плановый среднесуточный выпуск блюд как сумма фактического среднесуточного выпуска и неудовлетворенного спроса в среднем за день. Для расчета годового плана выпуска блюд, полученный результат умножают на число рабочих дней в периоде. Данный метод используется в основном для сети общественного питания третьей наценочной категории.

3. На основе данных о численности потребителей. Этот метод используется при сравнительно постоянном контингенте потребителей в объектах общественного питания. Для расчета плана выпуска блюд рекомендуется использовать нормы среднего количества потребляемых блюд одним посетителем в единицу времени (день, неделю, месяц, год), данные о количестве потребителей, коэффициент изменения количества потребляемых блюд и некоторые другие факторы. Планируемый выпуск блюд для потребления одним человеком в день можно определить, по формуле:

$$ВБ_{дн} = Кб \times ВБ : (ЧП \times Д),$$

где ВБ_{дн} — выпуск блюд (первых, вторых или других) в расчете на одного питающегося в день;

Кб — коэффициент изменения количества потребляемых блюд в среднем на одного питающегося;

ВБ — реализация блюд в отчетном периоде, тыс. блюд;

ЧП — численность питающихся в среднем в день в отчетном периоде;

Д — количество дней работы организации общественного питания в отчетном периоде.

Величину Кб следует определять с учетом складывающейся за несколько предшествующих лет тенденции в изменении среднего показателя потребляемых блюд одним питающимся, а также степени удовлетворения спроса покупателей на эти блюда.

Далее на основе полученного результата определяют годовой план выпуска блюд:

$$ВБ_{план} = ВБ_{дн} \times Ч_{план} \times Д_{план},$$

где ВБ_{план} – плановый выпуск блюд за период;

Ч_{план} – количество потребителей в плановом периоде в среднем за день, чел;

Д_{план} – количество дней работы организации общественного питания в плановом периоде.

Пример:

Исходные данные для расчета годового плана выпуска блюд и плана товарооборота по обеденной продукции: по столовой при промышленной организации реализация блюд в отчетном периоде составила 247250ед. Столовая в отчетном периоде работала 297 дней; численность работников промышленного предприятия составила 640 человек, в плановом периоде она возрастет на 10%. Степень охвата работников услугами общественного питания останется на уровне отчетного периода – 52%. Количество рабочих дней столовой в планируемом году – 305. Коэффициент изменения количества потребляемых блюд в среднем на одного питающегося – 1,05. Средняя цена 1 блюда – 800 руб.

1. Число питающихся в столовой в отчетном периоде:

$$640 \times 52 / 100 = 333 \text{ чел.}$$

2. Число работников промышленного предприятия в плановом периоде:

$$640 \times (100 + 10) / 100 = 704 \text{ человека.}$$

3. Число питающихся в столовой в плановом периоде:

$$704 \times 52 / 100 = 366 \text{ чел.}$$

4. Среднедневной выпуск блюд на одного питающегося в планируемом году: $1,05 \times 247250 / (297 \times 333) = 2,6$

5. Годовой выпуск блюд в планируемом году:

$$2,6 \times 305 \times 366 = 290238 \text{ ед.}$$

6. Оборот по обеденной продукции:

$$290238 \times 800 = 232,19 \text{ млн.руб.}$$

В организациях с изменяющимся контингентом потребителей для расчета плана выпуска блюд используют расчет количества блюд, фактически выпущенных в отчетном (базисном) периоде на одно место в обеденном зале в день:

$$ВБ_{м} = ВБ / (Ч_{м} \times Д),$$

где $ВБ_{м}$ – выпуск блюд в расчете на одно место в обеденном зале;

$Ч_{м}$ - количество мест в обеденном зале в отчетном периоде.

Для расчета годового (квартального, месячного) плана выпуска блюд используют следующую формулу:

$$ВБ_{план} = ВБ_{м} \times Ч_{план} \times Д_{план} \times К_{бм},$$

где $К_{бм}$ – коэффициент изменения количества потребляемых блюд в среднем на одно место в обеденном зале в день.

Пример:

В объекте питания в отчетном периоде общее количество мест в обеденном зале составляет 60 ед., объект функционировал 297 дней, фактический выпуск блюд составил – 120500 ед. В планируемом году в связи в реконструкцией зала число мест увеличится на 8, количество рабочих дней составит 305, коэффициент количества потребляемых блюд в среднем на одно место в день – 1,05, средняя цена блюда – 1500. Определим годовой плановый выпуск блюд и оборот по обеденной продукции.

1. Выпуск блюд в отчетном периоде в расчете на одно место в обеденном зале:

$$120500 / (60 \times 297) = 6,8.$$

2. Годовой план выпуска блюд:

$$6,8 \times 1,05 \times 305 \times (60 + 8) = 148\,084.$$

3. Товарооборот по обеденной продукции:

$$148084 \times 1500 = 222,13 \text{ млн.руб.}$$

4. Планирование выпуска блюд на основе производственной мощности кухни и пропускной способности зала.

Производственная мощность — максимально возможный выпуск организацией продукции определенного ассортимента в единицу времени (в смену, за сутки, месяц, год). Ее определение производится по основным видам продукции с учетом мощности технологического оборудования (котлов, плит, жарочных устройств). Мощность оборудования указывается в техническом паспорте.

Производственная мощность кухни определяется по формуле:

$$M = (V - П) \times O_k \times K_z / v \times O_b,$$

где М — производственная мощность кухни, первых блюд;

В — продолжительность работы столовой, мин;

П — время простоя оборудования, мин;

v — средняя продолжительность одной варки, мин;

O_к — емкость котлов, л;

O_б — емкость одного блюда, л;

K_з — коэффициент заполнения емкостей (в расчетах принимается 0,85).

Производственная мощность не является постоянной величиной. Большое влияние на ее изменение оказывают технический прогресс, совершенствование организации труда и производства, ритмичность снабжения организации питания сырьем и др.

Степень использования производственной мощности характеризует коэффициент (К_{пм}), который определяется как отношение количества фактически выпущенной продукции к производственной мощности соответствующего оборудования:

$$K_{пм} = ВБ \text{ факт} : M.$$

Чтобы определить плановый выпуск блюд за период (год, квартал, месяц), целесообразно использовать формулу:

$$ВБп = M \times K_{пм} \times Дп,$$

где Дп — количество дней в периоде.

Стоимость обеденной продукции определяется путем умножения средней цены одного блюда на количество блюд.

Данный метод применяется, как правило, для вновь вводимых организаций общественного питания.

Пример:

Объем котлов — 300 л. Время работы организации общественного питания — 8 часов. На организационно-технологические простои за смену тратится около 50 минут. Время одной варки — 130 минут. Емкость одного первого блюда — 0,25 л. Число рабочих дней объекта питания — 305. Коэффициент использования производственной мощности на аналогичных объектах питания составляет 0,65.

Определим производственную мощность кухни по выпуску первых блюд. Она составит 3374 блюда в день $((8 \times 60 - 50) \times 300 \times 0,85 / 130 \times 0,25)$. С учетом коэффициента использования мощности — 669 тыс. блюд в год $(3374 \times 0,65 \times 305)$.

При обосновании производственной программы должна учитываться пропускная способность обеденного зала, характеризуемая максимально возможным количеством посетителей, обслуживаемых в единицу времени (час, день, месяц, год). Она зависит от типа, режима работы организации, интенсивности потока потребителей, использования площади зала, числа мест, продолжительности приема пищи 1 посетителем и прочих факторов. Среднее время приема пищи зависит от формы обслуживания, количества потребляемых блюд, типа организации. Например, в столовой, кафе, работающих с использованием метода самообслуживания, среднее время приема пищи одним посетителем составляет 20—30 мин., а в буфетах и закусочных — 15—20 мин.

Расчет пропускной способности (ПС) зала производится по формуле:

$$ПС = П \text{ зала} \times В \times R \text{ инт} / П \text{ м} \times В \text{ п},$$

где П зала — полезная площадь обеденного зала;

В — время работы зала в день, мин.;

R — коэффициент заполнения зала с учетом интенсивности потока потребителей в течение дня;

П_м — норма площади на 1 место (1,9 кв.м.);

В_п — время приема пищи 1 посетителем, мин.

Так как частное от деления площади зала на норму площади на одно место представляет собой количество мест (М), то формула может быть преобразована следующим образом:

$$ПС = M \times B \times R_{\text{инт}} / B_{\text{п}}$$

Пропускная способность организации питания зависит от формы обслуживания потребителей, рационального использования площади и прочих, в связи с чем при расчете плана выпуска блюд целесообразно учитывать коэффициент использования пропускной способности зала на аналогичных объектах общественного питания ($K_{\text{ис}}$):

$$K_{\text{ис}} = Ч / ПС,$$

где Ч – фактическая численность обслуженных потребителей.

Повышение коэффициента пропускной способности обеденного зала может быть достигнуто за счет применения самообслуживания, предварительного накрытия столов, реализации комплексных обедов, завтраков, ужинов, реализации продукции методом «шведского стола», организации выносных раздач и буфетов.

Пример:

Время работы обеденного зала – 8 часов (480 минут), в том числе 4 часа зал работает с полной нагрузкой, а 4 часа - в пределах 50%. Площадь обеденного зала – 120 кв.м. Норма площади на 1 место – 1,9 кв.м. Время приема пищи 1 посетителем – 20 минут. В планируемом году объект питания будет работать 305 дней, среднее количество блюд в расчете на одного потребителя - 3,3. Коэффициент использования пропускной способности зала на аналогичных объектах питания составляет 0,65. Определим пропускную способность обеденного зала и план выпуска блюд в расчете на год.

1. Коэффициент заполнения зала с учетом интенсивности потока потребителей составит 0,75 ($(4 \times 1 + 4 \times 0,5) / 8$)
2. Пропускная способность обеденного зала в день составит 1137 человек ($120 \times 480 \times 0,75 / 1,9 \times 20$).
3. Пропускная способность зала за год с учетом коэффициента использования пропускной способности зала составит 225410 человек ($1137 \times 305 \times 0,65$).
4. План выпуска блюд составит 743 853 блюда ($225410 \times 3,3$).

Численность потребителей услуг общественного питания может быть определена также по показателю оборачиваемости мест; по количеству блюд, потребляемых в среднем в день одним посетителем (определяется по данным кассовых чеков); по количеству реализованных вторых блюд в среднем в день (как правило, каждый посетитель берет второе блюдо).

Оборачиваемость одного места ($O_{\text{м}}$) в обеденном зале характеризует число потребителей ($Ч_{\text{п}}$), приходящееся на одно место в день и рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{м}} = Ч_{\text{п}} / Ч_{\text{м}},$$

где $Ч_{\text{м}}$ – число мест в обеденном зале.

Тогда численность питающихся определяется как произведение оборачиваемости одного места на число мест.

Оборачиваемость одного места можно определить исходя из максимального количества посетителей (по пропускной способности), а затем рассчитать коэффициент оборачиваемости по формуле:

$$K_{\text{о}} = O_{\text{м факт}} / O_{\text{м мах}} \times 100.$$

Пример:

Фактическое количество мест в объекте питания – 40. Число рабочих дней в году – 305. Среднее количество блюд на одного посетителя – 2,5. В отчетном периоде оборачиваемость одного места составила 7,6. Максимальная оборачиваемость одного места - 10. В планируемом году намечается увеличить коэффициент оборачиваемости до 0,8.

Плановая численность потребителей в день составит 320 человек ($10 \times 0,8 \times 40$).

План выпуска блюд на год будет равен 244000 блюд ($320 \times 305 \times 2,5$).

После расчета плана выпуска блюд рассчитывается план товарооборота по обеденной продукции путем умножения выпуска блюд на среднюю цену одного блюда. После определения плана выпуска обеденной продукции, планируется объем производства и реализации прочей собственной продукции, не учитываемой в блюдах. Расчет производится по каждому объекту с кухней, исходя из производственной мощности кухни, состава кадров, нормы выработки, наличия сырья и ожидаемого выполнения плана. Суммированием оборота по обеденной и прочей собственной продукции определяется план оборота по продукции собственного производства. Затем из оборота

по продукции собственного производства выделяется оптовый оборот. При его планировании учитывается объем заключенных договоров (заказов организаций, потребителей полуфабрикатов и проч.). В целом же при планировании следует ориентироваться на повышение удельного веса продукции собственного производства в товарообороте общественного питания.

Планирование оборота по покупным товарам зависит от типа организации питания, спроса потребителей, учитывается также достигнутый уровень реализации этих товаров в предплановом периоде, тенденции изменения их доли в общем объеме товарооборота организаций общественного питания.

При планировании товарооборота общественного питания, как и в розничной торговле, используют комплекс методов: экономико-статистические (сущность этих методов рассмотрена в предыдущем параграфе); экономико-математические; расчетно-аналитический; исходя из потребности в чистой прибыли; коэффициент эластичности, характеризующий зависимость, например, между розничным товарооборотом и оборотом по покупным товарам и другие. Рассмотрим особенности применения некоторых методов в общественном питании.

При планировании стоимостных показателей товарооборота (товарооборота по продукции собственного производства, розничного товарооборота, оборота по прочей собственной продукции, оборота по покупным товарам) возможно использование коэффициента эластичности (Кэ):

$$K_{\text{э}} = \text{ТП}_{\text{пт}} : \text{ТП}_{\text{рт}},$$

где $\text{ТП}_{\text{пт}}$ – темп прироста товарооборота по покупным товарам;

$\text{ТП}_{\text{рт}}$ – темп прироста розничного товарооборота.

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов возрастет товарооборот по покупным товарам, если розничный товарооборот увеличится на 1%. Тогда темп прироста товарооборота по покупным товарам в планируемом периоде можно определить по формуле:

$$\text{ТП}_{\text{пт план}} = K_{\text{э}} \times \text{ТП}_{\text{рт план}},$$

где $\text{ТП}_{\text{пт план}}$ – темп прироста оборота по покупным товарам в планируемом периоде;

$\text{ТП}_{\text{рт план}}$ – темп прироста розничного товарооборота в планируемом периоде.

Плановый товарооборот по покупным товарам определяется по формуле:

$$T_{\text{пт план}} = T_{\text{пт отч}} \times (100 + \text{ТП}_{\text{пт план}}) / 100,$$

где $T_{\text{пт план}}$ - плановый товарооборот по покупным товарам, млн.руб.;

$T_{\text{пт отч}}$ – фактический оборот по покупным товарам отчетного года, млн.руб.

Пример:

В отчетном периоде товарооборот организации общественного питания по покупным товарам составил 59,3 млн.руб. В планируемом периоде по сравнению с отчетным розничный товарооборот увеличится на 15%. Коэффициент эластичности оборота по покупным товарам - 0,75 (при увеличении розничного товарооборота на 1%, товарооборот по покупным товарам возрастет на 0,75%). Рассчитаем товарооборот по покупным товарам на планируемый год.

1. Темп прироста товарооборота по покупным товарам в планируемом периоде составит 11,25% (15 x 0,75).

2. Товарооборот по покупным товарам в планируемом году составит 65,97 млн.руб. (59,3 x (100+11,25)/100).

Планирование товарооборота, исходя из потребности в чистой прибыли (ЧП), в общественном питании имеет ряд особенностей. Расчет проводится, как и в розничной торговле в несколько этапов. На первом определяется размер чистой прибыли, необходимой организации питания для реализации программы производственного и социального развития и удовлетворения интересов собственников. Далее осуществляется расчет прибыли по формуле:

$$П = ЧП \times 100 / (100 - С_{\text{н}}),$$

где $C_{\text{н}}$ – удельный вес налогов, уплачиваемых из прибыли.

Затем рассчитывается размер прибыли от реализации по формуле:

Пр = Прибыль – Прибыль от операционных доходов и расходов – Прибыль от внереализационных доходов и расходов

На следующем этапе рассчитываются сумма доходов от реализации (без отчислений): Др без отч. = Прибыль от реализации + Плановая сумма расходов на производство и реализацию.

Далее рассчитывается сумма доходов от реализации с отчислениями по формуле:

$$\text{Др с отч.} = \text{Др псп} + \text{Др пт} \times 100 / (100 - \text{О}),$$

где Др с отч – сумма доходов от реализации с отчислениями;

Др псп – сумма доходов от реализации продукции собственного производства;

Др пт - сумма доходов от реализации покупных товаров;

О – размер отчислений, уплачиваемых из доходов от реализации (определяется в соответствии с законом о бюджете на год; в 2008 году размер отчислений составил 2%). Следует учитывать, что в соответствии с законодательством, в общественном питании отчисления уплачиваются из доходов по покупным товарам.

Существует ряд способов определения суммы и уровня доходов от реализации покупных товаров в общественном питании. Самый простой способ - по удельному весу покупных товаров в товарообороте:

$$\text{Др пт} = \text{Др} \times \text{Уд.в.ПТ} / 100,$$

где Др пт – доходы от реализации по покупным товарам;

Др – сумма доходов от реализации;

Уд.в.ПТ – удельный вес покупных товаров в товарообороте, %.

Расчет уровня доходов от реализации по покупным товарам может быть определен по формуле:

$$\text{У Др пт} = \text{У Др псп} : \text{А},$$

где У Др пт – уровень доходов от реализации по покупным товарам;

У Др псп - уровень доходов от реализации по продукции собственного производства;

А – соотношение уровня доходов от реализации по продукции собственного производства к уровню доходов от реализации по покупным товарам.

Соответственно, уровень доходов от реализации по продукции собственного производства можно определить по формуле:

$$\text{У Др псп} = \text{У Др} \times \text{А} \times 100 / (\text{Д псп} \times (\text{А} - 1) + 100),$$

где У Др – уровень доходов от реализации, %;

Д псп – доля продукции собственного производства в товарообороте, %.

Следующим этапом является расчет планового значения товарооборота общественного питания (без налогов). Для этого полученную сумму доходов от реализации следует разделить на их уровень, сложившийся в отчетном периоде, и скорректированный с учетом тенденций в его развитии за ряд предшествующих лет:

$$\text{Т оп} = \text{Др с отч.} / \text{У Др} \times 100\%.$$

Следующим этапом является определение товарооборота с учетом налога на добавленную стоимость, взятого по средневзвешенной ставке, так как ставка НДС может различаться в зависимости от вида сырья и товаров, а затем, с учетом местного налога на услуги (не более 10%). Объектом налогообложения являются операции по оказанию услуг ресторанов (кафе, баров). Товарооборот с учетом налога на услуги определяется в том же порядке, что и с налогом с продаж в розничной торговле.

Пример:

Исходные данные для планирования товарооборота с учетом потребности в чистой прибыли организации общественного питания.

1. По расчетам специалистов организации общественного питания потребность в чистой прибыли составляет 121 млн.руб.
2. Планируемая сумма расходов на производство и реализацию – 2166 млн.руб.
3. Фактический уровень доходов от реализации, сложившийся в организации составил 42% к обороту;

4. Доходы по покупным товарам составляют 50% от общей суммы доходов от реализации организации питания.
5. Удельный вес налогов и отчислений, уплачиваемых из прибыли составляет 29%.
6. Операционные и внереализационные доходы и расходы в организации отсутствуют.
7. Средневзвешенная ставка НДС – 12%.
8. Организация уплачивает налог на услуги в размере 10%.

Прибыль организации общественного питания составит 170,4 млн.руб. ($121 \times 100 / (100 - 29)$).

Доходы от реализации без отчислений: $170,4 + 2166 = 2336,4$ млн.руб.

Доходы от реализации покупных товаров с отчислениями: $2336,4 \times 0,5 * 100 / (100 - 2) = 1192$ млн.руб.

Общая сумма доходов от реализации ПСП и ПТ с отчислениями:

$1192 + 1168,2 = 2360,2$ млн.руб.

Или $Др с отч. = (П + Рпр - Дпсп) \times 2 / 98 + Др = (2336,4 - 1168,2) \times 2 / 98 + 2336,4 = 2360,2$ млн.руб.

Товарооборот общественного питания (без налогов) будет равен 5619,5 млн.руб. ($2360,2 * 100 / 42$).

Товарооборот общественного питания с учетом НДС составит 6385,8 млн.руб. ($5619,5 \times 100 / (100 - 12)$).

Товарооборот с учетом налога на услуги будет равен 7095,3 млн.руб. ($6385,8 \times 100 / (100 - 10)$).

Составление многовариантных расчетов плана-прогноза завершается выбором оптимального значения объема товарооборота на основе оценки результатов по каждому варианту и сравнения с динамикой товарооборота в отчетном и предшествующих годах.

После расчета плана товарооборота по отдельным объектам, формам продажи составляют общий план товарооборота организации общественного питания. Пример проекта плана товарооборота общественного питания представлен в таблице 1. .

Таблица 1. Проект плана товарооборота организации общественного питания, млн.руб.

Показатели	Текущий год		Плановый год		
	сумма	процент к итогу	сумма	процент к итогу	% к текущему году
1.Реализация продукции собственного производства	2417,7	89,9	2659,9	90,3	110
В том числе:					
розничная продажа	2272,6	-	2483,6	-	109,3
оптовая продажа объектам организации питания	50,8	-	66,5	-	130,9
оптовая продажа другим организациям питания	48,5	-	63,4	-	130,7
оптовая продажа организациям розничной торговли	45,8	-	46,4	-	101,3
2.Реализация покупных товаров	271,8	10,1	285,4	9,7	105
3.Товарооборот общественного питания	2689,5	100	2945,3	100	109,5
В том числе					
розничная продажа	2682,9	99,8	2936,7	99,7	109,5
оптовая продажа	6,6	0,2	8,6	0,3	130,3
4.Товарооборот, за исключением оптового	2638,7	-	2878,8	-	109,1

Обоснованность плана товарооборота проверяется посредством определения точки безубыточности, характеризующей минимальный объем товарооборота, при котором покрываются только расходы, а прибыль равна нулю. Расчет производится по формуле:

$$Тб = Р_{\text{пост.}} \times 100\% / (У_{\text{Др}} - У_{\text{Рпер}}),$$

где Тб – точка безубыточности;

Р пост – сумма условно-постоянных расходов на производство и реализацию;

У Др – уровень доходов от реализации (без отчислений);

УР пер. – уровень условно-переменных расходов на производство и реализацию.

3.7. Особенности анализа и прогнозирования оптового товарооборота

Оптовая торговля является одним из важнейших элементов инфраструктуры рынка. Согласно Закону Республики Беларусь «О торговле» **оптовая торговля** представляет собой вид торговли, осуществляемой в целях последующего использования товаров в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним потреблением и иным подобным использованием. Ее сущность, задачи и функции трансформировались в процессе изменения принципов распределения товаров. В условиях рынка наличие эффективного оптового звена, сотрудничающего с товаропроизводителями, оказывающего услуги розничной торговле по хранению, разукрупнению, доставке партий товаров обеспечивает наличие в торговой сети необходимого ассортимента товаров. Развитая система оптовой торговли является важным условием функционирования товарных рынков и потребительского рынка в целом.

С целью регулирования оптовой торговли, возврата ей надлежащего места в товаропроводящей сети Министерством торговли в 2002 году была принята Концепция развития оптовой торговли Республики Беларусь. Ею предусматривается дальнейшее реформирование и совершенствование организационных структур, а также системы управления отраслью; расширение, реконструкция и техническое перевооружение сети складов и хранилищ; создание условий функционирования оптовых организаций и предприятий.

В результате проведенных преобразований в настоящее время оптовую торговлю осуществляют 10702 торговые организации. Из них 59 организаций «крупного опта», находящихся в подчинении Министерства торговли или областных управлений торговли. В системе потребительской кооперации работают 125 оптовых баз, отличительной особенностью которых является внутрисистемный характер связей. Также оптовую торговлю всеми видами товаров ведут совместные, малые предприятия, индивидуальные предприниматели. Товарооборот организаций оптовой торговли за 2007 г. в фактически действовавших ценах по сравнению с 2006 г. вырос на 21,1 %, а по сравнению с 2005 г. – на 91,2 %. По итогам января-августа 2007 г. уровень рентабельности оптовой торговли республики возрос и составил 3,6%.

Одной из особенностей, деятельности оптовых организаций в современных условиях является их многоотраслевой (разнонаправленный) характер, что обусловило необходимость разграничения понятий «товарооборот оптовой организации» и «оптовый товарооборот». **Товарооборот оптовой организации** (валовой товарооборот) представляет собой общий объем реализации товаров всех видов и форм. Состав и структура товарооборота оптовых организаций предусматривается в статистическом отчете формы 1-опт. Объем товарооборота отражается в отчете в фактических отпускных ценах на момент отгрузки товаров и определяется как сумма оборотов от всех видов деятельности: оптовой, розничной торговли, общественного питания, торгового посредничества, а также прочих видов деятельности.

В бухгалтерской отчетности показателем, наиболее близким к товарообороту организации, является выручка. Выручка представляет собой сумму денег, полученную от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности (включая ценные бумаги) и доходов от внереализационных операций. В бухгалтерском учете выручка отражается в Отчете о прибылях и убытках (приложение к балансу форма 2) по строке 010 в полном объеме и по строке 020 без налогов и сборов, включаемых в выручку. Данный показатель в настоящее время используется для расчета относительных величин уровня доходов, расходов, прибыли организации.

Под **оптовым товарооборотом** понимается стоимость продажи товаров несобственного производства и без видоизменения юридическим лицам, их обособленным подразделениям и индивидуальным предпринимателям с целью дальнейшей перепродажи или профессионального использования.

В объем оптового товарооборота **включается** стоимость товаров, реализованных со складов оптовых организаций, включая магазины-склады:

- для дальнейшей перепродажи или профессионального использования на внутреннем рынке и на экспорт;
- юридическим лицам для питания и обслуживания ими контингента детских и лечебных учреждений, а также судам речного флота и авиации для организации обслуживания и питания пассажиров;
- производственным предприятиям для профилактического питания рабочих и служащих, занятых в цехах и на работах с вредными условиями;
- исправительно-трудовым учреждениям по безналичному расчету;
- по бартеру и товарообменным операциям, в том числе в обмен на предоставленные работы и услуги.

Не включается в объем оптового товарооборота:

- стоимость товаров, отпущенных для переработки на собственном производстве, а также на внутрихозяйственные нужды организации;
- стоимость товаров, а также продукции собственного производства, отпущенных организацией в собственную розничную сеть;
- стоимость товаров, отпущенных на давальческих условиях в другие организации для промышленной переработки или доработки;
- стоимость товаров для закладки в государственный резерв;
- стоимость тары, проданной с товаром, на которую установлены залоговые цены;
- стоимость возвращенных покупателем товаров, если возврат имел место, вычитается из оптового товарооборота по моменту возврата.

Состав **розничного товарооборота и товарооборота общественного питания** оптовой организации тот же, что и в организациях розничной торговли и общественного питания.

Оборот торгового посредничества показывается в размере комиссионных, включая налог на добавленную стоимость. Торгово-посредническая деятельность — это предпринимательская деятельность по осуществлению торговли товарами несобственного производства, осуществляемая посредниками, совершающими сделки по купле-продаже товаров от своего имени, но за счет других лиц или фирм по договорам комиссии (поручения). Разновидностью ее является продажа товаров на условиях консигнации.

Оборот от прочих видов деятельности включает данные о выручке от реализации готовой продукции, товаров, работ, услуг (в том числе услуг по сдаче имущества в аренду), полученных от производства, строительства, транспорта и прочих видов деятельности.

В связи с наличием нескольких видов деятельности у большинства оптовых организаций по итогам отчетного года устанавливается преимущественный вид деятельности, на основе которого организация относится к подотрасли «оптовая торговля». Преимущественным считается вид деятельности, занимающий наибольший удельный вес в товарообороте отчетного периода. Следовательно, в организациях оптовой торговли преимущественную долю в общем обороте составляет оптовый товарооборот.

Особенности анализа и планирования оптового товарооборота. Звеньевость товародвижения как составная часть плана оптового товарооборота. Основной целью анализа товарооборота оптовой организации является определение роли оптовой торговли в равномерном и полном выполнении объемов розничного товарооборота, обеспечении бесперебойного завоза товаров в розничную торговую сеть и рационализации процессов товародвижения. Исходя из указанной цели основными задачами анализа оптового товарооборота являются:

- оценка выполнения плана и динамики товарооборота оптовой организации по общему объему и видам;
- изучение роли и позиции оптовой организации на рынке в районе ее деятельности;
- оценка равномерности развития оптового товарооборота по периодам года;

- анализ соблюдения схем и звенности продвижения товаров в розничную торговую сеть;
- изучение динамики и изменений в структуре оптового товарооборота;
- расчет и оценка влияния факторов на изменение оптового товарооборота;
- выявление упущенных возможностей и определение резервов роста оптового товарооборота;
- разработка комплекса мероприятий по увеличению и оптимизации оптовой реализации товаров с указанием конкретных исполнителей.

Основными источниками информации для проведения анализа товарооборота оптовой организации являются:

1. Отчет о деятельности организаций оптовой торговли по форме 1-опт (полугодовая, годовая).
2. «Отчет о прибылях и убытках» (прил. к бухгалтерскому балансу форма 2).
3. Отчет о товарообороте и запасах товаров форма 1-торг (месячная); Отчет о продаже и запасах товаров форма 3торг (краткая), (месячная); Отчет по розничной торговле форма 3-торг (полугодовая, годовая).
4. Результаты экономического анализа оптового и розничного товарооборота зоны обслуживания по сопоставимому кругу реализуемых товаров.
5. Прочие материалы: заявки на товары; данные о поставке товаров оптовым покупателям и о поступлении товаров в оптовые организации; информация о покупательском спросе населения; материалы, характеризующие материально-технический потенциал оптовой организации.

В отличие от анализа розничного товарооборота методика анализа товарооборота оптовой организации имеет некоторые *особенности*. В частности, в условиях рыночной экономики особое значение имеет изучение и оценка товарооборота оптовой организации во взаимосвязи с розничным товарооборотом обслуживаемых организаций. Положительная динамика оптового товарооборота должна отражаться и в тенденциях развития розничного товарооборота. Поэтому при анализе товарооборота оптовой организации необходимо сравнивать темпы его роста с темпами роста розничного товарооборота в обслуживаемых торговых организациях и определить долю участия оптовой организации в развитии розничного товарооборота.

Ряд особенностей имеется и в методике анализа структуры товарооборота оптовой организации. Анализ может проводиться по следующим признакам:

- по видам деятельности (товарооборот оптовой, розничной торговли, общественного питания, торгового посредничества, прочих видов деятельности);
- по товарным группам;
- по формам товародвижения (складской, транзитный, посреднический);
- по группам оптовых покупателей (розничные торговые организации и предприятия, производственные организации и предприятия, иные оптовые организации и предприятия, индивидуальные предприниматели);
- по формам и организации коммерческих связей (поставка по выделенным квотам, сверх квот);
- по территориальному признаку (местные покупатели, покупатели из других областей и регионов, экспорт);
- по формам оплаты (предоплата, немедленная оплата, последующая оплата, в кредит).

При необходимости следует провести более глубокий анализ по каждому направлению. Анализ структуры товарооборота в разрезе перечисленных признаков позволяет более подробно представить покупателей, условия реализации товаров и соответственно, выработать решения по дальнейшему наращиванию объемов деятельности и улучшению финансовых результатов работы организации.

Наибольшую практическую значимость имеет классификация товарооборота по формам товародвижения. Традиционно в оптовой торговле выделяли складской и транзитный товарооборот, который подразделялся на транзитный с участием в расчетах и без участия в расчетах. В настоящее время в связи с изменением сущности и классификации видов деятельности оптовой организации выделяют *складской* и *транзитный товарооборот*, который представляет собой оптовую поставку товаров покупателям без завоза на склад оптовой организации, организованную и выполненную с привлечением средств оптовой организации. Поставка товаров транзитом без участия в расчетах в настоящее время

рассматривается как посредническая деятельность и учитывается в составе товарооборота оптовой организации, но не включается в оптовый товарооборот.

С классификацией оптового товарооборота тесно связано понятие «звенности товародвижения». Необходимость изучения ее также является одной из особенностей анализа оптового товарооборота. **Звенность товародвижения** характеризует количество звеньев, которые проходит товар на пути перемещения в торговую сеть. Она является результатом установленных хозяйственных связей и схем товародвижения. Наличие излишних звеньев в товаропроводящей сети увеличивает стоимость товара, срок доставки, нередко ухудшает качество и увеличивает потери товаров.

Анализ соблюдения схем движения товаров и звенности их продвижения в розничную торговую сеть предусматривает определение коэффициента звенности товародвижения, его изменения по сравнению с планом и предшествующим периодом и воздействия на товарооборот оптовой организации. Коэффициент звенности может быть рассчитан двумя способами:

1. по торговой организации, имеющей многопрофильную деятельность, а оптовое звено которой преимущественно осуществляет поставку товаров в собственную розничную сеть: в кратных единицах путем деления товарооборота оптовой организации на розничный товарооборот (включая товарооборот общественного питания). Он показывает количество звеньев, через которые проходит товар на пути к конечному потребителю.

2. при возможности определения постоянного круга покупателей – розничных организаций: в процентах путем деления оптового товарооборота на розничный товарооборот зоны обслуживания и умножением результата на 100 % . Этот коэффициент характеризует долю товаров, поступающих в розничную сеть через оптовое звено в общем объеме поступления.

В результате роста (снижения) коэффициента звенности товародвижения происходит увеличение (уменьшение) объема оптового товарооборота. Величина этого показателя рассчитывается путем умножения изменения коэффициента звенности на розничный товарооборот зоны обслуживания в отчетном периоде и деления результата на 100 %. Впоследствии результат расчета может быть использован для определения влияния изменения звенности товародвижения на доходность и прибыльность деятельности оптовой организации.

Для оптовых организаций, особенно реализующих продукцию производственно-технического назначения, характерна сезонность работы. Поэтому большое значение имеет исследование товарооборота по периодам года. При этом следует рассчитать удельный вес каждого месяца и квартала в годовом товарообороте на основе данных за 2-3 года и построить сезонную волну. График сезонной волны строится путем графического отображения линий тренда товарооборота за несколько лет одновременно. Впоследствии это дает возможность диверсифицировать деятельность в периоды, когда реализация минимальна, точнее рассчитать потребность в товарных запасах и соответственно в оборотных средствах, необходимых для финансирования. В случае выявления сезонной волны следует рассчитать индекс сезонности товарооборота каждого периода.

При анализе товарооборота по периодам года, как и в розничной торговле, принято рассчитывать коэффициенты равномерности и ритмичности. Но для целей выявления сезонности коэффициент равномерности следует рассчитывать на основе сравнения абсолютных значений товарооборота в каждом отрезке со средним объемом товарооборота за период.

Для иллюстрации указанных особенностей анализа товарооборота оптовой организации рассмотрим таблицы 3.1, 3.2, 3.3. Как видно из таблиц, оптовая организация развивается динамично.

Таблица 3.1. Основные финансово-экономические показатели деятельности оптовой организации, млн. руб.

Показатель	Прошлый год	Отчетный год	Темп роста, %
1. Товарооборот всего			
- в действующих ценах	8509	9134	107,35
- в сопоставимых ценах (Ip=1,029)	8509	8876,6	104,32
в том числе			
1.1 оптовый товарооборот			
- в действующих ценах	7691	8217	106,84

- в сопоставимых ценах	7691	7985,4	103,83
1.2 розничный товароборот			
- в действующих ценах	818	917	112,1
- в сопоставимых ценах	818	891,16	108,94

Таблица 3.2. Динамика отгрузки товаров оптовой организацией в розничную сеть

Зона деятельности	Прошлый год		Отчетный год		Темп роста, %	Отклонение, % (+,-)
	млн. руб.	уд. вес, %	млн. руб.	уд. вес, %		
г. Минск	5327	69,1	5742	68,5	105	-0,6
Минская область	1804	23,4	1983	23,7	107	+0,3
Собственная розничная сеть	580	7,5	653	7,8	109	+0,3
Всего	7711	100	8378	100	105	-

Таблица 3.3. Сезонность изменения оптового товарооборота организации

Месяцы	Прошлый год		Отчетный год		Товарооборот в среднем за период, млн. руб.	Индекс сезонности, %
	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %		
1	2	3	4	5	6 = (гр.2 + гр.4) / 2	7 = гр.6 / Итого гр. 6
Январь	453,8	5,9	501,2	6,1	477,5	0,060
Февраль	453,8	5,9	484,8	5,9	469,3	0,059
Март	484,5	6,3	616,3	7,5	550,4	0,069
Апрель	499,9	6,5	608,1	7,4	554,0	0,070
Май	523,0	6,8	624,5	7,6	573,7	0,072
Июнь	561,4	7,3	591,6	7,2	576,5	0,072
Июль	599,9	7,8	624,5	7,6	612,2	0,077
Август	646,0	8,4	682,0	8,3	664,0	0,083
Сентябрь	646,0	8,4	682,0	8,3	664,0	0,083
Октябрь	838,3	10,9	838,1	10,2	838,2	0,105
Ноябрь	1046,0	13,6	1018,9	12,4	1032,4	0,130
Декабрь	938,3	12,2	945,0	11,5	941,6	0,118
Итого за год	7691	100,0	8217	100,0	7954,0	-

Хотя основным видом деятельности является оптовая торговля, розничный товарооборот в отчетном году возростал ускоренными темпами по сравнению с оптовым (соответственно 106,8 % и 112,1 %). Подавляющую часть среди покупателей организации занимает г.Минск (68,5 % в отчетном году), хотя за последний год его доля незначительно снизилась. Это связано с увеличением конкуренции в столичном регионе и свидетельствует о необходимости активизации маркетинга (поиска новых перспективных ниш). Учитывая, что поставки товаров в собственную розничную сеть не имеет для организации решающего значения, коэффициент звенности первого типа рассчитывать не имеет смысла.

Коэффициент звенности поставок товаров организацией (второго типа) составил в отчетном году 98,1 % ($8217 / 8378 * 100$) против 99,7 % в прошлом. Следовательно, звенность сократилась на 1,6 %, что привело к уменьшению объема оптового товарооборота организации на 134 млн. руб. ($1,6 * 8378 / 100$). Как видно из таблицы 4.3, товарооборот организации характеризуется значительной сезонностью: нарастанием товарооборота по месяцам. Наивысший индекс сезонности характерен для октября-декабря, а наименьший – для января и февраля. Товарооборот в среднем за месяц за два года составил 662,8 млн. руб. В целом равномерность распределения товарооборота по месяцам составляет 51,5 %, что вытекает из следующего расчета:

$$G = \sqrt{\frac{(477,5 - 662,8)^2 + (469,3 - 662,8)^2 + \dots + (1032,4 - 662,8)^2 + (941,6 - 662,8)^2}{12}} = 321,6$$

$$K_{вар} = \frac{321,6 * 100}{662,8} = 48,5\% \quad K_{равн} = 100 - 48,5 = 51,5\%$$

Экономический анализ оптового товарооборота и его показателей в условиях рыночной конкуренции приобретает особую актуальность, так как от его обеспеченности зависят конкурентные позиции оптовых организаций на рынке. Материалы проведенного глубокого анализа с выявлением причин изменений в объеме и структуре товарооборота являются основой для планирования и прогнозирования на предстоящий период.

В условиях рыночной экономики планирование товарооборота оптовой организации должно быть направлено на максимальное обеспечение бесперебойного снабжения организаций, обслуживаемых оптовым звеном. Главной задачей планирования товарооборота оптовой организации является определение потребности в товарах номенклатуры организации и источников их поступления.

Информационная база для планирования в дополнение к материалам, необходимым для анализа товарооборота оптовой организации, должна включать:

1. информацию о заключенных с поставщиками и покупателями договорах на поставку и оптовую продажу товаров;
2. планы розничного товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре зоны обслуживания;
3. расчеты необходимого поступления товаров в ассортиментном разрезе организациям-покупателям;
4. планы производства товаров, результаты проведения оптовых ярмарок;
5. комплекс намечаемых мероприятий по упорядочению звенности товародвижения и схем завоза товаров на планируемый период.

Состав показателей плана оптовой организации аналогичен розничной. Также, как и в розничной, с целью оптимизации планово-экономических расчетов целесообразно применять многовариантные подходы к планированию оптового товарооборота, что позволит выбрать наиболее оптимальный и обоснованный вариант плана.

Главной особенностью планирования оптового товарооборота является применение подхода «от частного к общему». Его сущность заключается в том, что определению общего объема оптового товарооборота предшествует прогноз объема продаж по отдельным

товарным группам. На основании обобщения рассчитанных планов-прогнозов с учетом товарного обеспечения определяется общий плановый объем оптового товарооборота. Использование такого варианта планирования дает возможность оптовым торговым организациям оптимизировать звенность товародвижения.

Для определения объема оптового товарооборота по товарной группе могут быть применены несколько методов:

1. на основе определения общей потребности организаций-покупателей (розничных, общественного питания, производственных, оптовых, индивидуальных предпринимателей) зоны обслуживания в товарах конкретной группы и возможностей ее покрытия минуя оптовую организацию. В этом случае расчеты производятся по формуле:

$$T_{opt} = P_{otr} - P_{pr} - T_{поср} ,$$

где T_{opt} – оптовый товарооборот по группе товаров;

P_{otr} – потребность организаций зоны обслуживания в товарах данной группы;

P_{pr} – объем поступления из прочих источников (минуя оптовую организацию);

$T_{поср}$ – объем оборота посреднической деятельности организации по данной группе.

Исходя из рассчитанного оптового товарооборота по товарной группе можно определить оптово-складской оборот, исключив из общего объема оптового товарооборота транзитный с участием оптовой организации в расчетах.

2. По отдельным товарным группам, по которым проявляется четкая тенденция зависимости развития оптового товарооборота от розничного зоны деятельности оптовой организации, плановую реализацию товаров можно определить с помощью коэффициентов эластичности оптового товарооборота от розничного по соответствующим группам товаров. Коэффициент эластичности будет характеризовать относительное увеличение или снижение оптовой реализации товаров при изменении розничного товарооборота зоны обслуживания на один процент.

Пример. Оптовая организация реализует более 90% товаров группы «А» розничным организациям города и является единственным поставщиком по этой группе товаров. Оптовый товарооборот по товарной группе «А» в прошлом году составил 256 млн. руб., в отчетном 272 млн. руб., розничный товарооборот обслуживаемых организаций - соответственно 231 млн. руб. и 235,2 млн. руб. В планируемом году розничный товарооборот по товарной группе «А» увеличится на 5,3%. Коэффициент эластичности оптового товарооборота будет равен $\frac{(272 - 256)}{256} / \frac{(235,2 - 231)}{231} = 3,438$. Темп прироста оптового товарооборота составит $3,438 * 5,3 = 18,2$ %. Следовательно, плановый объем оптового товарооборота по товарной группе «А» составит 321,5 млн. руб.

Если оптовая организация реализует узкий ассортимент товаров или имеет небольшой объем товарооборота, то может быть применен подход, заключающийся в планировании сначала общего объема оптового товарооборота с последующим расчетом объемов продаж по товарным группам. В этом случае для планирования общего объема оптового товарооборота могут быть применены методы, аналогичные планированию по отдельным товарным группам, а также методы, применяющиеся для планирования общего объема розничного товарооборота (скользящей средней; удвоенных или уменьшенных средних величин; экстраполяции динамического ряда; на основе применения уравнений простой регрессии; экстремумов; на основе расчета многофакторной экономико-математической модели). После определения прогнозной величины общего объема товарооборота необходимо определить его ассортиментную структуру. Основой для прогнозирования являются данные об объеме и ассортименте закупаемых товаров и данные о выделенных квотах. В большинстве случаев при прогнозировании структуры товарооборота учитывается динамика продаж товаров за ряд лет, а при нормальной ситуации с товарным обеспечением может быть использован метод прогнозирования потоварно-групповой структуры спроса.

Одной из особенностей работы оптовых организаций является значительная сезонность реализации товаров. Поэтому обязательным требованием при планировании

оптового товарооборота является расчет его объема по периодам года (кварталам, месяцам). Для этого могут быть применены различные методы прогнозирования доли отдельных периодов в общем годовом товарообороте (аналогично доле отдельных групп товаров), но наиболее достоверным следует признать расчет на основе индексов сезонности (методика их расчета рассмотрена в п. 4.?). Товарооборот конкретного периода определяется путем умножения годового плана товарооборота на индекс сезонности этого периода. Например, для оптовой организации (см. табл. 4.3) при плане годового товарооборота 8156 млн. руб. план на январь месяц составит 489,4 млн. руб. ($8156 * 0,060$), на февраль 481,2 млн. руб. ($8156 * 0,059$) и т.д.

Планирование товарооборота оптовой организации завершается разработкой перечня мероприятий, обеспечивающих выполнение установленного плана. В зависимости от специфики и масштабов деятельности организации, товарного профиля перечень конкретных мероприятий может быть достаточно широким. Однако обязательным требованием является обеспечение повышения эффективности взаимодействия оптовой организации с обслуживаемыми розничными, прочими оптовыми, производственными организациями и индивидуальными покупателями с целью создания у них заинтересованности и потребности в ее товарах и услугах.

Особенности состава товарных запасов, методика анализа и планирования в оптовой торговле. Товарные запасы оптовых организаций являются составной частью товарных ресурсов сферы обращения. **В их состав входят:**

1. Товары организаций оптовой торговли во всех местах хранения (на складах, складах-холодильниках, хранилищах и арендованных объектах);
2. товары, принадлежащие оптовой организации и находящиеся на хранении у других юридических лиц, обособленных подразделений и индивидуальных предпринимателей;

В состав товарных запасов оптовой торговой организации не включаются:

1. товары, принятые от другой организации на хранение на склады оптовой организации;
2. товары, находящиеся на площадях, сданных в аренду;
3. товары собственного производства;
4. тара (свободная и занятая товаром), имеющая залоговую стоимость.

Товарные запасы в оптовой торговле учитываются в покупных ценах или ценах, сформированных импортером товара, ввезенного на территорию Республики Беларусь без учета налога на добавленную стоимость и акциза. Это позволяет контролировать правильность определения торговой надбавки и установления цен на товары.

Особенностью оптовой торговли является более высокий по сравнению с розничной размер товарных запасов.

Рыночные отношения стимулируют проявление инициативы хозяйствующих субъектов по формированию оптимальных запасов и их использованию запасов. Наиболее предприимчивыми и инициативными в части использования современных подходов к управлению запасами являются те торговые структуры, которые рассматривают этот процесс как важнейший инструмент сохранения и расширения своей ниши на рынке и как основной фактор повышения конкурентоспособности. Товарные запасы оптовых торговых организаций занимают наибольший удельный вес в стоимости оборотных активов и являются объектом постоянного (ежедневного) контроля.

Одним из важнейших элементов системы управления запасами является анализ их состояния, динамики, структуры и эффективности использования. Цель и методика анализа товарных запасов в оптовой организации аналогичны розничной. В процессе анализа устанавливают, насколько товарные запасы текущего хранения соответствуют нормативам, какова скорость их оборачиваемости и причины ее изменений.

Вместе с тем, учитывая неравномерность поступления товаров в оптовые организации, дискретность товарных запасов на складах в методику расчета коэффициента оборачиваемости и продолжительности одного оборота средств, вложенных в товарные

запасы, следует внести коррективы. В частности, традиционный расчет среднего товарного запаса за период по средней арифметической имеет слишком большую погрешность, поэтому более правильным является расчет по средней взвешенной. Поясним на примере. Исходя из заключенных договоров поставки, товар данной группы поступает в оптовую организацию 1 раз в 20 дней (поступление товаров 15 числа предыдущего месяца, 5 и 25 числа отчетного месяца). При этом реализация товаров ведется постоянно на основе заказов покупателей, за месяц продано товаров на сумму 2000 млн. руб. в ценах себестоимости. В течение месяца были зафиксированы следующие показатели товарных запасов: на 01.01 - 1200 млн. руб., 05.01 - 1300 млн. руб., 10.01 - 850 млн. руб., 15.01 - 500 млн. руб., 20.01 - 300 млн. руб., 25.01 - 1000 млн. руб., 30.01 - 600 млн. руб. При расчете по средней арифметической средний товарный запас составит 900 млн. руб. ($\frac{1200+600}{2}$), а продолжительность оборота 13,5 дня. При расчете методом средней взвешенной с учетом длительности периодов средний товарный запас составит 838,3 млн. руб. ($\frac{(1200*4) + (1300*5) + (850*5) + (500*5) + (300*5) + (1000*5) + 600}{30}$), а продолжительность одного оборота 12,6 дня, т.е. результат отличается от рассчитанного показателя по первому варианту на 0,9 дн. На практике в небольших оптовых организациях остатки товарных запасов на первое число месяца, особенно на начало года минимальны или отсутствуют, что делает расчет недостоверным.

Следующим этапом в управлении товарными запасами оптовой торговой организации является их планирование и прогнозирование. Планирование товарных запасов в оптовой торговле, как и в розничной осуществляется отдельно по текущим запасам и сезонным. По запасам текущего хранения разрабатывается рациональный норматив. Для этого используются методы, аналогичные розничной торговле с учетом некоторых особенностей. В частности, нормирование товарных запасов методом технико-экономических расчетов в оптовой торговле имеет ряд особенностей.

Рабочий запас включает только запас на время разгрузки, приемки и подготовки товаров к отгрузке; норматив по представительному ассортиментному набору не предусматривается; в потоварный норматив включаются запасы в пути и неоформленные отгрузки. При этом норматив товаров в пути определяется раздельно по товарам и товарным группам учетной номенклатуры; для расчета норматива используется складской товарооборот. Максимальная величина товарных запасов (Z_{\max}), которая может быть размещена в данном складском помещении, может быть определена по формуле

$$Z_{\max} = \frac{K_i * V_{\text{скл}}}{K_{\text{пр}}},$$

где K_i - коэффициент использования объема склада в зависимости от типа складирования товара;

$V_{\text{скл}}$ - складской объем, исчисленный как произведение складской площади на высоту складского помещения за минусом 0,5 м до выступающих конструкций потолка (в соответствии с нормами противопожарной безопасности);

$K_{\text{пр}}$ - коэффициент приведения величины в стоимостном выражении к объемным единицам, м^3 :

$$K_{\text{пр}} = \frac{1}{d^i * m^i}, \text{ где } d^i - \text{количество единиц } i\text{-того товара, которые занимают объем } 1 \text{ м}^3; m^i - \text{средняя цена одной единицы } i\text{-того товара, тыс. руб.}$$

Коэффициент использования складского объема K_i рассчитывается по формуле

$$K_i = \frac{Z_{\text{пс}} * K_{\text{пр}}}{K_c * V_{\text{скл}}},$$

где $Z_{\text{пс}}$ - норматив запаса текущего пополнения и страхового запаса, которые находятся на складах, тыс. руб.

Составной частью запасов оптовых организаций являются запасы сезонного хранения, которые в отдельные периоды могут даже превышать запасы текущего хранения. Поэтому

одной из особенностей планирования товарных запасов в оптовой торговле является учет сезонности образования товарных запасов. В этой связи в товарных запасах оптовых организаций следует выделять постоянную и переменную части. Постоянная часть товарных запасов представляет собой их минимальный размер (неснижаемый норматив), а переменная – часть дополнительных товарных запасов, образующихся в большей или меньшей степени в различные периоды времени. В переменной части выделяют среднюю и максимальную суммы. Порядок определения постоянной и переменной частей товарных запасов следующий:

1. На основе графика «сезонной волны» товарных запасов оптовой организации, который строят аналогично графику сезонности развития товарооборота на основе данных за ряд лет выделяют минимальный, максимальный и средний размер товарных запасов.
2. Определяют коэффициент минимального ($K_{мин}$) и максимального ($K_{мах}$) уровней товарных запасов как отношение их минимального и максимального размера к среднему.
3. На основе разработанного норматива товарных запасов по организации в целом, который представляет собой средний товарный запас, прогнозируют минимальный их размер по формуле

$$TЗ_{мин} = TЗ_{ср} * K_{мин},$$

где $TЗ_{мин}$ – размер минимального товарного запаса;

$TЗ_{ср}$ – размер среднего товарного запаса (в среднем оп организации на период)

4. Аналогично прогнозируют максимальный размер товарных запасов путем умножения среднего товарного запаса на коэффициент максимального запаса.
5. Определяют максимальную и среднюю переменную часть товарных запасов путем вычитания из максимального и среднего размера минимального размера товарных запасов.

Такой подход к определению товарных запасов позволяет определить потребность в средствах для формирования каждой их части, возникающую в определенные промежутки времени.

Заключительным этапом в управлении товарными запасами является Разработка комплекса мероприятий, направленных на нормализацию их состояния и, прежде всего, ликвидация слабореализуемых и излишних товарных запасов и товаров, не пользующихся спросом. Целью ликвидации запасов является устранение нежелательных запасов по максимальной цене или с минимальными расходами на этот процесс. Для выполнения этой задачи могут быть применены следующие действия:

1. Перемещение излишних запасов в другое территориальное отделение организации (филиал), где этот товар требуется. Многие оптовые организации устанавливают компьютерные программы для принятия решений по перемещению запасов в другую местность, где спрос на товар выше. Эффективно управляющие запасами многоотраслевые оптовые компании перемещают свои запасы между складами, по крайней мере, четыре раза в год.
2. Снижение цены для обеспечения "движения" излишних запасов. Это является практикой многих розничных магазинов, следовательно, может использоваться и оптовой организацией.
3. Соответствующее стимулирование работников, занятых продажей слабореализуемых товаров.
4. Активизация рекламной деятельности.

Ликвидация излишних запасов – непрерывная работа. Для ее эффективности она должна быть увязана с координацией поступления товаров.

3.8. Оценка надежности плана товарооборота

Обоснованность плана розничного товарооборота можно проверить и посредством определения критической точки продаж, которую иногда называют порогом рентабельности. Она совпадает не с тем периодом, когда предприятие начинает нести убытки, а с тем отрезком времени, когда полученный доход не будет покрывать постоянные издержки.

Критическую точку продаж (K_T) можно рассчитать по формуле

$$K_T = T * P_{пс} / (P_{пр} + P_{пс}), \text{ или } K_T = P_{пс} / (U_d - U_{рпр}) * 100,$$

где T – расчетный плановый товарооборот,

$P_{пс}$ – постоянные расходы на реализацию,

$P_{пр}$ – переменные расходы на реализацию,

В нашем примере точка продаж:

$$K_T = 3394,9 * 351,4 / (351,4 + 136,7) = 2444,3 \text{ (млн.руб.)}, \text{ или}$$

$$K_T = 435 / (24,5 - 6,71) * 100 = 2445,1 \text{ (млн.руб.)}$$

Чем выше разность между фактической выручкой торгового предприятия и выручкой в критической точке, тем выше запас финансовой прочности и финансовая устойчивость предприятия. Запас финансовой прочности (Зфп) можно рассчитать по формуле

$$Z_{фп} = (T_p - T_k) / T_p * 100,$$

где T_p — плановый расчетный товарооборот; T_k — товарооборот в критической точке.

Запас финансовой прочности для предприятия «Меркурий» составит

$$Z_{фп} = (3394,9 - 2444,3) / 3394,9 * 100 = 28\%$$

Следовательно, снижение товарооборота более чем на 28 % от прогнозируемого объема означает для предприятия резкое снижение платежеспособности и вероятность банкротства.

3.9. Организация контроля за ходом выполнения плана товарооборота

Наряду с планированием и организацией, функция контроля выступает в качестве основной задачи руководства организации, дающей возможность устанавливать отклонения результатов текущей деятельности от запланированных, анализировать причины этих отклонений и вырабатывать соответствующие корректирующие меры для их устранения. Будучи заключительным этапом процесса достижения целей функционирования организации, контроль обеспечивает возможность слежения за характером изменений объекта управления в сравнении с его желаемым состоянием. Таким образом, процесс контроля направлен на достижение организацией собственных целей, и его содержание как функции управления состоит из:

выработки правил, стандартов, показателей и критериев деятельности;

измерения ее текущих результатов;

выявления отклонений от установленного режима деятельности и их причин;

осуществления корректировок поведения организации или отдельных ее звеньев, работников.

Предметом контроля должна быть вся деятельность организации за исключением высшего руководства, работа которого, в основном проверяется вышестоящими органами управления и относится к функции внешнего контроля. Степень совершенства системы внутреннего контроля во многом определяется уровнем организации управленческой деятельности, т.е. характером распределения функций и ответственности за их надлежащее исполнение, наличием четких правил и процедур осуществления управленческих действий, планов, точных указаний, инструкций, нормативов, рекомендаций и других, согласованных между собой общих организационных мер.

При сопоставлении результатов текущей деятельности организации с установленными стандартами определяется, в какой мере они соответствуют ожиданиям и допустимы ли выявленные отклонения. Поэтому, исходя из масштабов и характера деятельности фирмы, устанавливаются масштабы допустимых отклонений, а система контроля включается в анализ их причин и выработку корректирующих действий лишь в том случае, когда фактическое отклонение от установленного стандарта превышает допустимую величину. Если бы реакция системы контроля осуществлялась даже при малейшем отклонении, то она была бы недостаточно эффективной, т.е. эффект от ее функционирования снижался бы за счет значительных затрат на корректирующие воздействия.

После сопоставления достигнутых результатов с установленными стандартами необходимо решить, что делать:

- ничего не предпринимать;
- устранять отклонение;
- пересмотреть стандарт.

Если анализ показывает, что при выявленном отклонении цели достижимы, то лучше не предпринимать никаких дополнительных мер, но при этом продолжать внимательно следить за ситуацией.

Предупредительность контроля является основной его чертой или важнейшим свойством, поэтому суть корректирующего воздействия на управляемый процесс (объект) сводится к выявлению истинных причин возникшего отклонения от стандартного образа функционирования и оперативной выработки эффективного управленческого решения. При этом следует учитывать тот факт, что отклонение может быть вызвано множеством различных факторов. Именно поэтому надо убедиться, что намечаемое воздействие не создаст дополнительных трудностей в смежных, объективно взаимосвязанных между собой сферах деятельности организации. Наряду с этим анализ может показать, что стандарты деятельности, основанные на планах и носящие, в основном, поэтому прогностный характер, завышены, либо, наоборот, значительно занижены. В таких случаях прибегают к пересмотру стандартов в сторону сближения их с более реальными величинами.

Контроль за деятельностью оказывает существенное влияние на поведение людей. При правильно построенном контроле сотрудники будут стараться избегать ошибок, четко соблюдать технологию своей работы, не совершать сомнительных сделок, более точно устремлять свои усилия на достижение целей организации и концептуальных основ ее деятельности. При этом необходимо учитывать, что контроль не должен быть односторонним, так ориентация работников только на какие-то одни подконтрольные параметры в интересах получения одобрения руководства может привести к игнорированию ими общих целей организации, носящих, как правило, комплексный, многофакторный характер. А такой ситуацией неизбежно воспользуются фирмы-конкуренты, что нанесет ущерб эффективности и перспективам деятельности. В то же время контроль не должен быть чрезмерным, чтобы не раздражать персонал, а только таким, как это действительно необходимо для успешной работы организации.

Не рекомендуется устанавливать несправедливо высокие и нереальные с позиции возможностей осуществления стандарты деятельности. Одновременно они не должны быть легкими для исполнения, так как при этом может снижаться их мотивационное воздействие. Важно создать систему эффективной мотивации персонала за достижение стандартов, так как согласно «теории ожиданий» имеется четкая взаимозависимость между результативностью и характером вознаграждения. Контроль должен ориентироваться, как правило, на стратегические сферы деятельности. В менее важных направлениях абсолютный контроль нерационален, а его использование отвлекает внимание работников от основных задач организации.

Контроль должен осуществляться своевременно, исходя из характера деятельности, скорости изменений, происходящих в ней или связанных с ней, а также затрат на измерение показателей результативности. Своевременность заключается в установлении оптимальных временных интервалов между измерениями в таком диапазоне, чтобы возможные

нежелательные отклонения не привели к кризисным ситуациям. Не менее важным свойством контроля является гибкость, т.е. его оперативная корректировка, адекватная происходящим изменениям во внешней и внутренней среде организации. В то же время контроль должен быть максимально простым, экономичным, удовлетворяющим интересы всех сторон к отвечающим их потребностям и возможностям.

Контроль за реализацией плана продажи товаров имеет исключительно важное значение в управлении торговой организацией. Систематический и действенный контроль за ходом выполнения плана товарооборота позволяет успешно вести торгово-производственную деятельность, обеспечивает выполнение финансовых планов, способствует эффективному использованию всех видов ресурсов.

В процессе контроля за выполнением плана продажи товаров целесообразно наметить контрольные точки, по которым определяется, как происходит реализация установленных заданий. Как правило, планы развития товарооборота составляют на год вперед, но контроль за ходом их выполнения может быть ежедневным на основе данных о поступлении торговой выручки и применительно к срокам сдачи товарно-денежных отчетов, нарастающим итогом с начала месяца, квартала. В ходе контроля за реализацией плана продажи товаров используются и другие источники информации: данные бухгалтерского и статистического отчета; результаты обследований; материалы ревизий; акты приемки товаров по количеству и качеству и т. д. Такие материалы позволяют своевременно выявить отклонения от выполнения установленного плана и принять необходимые меры по их устранению.

Одним из главных условий выполнения плана розничного товарооборота является эффективная организация поступления товаров и состояние товарных запасов. Несоответствие товарного обеспечения объему и структуре спроса, создание текущих запасов товаров ниже норматива ведет к перебоям в торговле и является причиной неравномерного выполнения плана. Образование сверхнормативных товарных запасов приводит к затовариванию и ухудшает финансовое положение торговой организации. Следовательно, в процессе контроля необходимо выявить степень сбалансированности планов продажи товаров с товарным обеспечением в целом и по структуре, проверить наличие в продаже товаров утвержденного ассортимента, установить соответствие запасов товаров спросу населения, обоснованность их размещения по организациям и торговым единицам.

Контролируя выполнение плана розничного товарооборота, следует определить, целесообразны ли оптовые поставки товаров и каким образом они оказывают влияние на финансовое положение розничных торговых организаций.

В последние годы, наряду с традиционным понятием «контроль», формируется концепция «контролинга». Контролинг — это эффективная система управления, интегрирующая планирование, традиционный учет и контроль, маркетинг и обеспечивающая долговременное конкурентоспособное существование фирмы. Основные принципы этой системы: «Сегодня делать то, о чем другие завтра только будут думать, ориентация на деловую стратегию и перспективу, учет экономических, социальных и экологических факторов, оптимизация прибыли (вместо традиционной максимизации), заблаговременное распознавание проблем, оригинальная методика учета прямых затрат на производство продукции». В целом надо отметить, что «контролинг» впитывает в себя все достижения современного менеджмента, пронизывает его системной методологией, при которой все факторы управленческой деятельности находятся под постоянным систематизированным контролем, рассматриваются как взаимосвязанные, взаимообусловленные и взаимодействующие между собой.

Контрольные функции в магазине как правило возлагаются на руководителя. Контроль проводится как внутри самого магазина, так и внешне — управляющей организацией. Внутренний контроль проводится путем проверки наличности в кассе с кассовыми чеками. Внешний контроль заключается в передаче в головную организацию сводных данных по товарообороту за каждый день. И если наблюдаются отклонения в сторону снижения показателя, то магазин должен отчитаться и объяснить причины этих отклонений.

Стабильность и процветание торговой организации в современных условиях во многом зависит от использования передовых технологий учета и записи информации, полного контроля товарных и финансовых потоков.

С ростом конкуренции на рынке розничной торговли на первый план выходит задача эффективного управления товарными запасами. Ее решение немислимо без применения соответствующих систем автоматизации, базирующихся на современных технологиях идентификации товаров (штрих-кодирование), их учета с применением сканеров, касс, весов, терминалов сбора данных, а также принятия управленческих решений. Однако, каждое предприятие обладает своей спецификой (размеры торговой площади, вид обслуживания покупателей и их количество, ассортимент товаров, бюджет проекта автоматизации и многое другое), что требует индивидуального подхода к его автоматизации.

Автоматизация магазина дает:

- возможность вести учет наличия и движения товара на складе в реальном режиме времени. Это позволяет рационально планировать и вести закупку товара, строить прогнозы, проводить аналитику продаж товара;

- контролировать сроки реализации товара;
- избежать уценок, устаревания товара;
- оптимизировать товарные запасы;
- вести контроль и устранять недостачи и хищения;
- значительно повысить производительность кассовых мест и, как следствие, сократить их количество и увеличить производительность;
- вести оперативный учет товара и гарантийных обязательств;
- с большим удобством и производительностью организовать прием и выдачу товара;

- значительно уменьшить количество ошибок;
- быстро оформлять необходимые документы.

Компьютерная обработка информации и автоматизированные технологии все глубже проникают во все сферы нашей жизни. Есть сдвиги и в розничной торговле. Современные крупные торговые объекты уже давно применяют автоматизированные технологии учета товаров.

В последние годы на белорусском рынке растет предложение кассовых аппаратов, работающих с кодом (или штрих - кодом) товара. Такой кассовый аппарат (КСА — кассовый суммирующий аппарат) имеет, как правило, энергонезависимую память на определенное количество наименований товара (от 2500 до 20000 и более наименований, в зависимости от модели). Эта память («прайс-лист» кассы) пополняется и корректируется с помощью управляющего компьютера. В процессе продажи кассир вводит код товара (с помощью сканера штрих -кодов или вручную). Кассовый аппарат отыскивает в своем прайс-листе соответствующую введенному коду запись, из которой узнает необходимые для проведения продажи данные: наименование, цену и другую служебную информацию. Наименование, цена и сумма по данной операции печатаются в чеке покупателя. При закрытии чека КСА добавляет на соответствующие регистры учета, информацию о количестве и сумме проданных и указанных в данном чеке товаров. По окончании смены эту информацию (по сути, отчет о реализации) можно считать с помощью компьютера и обрабатывать. Из вышесказанного видно, что при наличии соответствующего программного обеспечения можно организовать оперативный учет товаров в торговом зале и в магазине в целом.

Кроме того, применение современных технологий штрихового кодирования упрощает работу кассира и существенно сокращает время обслуживания покупателя.

На начальных этапах подготовки к переходу на новые технологии необходимо определиться с типом и количеством кассовых аппаратов. Этот выбор зависит от ассортимента товаров, размеров и структуры магазина. В случае неудачного выбора возможны крупные материальные потери.

Одним из самых важных моментов является подбор и обучение персонала магазина. Опыт показывает, что люди должны быть хорошо обучены, внимательны и ответственны.

Персонал должен быть обучен до начала эксплуатации программно-технологического комплекса. Иначе возможны сбои в работе магазина вплоть до полной остановки торговли.

Также должен быть проведен целый комплекс организационно-технических мероприятий, направленный на обеспечение нового технологического процесса работы магазина. Каждый работник, начиная от заведующей и заканчивая грузчиком и кладовщиком, обязан четко представлять себе, что вся информация о движении товаров в магазине должна попадать в компьютеры и там обрабатываться, в противном случае не будет обеспечена достоверность. Персонал, эксплуатирующий программу, становится одним из центральных звеньев магазина, так как обладает наиболее полной и достоверной информацией о движении товара, его остатках, ценах, сроках годности, о суммах и сроках задолженности перед поставщиками и т.д.

Нередко персонал не одобряет внедрение новых технологий, понимая, что это грозит их привычному укладу работы, а иной раз и благополучию. Некоторые просто не могут выполнять новые обязанности. Руководство магазина должно занять в этих вопросах жесткую позицию, иначе все нововведения обречены на провал.

Оно должно четко понимать, что внедрение новых технологий - не самоцель и преимущества от них не лежат на поверхности.

Можно выделить следующие преимущества автоматизации:

1. Производится количественный и суммовый учет остатков и движения конкретного товара на складе и в магазине, в результате чего имеется возможность проследить всю цепочку движения товара - от прихода на склад до реализации через торговый зал.

2. Предоставляется возможность проследить за взаимоотношениями с конкретным поставщиком и конкретными суммами, подлежащими уплате или возврату, сроками возникновения задолженности в календарных и банковских днях.

3. Предоставляется возможность работать на различных уровнях аналитического учета:

- товар;
- группа товаров;
- документ (накладная, счет-фактура и т.п.);
- поставщик или оптовый покупатель;
- склад, магазин, материально ответственное лицо;
- торговое предприятие в целом;
- любое произвольно выбранное количество товаров.

На любом из этих уровней можно производить анализ движения, остатков, цен, сумм, а также получать большое количество самых разнообразных отчетов, список которых можно расширять.

4. Контроль за своевременным пополнением, товарами торгового зала.

Появляется возможность прогнозирования остатков того или иного товара в соответствии с темпами его распродажи. Это позволяет оперативно реагировать на покупательский спрос и более полно его удовлетворять.

5. Упрощение переоценок товаров.

6. Упрощение и ускорение переучета товаров на складе и в магазине.

Счетная комиссия сверяет фактические остатки с инвентаризационной ведомостью (учетными остатками) и вносит фактическое количество непосредственно в эту ведомость.

7. Облегчение работы кассира-оператора — нет необходимости помнить и вводить цену товара. Кассир работает с кодом товара, который либо считывается сканером штрих-кода, либо вводится вручную (для «неоштрихованных» товаров). Цена извлекается по этому коду из прайс-листа, сформированного заранее.

8. Сокращение времени обслуживать покупателя за счет считывания кода товара сканером.

9. Упрощение работы с весовым товаром. Применяются системные весы, печатающие штрих-код товара (код товара + вес + служебная информация), который затем воспринимает кассовый аппарат, или весы, подключаемые непосредственно к кассе.

10. Отслеживание товаров с истекшим сроком хранения, с просроченным сертификатом годности.

В настоящее время чаще встречается ситуация, когда автоматизирован только бухгалтерский учет. Для эффективного управления торговой организацией руководство должно внедрить новую информационную систему, которая позволит в комплексе автоматизировать задачи оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций.

Это позволит предприятию не только облегчить торговый процесс, а также предоставит информацию о реализации товаров.

Это предоставляет возможность накапливать информацию о продаваемой продукции в разрезе цен, марок, производителей. Кроме этого, данная система позволяет достаточно оперативно собрать информацию о продаже конкретного изделия на конкретную дату за определенный период времени. Все сведения, полученные в результате работы такой системы, будут являться ценным материалом для изучения и анализа покупательского спроса, а также прогнозирования в будущем для принятия управленческих решений по заключению договоров на поставку товаров, по применению торговых скидок. При помощи этой системы можно также получить информацию для анализа отношения покупателей к определенному производителю и его товару, зависимости покупательского спроса от оформления товара и его цены и др.

Например, недавно на рынке программного обеспечения появилась новая программы «1С:Предприятие 8.0. Управление торговлей», стоимостью около 2 млн.руб.. Новый продукт позволяет осуществлять планирование и анализ продаж, поставок, закупок, складских запасов, управлять взаимоотношениями с контрагентами и ценообразованием, анализировать товарооборот предприятия и его торговую деятельность в целом. Данная система является наиболее оптимальной для среднего торгового предприятия по соотношению «цена-качество».

Кроме того, автоматизация должна обеспечить интеграцию с торговым оборудованием. Это позволит оперативно обрабатывать результаты продаж, контролировать ошибки, поддерживать систему скидок и премий для стимулирования продаж, быстро проводить инвентаризации в торговом зале и т.д.

Тема 4 . МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

4.1.Сущность, причины образования, функции и состав товарных запасов.

Запасы представляют собой материальный поток товарно-материальных ценностей на всех этапах их движения от производства к потребителю, т.е. на всех этапах логистической цепи. Они являются частью товарного предложения и служат материальной основой для изготовления продукции и ее продажи. Товарно-материальные ценности, образующие материальные запасы подразделяются на производственные запасы, товарные запасы (запасы средств производства, товаров материально-технического снабжения; запасы товаров в торговле, общественном питании и заготовительной деятельности), фонды потребления.

Запасы в в воспроизводственном процессе выполняют следующие функции:

- Обеспечение непрерывности экономического воспроизводства и нормального процесса обращения товаров
- Реализации прибавочной стоимости
- Создание условий для широкого выбора товаров и наиболее полного удовлетворения спроса потребителей
- Формирование факторов эффективной деятельности хозяйствующих субъектов
- Обеспечение соответствия предложения товаров спросу покупателей
- Совершенствование ассортимента товаров.

Товарные запасы, обслуживающие товарный процесс, являются частью совокупной товарной массы, предназначенной для продажи товара промежуточным и конечным потребителям.

В процессе перемещения, товарные запасы сферы обращения приобретают разные формы: -> запасы готовой продукции -> товары в пути -> товары на складах оптовых посредников -> товары в пути от оптовых организаций к розничным -> запасы на складах розничных продавцов. В свою очередь, запасы товаров в торговле могут находиться непосредственно в торговых организациях, быть закупленными и оплаченными, но оставленными на ответственном хранении у поставщиков или сданными на переработку.

До момента продажи любой товар относится к категории товарного запаса. С экономической точки зрения, форма существования запаса статична, не смотря на то, что товар может находиться в движении. Товарные запасы постоянно меняют свою структуру и размер, как только они реализуются, то перестают быть запасами, но поскольку они постоянно возобновляются путем их возмещения другими партиями товаров, то превращаются в постоянно существующую величину, размер и структура которой изменяется в зависимости от сложившихся хозяйственных условий, т.е. их реализация (товарооборот) и представляет собой экономическую сущность оборачиваемости товаров. Кругооборот товаров - смена статичной формы товарных запасов на динамичную.

Необходимость образования товарных запасов обусловлена следующими причинами:

- Несоответствием ритма потребления и производства
- Сезонными колебаниями в производстве и потреблении
- Факторами несогласованности производственного и торгового ассортимента, что требует подсортировки, расфасовки, упаковки, подработки
- Особенности территориального размещения производства
- Удаленностью потребителя от производителя
- Разрывом во времени между моментом поступления товаров и их потреблением
- Условиями и временем необходимым для транспортировки товаров, включая время на погрузку, разгрузку, таможенную очистку и оформление
- Звенностью товародвижения
- Необходимостью создания страховых резервов для сглаживания возможных разрывов в спросе и производстве товаров под воздействием факторов внешнего и внутреннего характера
- Состоянием складского хозяйства
- Физико-химическими свойствами товаров и возможностью их хранения.

Для более глубокого изучения экономической сущности и создания оптимальной системы управления товарными запасами, целесообразно их классифицировать по различным классификационным признакам: назначению; единицам измерения; размеру; срокам измерения; местонахождению; ассортиментной структуре; зависимости от объема и структуры товарооборота; соответствия спросу; характера пополнения и др. (рис. 4.1.1).

Исходя из сути выполняемых товарными запасами функций и связанными с ними торговыми действиями они подразделяются на текущие страховые и целевые.

Текущие товарные запасы предназначены для обеспечения повседневных нужд торговли. Запасы текущего хранения постоянно обновляются и пополняются. Они составляют примерно 80-85% общей суммы запасов. Текущие товарные запасы – величина не постоянная, их размер не должен быть ни завышенным, ни заниженным. Завышенные запасы товаров текущего хранения ведут к большим материальным (часть товаров с истекшим сроком хранения приходится списывать) и финансовым потерям (возрастают затраты на хранение товаров). Заниженные товарные запасы могут привести к ухудшению качества обслуживания покупателей, снижению товарооборота, дефициту, неудовлетворенности потребителей, а в некоторых случаях и отказу от покупок в данном торговом объекте. Завышение по сравнению с потребностью в них, товарные запасы становятся одной из главных причин банкротства организации.

Сезонные запасы товаров образуются при сезонном характере производства товаров, их потребления или транспортировки. Они создаются по тем товарным группам, которые в силу особенностей их производства, спроса, необходимости обеспечения экономической и товарной безопасности имеют разрыв во времени их производства и реализации.

Товарные запасы целевого назначения создаются для обеспечения торговли в отдельных труднодоступных районах страны, в период между двумя возможными сроками завоза товаров, для целевых мероприятий не связанных с текущей деятельностью организаций (для встречной торговли, в сезон заготовок, участия в проведении общественных мероприятий, обеспечения больных, инвалидов специальными продуктами).

Согласно инструктивным указаниям национального статистического комитета РБ «Об учете розничного товарооборота и товарных запасов в торговле» от 02.06.2002г. №59, товарные запасы розничной торговли учитываются в розничных ценах без налога с продаж, но с учетом налога на добавленную стоимость. В хранилищах овощей картофеля, фруктов, на базах и складах, принадлежащих организациям различной торговли и общественного питания, в ценах, по которым они числятся на балансе этих организаций.

В товарные запасы в торговле включаются:

1. товары текущего, сезонного и целевого назначения предназначенные для розничной торговли и общественного питания
2. товары закупленные, оплаченные, но оставленные на ответственном хранении у поставщиков
3. товары сданные в переработку

В состав товарных запасов в торговле не включаются:

1. товары в пути
2. тара всех видов
3. товары, предназначенные для материально-технического снабжения
4. товары в комиссионных магазинах (отделах) и магазинах по продаже скупленных вещей
5. готовая продукция в подсобных помещениях промышленных производствах торговых организаций
6. товары, принятые на ответственное хранение

Создание запасов связано со значительными финансовыми затратами. По своей сути этот процесс можно назвать физическими и реальными инвестициями. Уровень инвестиций в запасы, производимых торговой организацией зависит от качества прогнозов будущего спроса, объема и структуры товарооборота, объема запасов, необходимых от одной поставки до другой, размеров страховых запасов на случай возникновения непредвиденных ситуаций. Для повышения эффективности финансовых инвестиций вложенных в запасы важно создать в торговой организации оптимальную систему их учета и прогнозирования. В финансовом плане целесообразно предусмотреть необходимые, тщательно обоснованные источники финансирования процесса создания и хранения товарных запасов.

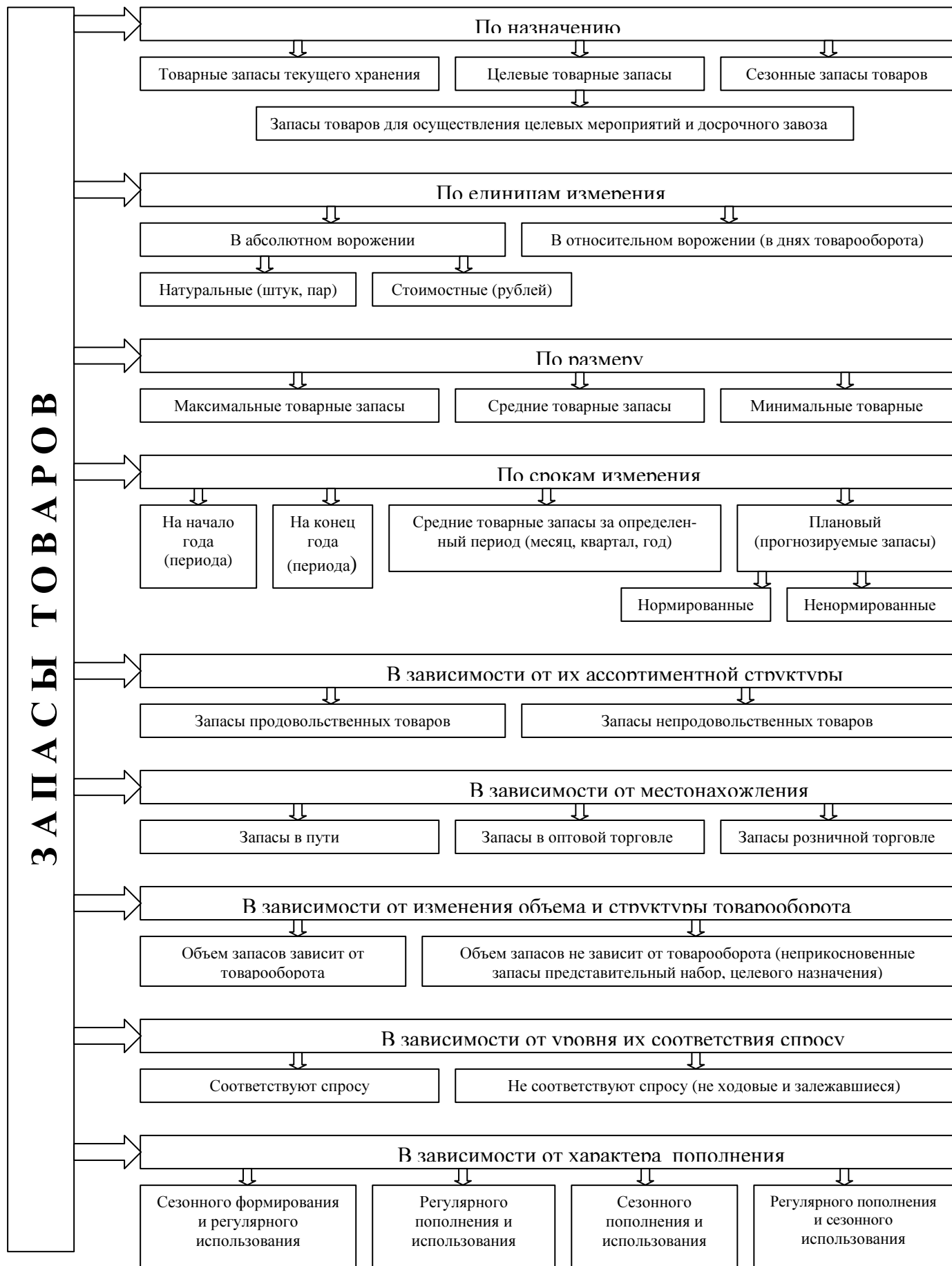


Рис.4.1 Признаки классификаций товарных запасов в сфере товарного обращения.

4.2 Показатели оценки состояния и эффективности использования товарных запасов

Для учета, анализа и планирования товарных запасов используется система абсолютных и относительных показателей.

Абсолютные показатели выражаются в натуральных (кг., шт. и т.п.), или условно натуральных единицах и стоимостных (денежных). Натуральные показатели измерения товарных запасов применяются для планирования товарных ресурсов, организации работы складов, для расчета потребности в материально-технической базе организации, для оперативного размещения излишков товаров.

Стоимостные показатели по своей сути отражают величину сложных по составу явлений в денежном измерении. В условиях товарно-денежных отношений они позволяют весь цикл экономической деятельности отраженный в натуральных единицах свести воедино к одному измерителю. Стоимостные показатели измерения состояния товарных запасов используются в учете, анализе, планировании, разработке статистической и другой отчетности, а так же при расчете других показателей деятельности торговой организации связанных с ними: - объема и структуры товарооборота, расходов, потребности в оборотных средствах, кредитах, прибыли, разработке товарной, маркетинговой, кредитной политик. Абсолютные показатели – моментальные, так как характеризуют состояние запасов на определенную дату: начало, конец анализируемого периода или на какую-либо промежуточную дату. Они удобны для проведения бухгалтерских операций, контроля за сохранностью товаров, но с их помощью трудно определить степень соответствия величины товарных запасов товарообороту, целям функционирования торговой организации. Для этих целей используется система относительных показателей, которые по своей сути отражают соотношение нескольких абсолютных показателей.

Относительные показатели выражаются в виде процентов, коэффициентов, индексов и т.п. Они используются для оценки обеспеченности товарооборота товарными запасами, анализа товарооборачиваемости, характеристики качественных показателей формирования товарных запасов, методы расчета относительных показателей оценки эффективности формирования и использования товарных запасов представлены в таблице 4.2.1.

Основным относительным показателем измерения состояния товарных запасов является показатель уровня обеспеченности торговой организации товарными запасами (ОТЗ). Сравнивая величину товарного запаса в днях с нормой товарных запасов, можно не только установить степень обеспеченности организации товарными запасами, но и предвидеть возможные затруднения в виде затоваривания ими дефицита товаров. Если обеспеченность товарными запасами больше норматива, то существует угроза затоваривания, а если меньше – угроза перерывов в продаже товаров из-за необеспеченности организации товарными запасами.

Развитие товарооборота торговой организации при относительно низком уровне товарных запасов происходит значительно интенсивнее, повышается эффективность использования всех ресурсов и качество работы.

Непрерывная цепь актов купли-продажи товаров предполагает постоянное восполнение товарных запасов новыми, систематическое их обновление. Время, необходимое для полного обновления запаса, характеризуется скоростью обращения товаров, которая именуется товарооборачиваемостью. Кругооборот товаров, смена статической формы запаса динамической и составляет экономическую сущность товарооборачиваемости.

Товарооборачиваемость является одним из важнейших качественных показателей работы торговых организаций. Под товарооборачиваемостью понимается время обращения товаров со дня реализации, а так же скорость оборота товаров. Время обращения характеризует среднюю продолжительность пребывания товаров в виде товарного запаса. Скорость оборота показывает, сколько раз в течение изучаемого периода произошло обновление товарных запасов. При этом оборачиваются не сами товары, а вложенные в них средства. После продажи товары в торговлю не возвращаются, а идут на удовлетворение

потребностей покупателей. Ускорение товарооборачиваемости имеет большое народнохозяйственное значение: высвобождаются оборотные средства, вложенные в товарные запасы, снижаются потери товаров и другие товарные расходы, сохраняется качество товаров, улучшается обслуживание покупателей и т.д. Замедление времени обращения товаров требует дополнительного привлечения кредитов и займов для закупки новых товаров ведет к росту расходов торговой организации, уменьшению прибыли, ухудшению финансового положения организации.

Исчисление товарооборачиваемости как показателя эффективности деятельности торговой организации позволяет качественно оценить два параметра присущих товарным запасам: - время и скорость их обращения. Между временем и скоростью товарного обращения существует устойчивая пропорциональная взаимосвязь. Уменьшение времени и увеличение скорости товарного обращения позволяют достичь большего объема товарооборота при меньших размерах товарного запаса, что способствует снижению товарных потерь, расходов по хранению товаров, оплате процентов за пользование кредитов и т.п.

Для приведения к сопоставимому виду данных о товарообороте за определенный период и товарных запасов на определенную дату используется показатель величины средних товарных запасов ($\overline{TЗ}$). Размер средних товарных запасов может быть определен по формуле средней арифметической ($\overline{TЗ} = \overline{TЗ}_1 + \overline{TЗ}_2 - \overline{TЗ}_3 / 3$). Данный метод расчета средних товарных запасов применяется тогда, когда объем запасов на конец периода (месяца, квартала) значительно не отличается от запасов в течение исследуемого периода. В других случаях для расчета среднего запаса рекомендуется использовать метод по средней хронологической ($\overline{TЗ} = 1/2\overline{TЗ}_1 + \overline{TЗ}_2 + \dots + 1/2\overline{TЗ}_n / n - 1$).

Товарооборачиваемость измеряется продолжительностью одного оборота ($ТО_{б,дн}$) в днях и количеством совершенных товарными запасами оборотов за исследуемый период ($ТО_{б,р}$).

Изменение товарооборачиваемости в днях в целом по торговой организации складывается под воздействием двух факторов:

1. изменение структуры розничного товарооборота;
2. изменение времени обращения отдельных товарных групп и товаров.

Если в товарообороте возрастает доля товаров с ускоренной товарооборачиваемостью, то за счет этого средняя товарооборачиваемость ускоряется и наоборот. Изменение времени обращения отдельных товаров как же приводит к изменению и средней товарооборачиваемости. Количественно измерить влияние данных факторов на изменение товарооборачиваемости можно с помощью приема ценных подстановок с применением способа процентных чисел. Для этих целей исчисляется условная товарооборачиваемость (т.е. показатель товарооборачиваемости при фактической структуре товарооборота отчетного периода и фактическом времени обращения отдельных товарных групп и товаров прошлого года).

Если из условной товарооборачиваемости вычесть базисную (прошлого года), то определим какое влияние на ее размер оказало изменение структуры розничного товарооборота, а если из фактической отнять условную то получим размер влияния изменения времени обращения отдельных товарных групп и товаров. Экономия или перерасход средств, обусловленных замедлением или ускорением оборачиваемости определяется как произведение системы однодневной реализации и разницы в днях между товарооборачиваемостью отчетного и базисного (планового) периодов (E)

$$E = OTф(ТО_{б,дн1} - ТО_{б,дн0})$$

Где E – дополнительное вовлечение (излишек) товарных запасов.

Размер дополнительной прибыли, полученной за счет ускорения оборачиваемости или потерь в случае ее замедления, можно определить по формуле:

$${}^+_{-} \Delta П_{от_реализ.} = E * R_{пто} / 100$$

Где ${}^+ \Delta P_{от_реализ}$ - сумма дополнительной прибыли (потерь), руб.

$R_{пто}$ – уровень рентабельности продаж, прибыль от реализации в % к товарообороту.

Ускорение товарооборачиваемости представляет собой цель торговой организации и условие повышения ее ликвидности. Чем выше скорость обращения товарных запасов, тем выше ликвидность торговой организации. Оно равнозначно увеличению ресурсов (товарных и финансовых), которые могут быть дополнительно направлены на развитие торговли или в другие сферы деятельности. Вместе с тем следует знать, что быстрая оборачиваемость товаров имеет не только преимущества, но и недостатки. Преимущества быстрой оборачиваемости: увеличиваются объемы продаж (т.к. покупатели получают возможность купить самые новые, высококачественные товары, которые продаются лучше и по более высоким ценам, чем залежные); уменьшается риск морального старения, порчи товара и снижения размера торговой надбавки (при быстрой продаже товаров нет необходимости применения скидок с цен, снижения товарных надбавок, а тем самым и уменьшения валовой прибыли); улучшается климат в коллективе, настроение торговых работников (хорошая продажа, отсутствие залежалых товаров способствует повышению производительности труда и размеров материального стимулирования); увеличивается доля свободных финансовых ресурсов (быстрая оборачиваемость сопровождается высвобождением денежных средств и возможностью закупки дополнительных обновленных, пользующихся спросом товаров, и что особенно важно в начале и в разгар сезона, когда товар можно продать по более высокой цене, с большей долей прибыли в ней).

Недостатки быстрой оборачиваемости: возможное снижение объема продаж (из-за того, что может возникнуть дефицит товара, покупатель может не найти необходимый ему товар, и отказаться вообще от покупки товара в данной торговой организации и создать ей неблагоприятный имидж); увеличение затрат на поиск и покупку товаров (покупая товары большими партиями часто торговая организация теряет право на скидки за объем и не пользуется эффектом масштаба при транспортировке и формировании расходов на реализацию товаров).

К важнейшим показателям оценки эффективности использования товарных запасов относятся: доля товарных запасов в оборотном капитале (ДТЗоб.к), запасоемкость (Зем), прибыльность товарных запасов ($R_{тз}$), интегральный показатель эффективности (ЭГЗобобщ), степень реализации товара (Эр), степень оседания товара в запасах (КОтз), степень обновляемости товарного ассортимента (СОобн.ассорт.). Доля запасов в чистом оборотном капитале позволяет оценить рациональность структуры оборотного капитала. Если доля товарных запасов в оборотном капитале высока и увеличивается, то это означает, что торговая организация в ближайшем будущем может столкнуться с недостатком оборотного капитала и ей будет трудно выполнить свои финансовые обязательства в срок. Обычно отношение суммы товарных запасов к чистому оборотному капиталу не должно превышать 80%. Скорость обращения товарных запасов должна быть максимально высокой, настолько высокой, насколько это возможно экономически и целесообразно с финансовой позиции. Чем выше скорость оборота, тем меньше возможность финансовых потерь из-за финансового износа товаров и их порчи.

Запасоемкость характеризует величину товарных запасов, приходящуюся на один рубль товарооборота, т.е. показывает, какая сумма товарооборота получена с одного рубля товарных запасов. Чем она меньше, тем эффективнее используются товарные ресурсы.

Оценку влияния состояния и эффективности коммерческой деятельности на эффективность использования товарных ресурсов можно измерить с помощью показателей степени реализации товарных ресурсов, степени оседания товаров в запасах, степени обновления товарного ассортимента.

Эффективность использования товарных запасов может быть измерена и с помощью показателя, характеризующего рентабельность, который определяется как отношение годовой (квартальной) суммы прибыли от реализации к среднегодовым (среднеквартальным) запасам товаров.

Обобщающим показателем оценки эффективности использования товарных запасов может служить интегральный показатель, исчисленный по данным об индексах изменения товарооборачиваемости ($Z_{то}$) и рентабельности (Z_p) запасов. Рост интегрального показателя свидетельствует об улучшении использования товарных запасов.

4.3 Факторы, влияющие на размер товарных запасов и их оборачиваемость.

Обеспеченность товарными запасами, их размер, структура, товарооборачиваемость зависят от многих факторов внешнего и внутреннего характера действия (рисунок 4.3.2). Изменение факторов может повлиять на величину товарных запасов и товарооборачиваемость, как улучшая, так и ухудшая эти показатели. Одни факторы способствуют ускорению товарооборачиваемости и тем самым уменьшают потребность в росте величины товарных запасов. Другие наоборот приводят к увеличению объемов товарных запасов, что сопровождается замедлением скорости обращения товаров.

Знание направлений действия факторов на товарные запасы, управляя ими можно обеспечить оптимальность их формирования и использования, выявлять направления и размеры ускорения товарооборачиваемости, снизить затраты на образование, содержание и управление товарными запасами.

В группу факторов внешнего характера действия относят:

Факторы производства (товарного предложения): объемы, ритмичность сезонность производства, качество промышленной и сельскохозяйственной продукции, ее соответствие запросам потребителей и мировым стандартам, насыщенность товарных рынков, физико-химические свойства товаров, размещение и отдаленность центров производства от центров потребления.

Товарное предложение – основа развития товарооборота. Только при достаточном насыщении рынка товарными ресурсами, при условии роста покупательского спроса, удастся правильно организовать торговую деятельность. Рост объемов товарных ресурсов, расширение их ассортиментной структуры, улучшение качества товаров до мировых стандартов, позволяет обеспечить выполнение торговлей задачи наиболее полного удовлетворения постоянно изменяющегося спроса потребителей и на этой основе наращивания товарооборота при оптимальном размере товарных запасов. Однако, если происходит сбой в производственном процессе, это отрицательно сказывается на эффективности работы всех экономических субъектов. Товарные запасы неоправданно растут во всех каналах товародвижения, нарушается платежная дисциплина, возникают проблемы в реализации товаров.

Сезонность производства.

Многие товары (сахар, крупа, овощи, фрукты и др.) имеют сезонный характер производства, обусловленный сезонностью производства сельскохозяйственного сырья. В сезон производства цены на товары более низкие и товарные организации имеют возможность в этот период покупать товары на выгодных для себя условиях в больших объемах для удовлетворения сезонного спроса покупателей. По мере удаленности от пика сезонности производства возрастают отпускные и оптовые цены, увеличивается звенность товародвижения, усложняется процесс поиска поставщиков, товар может стать дефицитным. Все это требует создания сезонных товарных запасов.

Насыщенность товарных рынков зависит от уровня конкуренции между товаропроизводителями. Чем выше уровень конкуренции на рынке товарных ресурсов, тем больше свободы у покупателей в выборе поставщиков товаров пользующихся покупательским спросом, “уторговывании” условий покупки товаров: необходимых объемов, ассортимента и ритмичность поставок, обеспечения заключения долгосрочных договоров, определение приемлемых условий платежа, источников уценки товаров, не получивших признания покупателей и др. Все это способствует снижению размеров товарных запасов в розничной торговой сети.

Физико-химические свойства товаров, определяют сроки их хранения, а следовательно и частоту поставок. В зависимости от частоты спроса обусловленного физико-химическими свойствами, все товары имеют различную скорость их обращения. По товарам повседневного спроса и скоропортящимся нет смысла накапливать в различной торговле большие запасы, их размер обусловлен нормальными сроками реализации товаров. Высокая частота завоза характерна для скоропортящихся товаров. А по товарам сложного ассортимента (одежда, ткани, хозяйственные товары, галантерея и др.) необходимо иметь более значительные запасы, позволяющие организовать их продажу с учетом разнообразия покупательского спроса.

Транспортные условия: включают звенность товародвижения, необходимость досрочного завоза товаров в труднодоступные районы страны, вид транспорта, используемый при перевозках, формы перевозок (маршрутные, повагонные, контейнерные), изменение средней дальности и скорости доставки товаров, степень ритмичности поставок по срокам и объемам. Чем хуже транспортные условия, тем большие товарные запасы нужны для обеспечения бесперебойной работы торговых объектов.

Факторы спроса:

Объем и структура платежеспособного спроса, платежеспособность населения. Рост денежных доходов населения ведет к увеличению объема покупательского спроса и изменению его структуры, а следовательно и росту объемов покупок, ускорению реализации товаров и их оборачиваемости. Эта зависимость проявляется тогда, когда товарный ассортимент будет соответствовать спросу покупателя.

Колебания спроса. Часто возникают ситуации, когда фактический уровень спроса отличается по различным причинам от прогнозного. Если он выше, то может образоваться дефицит товаров и торговые организации будут иметь большие возможности для роста товарооборота и получения прибыли. И наоборот, при снижении спроса по сравнению с ожидаемым растут объемы нереализованных товаров, тем самым происходит необоснованный рост инвестиций в запасы. Все эти отклонения отрицательно сказываются на эффективности делового цикла и снижают уровень экономической активности.

Если у торговой организации возникают большие колебания в структуре товарооборота, то это свидетельствует об импульсивности и ажиотажности спроса или его периодичности, что требует больших товарных запасов для продолжения нормальной реализации товаров в критические периоды повышения спроса. В этой связи возрастает значение необходимости более глубокого изучения и прогнозирования покупательского спроса, оптимизации объема и структуры запасов.

Соотношение спроса и предложения.

Современное состояние национальной экономики характеризуется сбалансированностью спроса и предложения по общему объему, что создает предпосылки для увеличения покупательского интереса к совершению покупок и повышению удовлетворенности в своих покупательских предпочтениях. В условиях, когда спрос населения превышает предложение товаров, товарооборот осуществляется с меньшими товарными запасами, и наоборот при превышении предложения над спросом и расширении ассортимента товаров, необоснованно растут товарные запасы и замедляется товарооборачиваемость. Выявленная зависимость размера товарных запасов и скорости их обращения ставит перед торговой организацией задачу улучшения изучения всех видов спроса и продажа всего неудовлетворенного, формирующегося, отложенного, улучшения договорных отношений с поставщиками, что позволяет нейтрализовать отрицательные последствия изменяющейся конъюнктуры рынка на эффективность использования товарных запасов.

Уровень цен

Одним из условий формирования больших запасов в торговле является ожидание повышения уровня цен. Чем выше темп инфляции, тем большим становится рост товарных запасов, таким образом торговые организации пытаются защитить свои финансовые ресурсы

надеясь получить в дальнейшем дополнительный доход за счет разницы между закупочными и продажными ценами.

Сегмент рынка, численность и поведение потребителей – являются базисом на знании которого строится стратегическая и тактическая программы работы торговых организаций. Обслуживая конечных потребителей, торговая организация должна предлагать своим потенциальным покупателям те товары, которые удовлетворяют именно их специфические запросы. Чем глубже продавец знает специфику своего сегмента рынка, поведения потребителей, тем с меньшими затратами, включая затраты на формирование и содержание товарных запасов, организуется торговый процесс.

К факторам, определяющим размер товарных запасов и товарооборотность зависящим от деятельности торговой организации, относятся:

Объем, структура и темпы роста товарооборота

При увеличении объема товарооборота растут и товарные запасы. Однако эта зависимость не прямопропорциональна. Эффективным считается такое соотношение между темпами измерения товарных запасов и товарооборота, когда темп роста товарных запасов значительно отстают от темпов роста товарооборота. Данная зависимость выражается уравнением гиперболы:

$$\overline{TЗx} = a + \frac{b}{x} \text{ где:}$$

$\overline{TЗx}$ — размер товарных запасов, в днях товарооборота;

a — независимый от товарооборота размер товарных запасов (представительный страховой запас), в днях товарооборота;

b — зависящая от товарооборота часть товарных запасов, руб.;

x — средний объем товарооборота, руб.

Например: фактический уровень запасов по торговой организации, торгующей как продовольственными так и непродовольственными товарами составил – 34 дня. При этом независимая часть товарных запасов составляет 20 дней. Остальные запасы зависят от объема товарооборота. Средний объем товарооборота 10 млн. р., планируемый рост товарооборота, обусловленный ростом денежных доходов, при прочих равных условиях составит – 27%. Подставив в уравнение гиперболы вышепредложенные материалы хозяйственной ситуации, получим размер снижения товарных запасов, обусловленный ростом товарооборота

$$y = \frac{-b}{x^2} = \frac{-1400}{100^2} = 11,02 \text{ дня}$$

Таким образом рост товарооборота на 27% приведет к снижению размера товарных запасов на $(14-11) = -3$ дня

Товарные запасы тесно связаны и со структурой товарооборота. Расширение ассортимента товаров – неременное условие современного развития рынка потребительских товаров, приводит к росту товарных запасов. При преобладании в ассортиментной структуре товарооборота продовольственных товаров, размер товарных запасов будет намного меньшим, т.к. они большей частью представлены скоропортящимися продуктами, срок реализации которых ограничен. К тому же ассортимент продовольственных товаров относительно стабилен, что облегчает взаимодействие товарных организаций с поставщиками и не требует накопления излишних товарных запасов. Для реализации непродовольственных товаров требуется более длительное время, они приспособлены к более длительному хранению без потери потребительских свойств, что способствует росту товарных запасов, но значительно замедляет скорость их обращения. Эту особенность поведения товарных запасов в зависимости от изменения объема и структуры товарооборота следует предусмотреть в ходе определения норматива товарных запасов.

Рост запасов, обусловленный изменением товарооборота, означает повышение расходов и снижение прибыли. В это же время увеличение товарооборота приводит к

повышению размера прибыли от их реализации. Чтобы добиться оптимального соотношения между расходами, связанными с формированием товарных запасов и прибылью, необходимо не только следить за тенденциями их развития, но и значительно улучшить работу по экономическому обоснованию нормативной, рациональной величины товарных запасов.

Распределение запасов между товаропроизводителями, оптовыми и розничными звеньями торговли.

При закупке товаров непосредственно у производителей, по прямым хозяйственным связям удается закупать товары в необходимом объеме, в короткие сроки по более низким ценам, а продать их в лучшее для продажи время по более высоким рыночным ценам. К тому же вся торговая надбавка остается у розничного продавца. Однако товаропроизводители, в свою очередь, заинтересованы работать с крупными покупателями и поэтому торговым организациям приходится покупать товары большими партиями, требующими подрботки, подсортировки, хранения, что может привести к росту не только запасов, но и расходов. При закупке товаров у оптовых посредников, которые имеют широкий ассортимент, удается несмотря на необходимость поделиться торговой надбавкой с оптовым посредником, снизить риск формирования запасов в больших размерах, чем это предусмотрено нормативами.

Удельный вес товаров, принятых для продажи на условиях консигнации (консигнация (англ. consignment)—размещение собственником товара (комитетом) своих товаров на складах других организаций с целью их продажи) в общем объеме товарных ресурсов.

С развитием рыночной экономики расширился перечень источников поступления товаров в розничную сеть. Такую возможность получили предпринимательские структуры, включая индивидуальных предпринимателей, которые по договору консигнации поставляют товары в розничную сеть для последующей их продажи конечному потребителю. Магазины организуют их продажу без формирования товарных запасов. Если партнерские отношения у розничных субъектов с комитентами складываются успешно и товар хорошо продается, розничные продавцы от этого сотрудничества имеют несомненную выгоду. Магазин имеет разнообразный товарный ассортимент, деньги выплачиваются владельцу за товар после продажи, а сэкономленные средства, которые не были направлены на формирование товарных запасов, могут быть использованы по другим направлениям, что еще больше усилит положительный эффект от такого сотрудничества. Однако эта экономия не означает, что торговая организация должна сосредотачивать внимание на продаже консигнационных товаров. Успешность работы розничных продавцов зависит, прежде всего, от наличия в торговле разнообразных товаров, поступающих из различных источников, создания возможностей для покупателя выбрать необходимый ему товар из многочисленных возможностей.

Объемы, ритмичность поставок, уровень развития сервисных форм организации поставок и обслуживания покупателей, выполнение договорных обязательств.

Чем чаще завозятся в магазины товары, тем меньшими должны быть запасы. Более того, крупные товарные субъекты вообще могут обходиться без товарных запасов. Это возможно при четком взаимодействии с поставщиками, когда покупатель твердо уверен, что товар в нужном ассортименте, объемах, качестве будет доставлен в магазин, в строго определенное, до минуты, время. Чем выше уровень договорной дисциплины поставок, обязательность, добросовестность производителей и поставщиков, приемлемые условия поставки тем ниже необходимый уровень товарных запасов в торговых организациях.

Эффективность работы коммерческих служб по закупке товаров, рекламных мероприятий.

Оптимальность выбора каналов поступления товаров имеет прямое отношение к размеру запасов и скорости их обращения. Хорошо налаженная коммерческая и рекламная работа позволяет избежать закупки товаров пользующихся ограниченным спросом покупателей, оседания в запасах неходовых товаров. Это позволяет сократить затраты финансовых ресурсов, направленных на формирование и содержание товарных запасов.

Устойчивость и сложность ассортимента.

Время обращения сложного ассортимента (одежда, белье, головные уборы и т.п.) намного длиннее по сравнению с простыми. Для торговли ими требуются большие размеры запасов. И наоборот устойчивый ассортимент не вызывает серьезных колебаний в размерах и структуре товарных запасов, они, как правило, минимальны. Внешней оценкой равномерности потребления отдельных товаров служит коэффициент вариации однодневного товарооборота от его среднего значения.

Факторы материально-технической базы и организации труда.

Размещение торговой сети.

Частота завоза зависит от местонахождения товаропроизводителей и торговых организаций, условий транспортировки. Если они удалены друг от друга, а природные условия ограничивают возможности быстрой транспортировки, то для обеспечения бесперебойной торговли требуются большие товарные запасы. И наоборот, если поставщики товаров территориально близки к покупателю, товарные запасы у субъектов минимальны. Чем выгоднее местонахождение торговой организации (в центре покупательских потоков), тем выше скорость реализации товарных запасов, тем меньше потребность в их наращивании.

Размеры, состояние торговой и складской сети, наличие торгового оборудования. Не многие торговые организации имеют достаточно вместительные складские помещения, чтобы хранить даже месячные запасы товаров разнообразного ассортимента, тогда им приходится арендовать помещения под склады. Стоимость аренды, хранения товаров, страховые расходы приводят к тому, что одновременное приобретение большего, чем это необходимо для обеспечения торгового процесса в течение нескольких дней количества товаров может себя не оправдать.

Чем больше размер товарного зала, тем больше запасов находится в нем. Оптимизация размеров товарных запасов в торговом зале содействует использованию торговой организацией инновационных технологий их размещения на основе использования принципов мерчендайзинга. При самообслуживании запасы товаров в зале намного выше, чем при обслуживании через прилавок.

Крупные магазины имеют большие возможности достигать больших объемов продаж и высоких финансовых результатов при больших по объему товарных запасах, т.к. они могут покупать товары по прямым связям относительно небольшими партиями, в короткие периоды времени, при высокой ритмичности поставок с применением системы скидок.

Формы и методы стимулирования персонала за работу с минимальными запасами.

Выполнение задачи повышения эффективности использования товарных запасов требует хорошей организации труда всех торговых работников от управленцев, специалистов до продавцов, при хорошей материальной заинтересованности их в повышении объемов деятельности с минимальными запасами. Во многих торговых организациях в положении о премировании предусмотрено такое требование.

Факторы экономической и финансовой эффективности деятельности торговых организаций:

Платежеспособность торговых организаций.

Финансовые возможности торговых организаций накладывают свой отпечаток на ассортиментную структуру товарооборота. Если финансовые ресурсы у организации ограничены, то она, в основном, формирует простой ассортимент. Чем лучше финансовое положение торговой организации, тем больше возможностей она имеет для формирования товарных запасов в широком ассортименте и использования разнообразных форм оплаты за поставленный товар (предоплата, оплата наличными, товарный кредит, авансовые платежи, принятие товаров на комиссию). Расширение ассортимента способствует росту товарооборота и товарных запасов и требует больших финансовых затрат. Чтобы не произошло снижение эффективности результатов деятельности торговой организации, необходимо наладить хорошую работу по экономическому обоснованию объемов и структуры товарооборота, товарных запасов, в таком соотношении, когда темпы роста

прибыли, товарооборота будут значительно обгонять темпы роста товарных запасов и расходов на их содержание.

Соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров.

Рост запасов означает повышение расходов и снижение прибыли от реализации товаров. В то же время росту товарооборота, который приводит к увеличению размера прибыли сопутствует рост товарных запасов. Поэтому важно любую закупку товаров сопровождать экономическими расчетами по оценке ее выгоды.

Уровень нормирования и обоснованности величины и ассортиментной структуры товарооборота.

Опыт работы крупных и успешно работающих торговых организаций подтверждает тот факт, что важным фактором их успеха является уровень прогнозирования, планирования всех показателей деятельности в экономически обоснованном их соотношении.

Вышеперечисленные факторы формирования размера товарных запасов в торговой организации взаимосвязаны и взаимообусловлены. Их взаимосвязь реализуется в процессе обращения товарных запасов. На рисунке 4.3.3 схематично показано влияние факторов на показатель эффективности использования товарных запасов — товарооборачиваемость. Все факторы, в конечном итоге отражаются на изменении двух основных факторов: объема, структуры, товарооборота и средних товарных запасов.

Влияние структуры товарооборота на товарооборачиваемость исчисляется при помощи приема цепных подстановок, как разность между условной оборачиваемостью (при фактической структуре товарооборота и плановом времени обращения отдельных товаров и товарных групп) и плановой. Если вычтем из фактической товарооборачиваемости условную, то рассчитаем влияние изменения времени обращения отдельных товарных групп и товаров. Увеличение в составе товарных запасов удельного веса товаров с быстрой оборачиваемостью способствует ускорению обращения товаров в целом по организации и наоборот.

Для оценки влияния изменения объема товарооборота по сравнению с планом на товарооборачиваемость необходимо из фактической оборачиваемости вычесть условную (рассчитанную при фактических средних остатках и плановом товарообороте).

Влияние средних товарных запасов на товарооборачиваемость определяется путем вычитания из условной оборачиваемости плановой. Увеличение среднего товарного запаса замедляет товарооборачиваемость, увеличивает время обращения. И наоборот уменьшение средних товарных запасов способствует ускорению товарооборачиваемости.

Зависимость средневзвешенной товарооборачиваемости от сдвигов в структуре запасов рассчитывается по следующей формуле:

$$D_o = \left[(d_n * \overline{D_{on}}) + (d_n * \overline{D_{on}}) \right] : 100,$$

Где D_o — общая средневзвешенная товарооборачиваемость;

d_n — доля товаров в общих запасах по товарной группе (например, продовольственных), %;

$\overline{D_{on}}$ — средняя оборачиваемость данного товара или первой группы товаров, дн.;

d_n — доля других товаров, групп товаров в общих запасах товаров в группе товаров (например, непродовольственных), %;

$\overline{D_{on}}$ — средняя оборачиваемость по второй группе товаров, дн.

4.4. Управление товарными запасами: необходимость, цели, алгоритм построения системы.

Система управления товарными запасами основана на их минимизации, ускорении товарооборачиваемости и хорошо налаженном учете и контроле за их формированием и использованием.

Чрезмерные вложения средств в товарные запасы приводит к уменьшению оборотного капитала торговой организации, к увеличению потребности в кредитах для выплаты заработной платы торговым работникам, оплаты поставщикам за поставленные товары, осуществления текущих расходов. «Омертвление» финансовых ресурсов, вложенных в

товарные запасы, сокращает возможность роста доходности организаций за счет финансовых ресурсов в другие, более прибыльные направления торговой деятельности. Кроме того, наличие избыточных (с точки зрения возможностей их реализации) торговых запасов требует больших расходов на их распродажу по сниженным ценам, аренду дополнительных складских помещений, на их содержание для уплаты налогов.

Недостаточные вложения средств в товарные запасы также имеет ряд отрицательных последствий. В этом случае в торговле могут отсутствовать необходимые товары, что приводит к потере потенциальных покупателей, снижению объемов товарооборота из-за их нехватки, увеличению расходов на 1 рубль товарооборота, так как торговым работникам организации приходится выплачивать не заработанную заработную плату, оплачивать содержание неработающего оборудования.

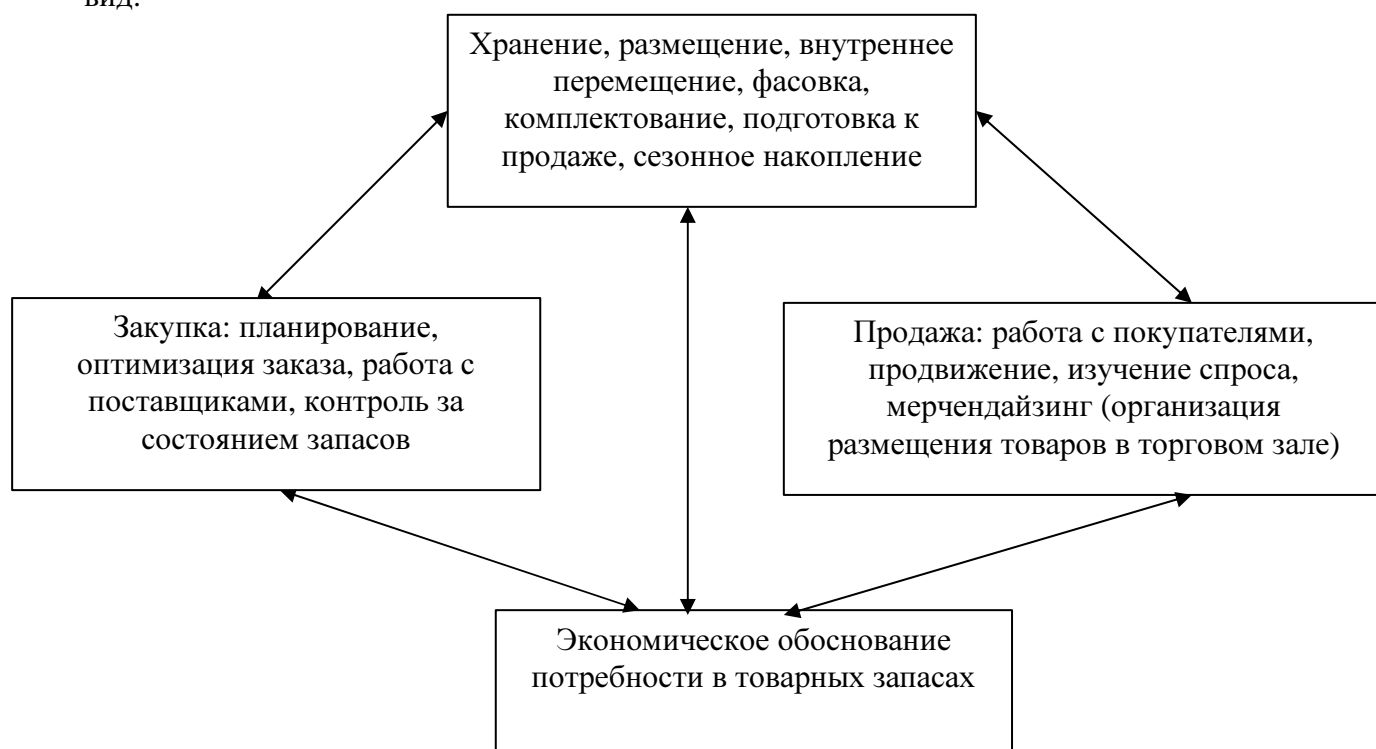
И одна и другая ситуации нежелательны. И поэтому важно привести товарные запасы в соответствие с потребностями в них и создать работающую на практике систему управления ими.

В определенном смысле управление запасами представляет собой попытку установить равновесие между двумя противоположными требованиями: требованиями финансистов, стремящихся минимизировать затраты на хранение товаров и требованиями маркетологов, которые стремятся оптимизировать обслуживание потребителя, поддерживая постоянный уровень запасов товаров по всему спектру торгового ассортимента.

Цель управления запасами — снизить затраты на продвижение товарных запасов через организацию, при обеспечении высокого уровня качества торговли и одновременно максимизировать возвраты на инвестиции в товарные запасы.

Создание системы управления товарными запасами позволяет решить следующие задачи: бесперебойности снабжения, минимального вложения денег, минимального риска, обеспечения простоты процедуры заказа на пополнение запасов, устойчивости товарного процесса.

В структурированном виде система управления товарными запасами имеет следующий вид:



Эффективно работающая система управления товарными запасами позволяет принять экономически обоснованное решение о количестве товаров, которые необходимо иметь в каждой точке торгово-технологического процесса и какие товарные линии из составленного ранее плана необходимо запасать и чем пополнять запас.

Организация управления запасами в торговле осуществляется в следующей последовательности:

расчет потребности организации в товарных ресурсах; определение норм запаса; разработка политики пополнения запаса; организация контроля за уровнем запаса; оценка эффективности системы управления запасами.

Схематично этапы построения и реализации системы управления товарными запасами представлены на рисунке 4.4.4.



Рис. 4.4.4. Алгоритм построения системы управления товарными запасами.

1.Важнейшими стратегическими и тактическими целями формирования товарных запасов являются: обеспечение устойчивого товарного ассортимента достаточного для достижения высоких темпов роста розничного товарооборота, ритмичности торгово-технического процесса, бесперебойной работы торговой организации, накопления сезонных запасов и запасов целевого назначения, накопления (если это экономически оправдано) дополнительных товарных запасов для последующей их перепродажи другим торговым организациям с целью получения дополнительной прибыли.

2.Формирование информационной базы для создания системы управления товарными запасами включает в себя: информацию, характеризующую товарные запасы. Скорость реализации товаров, степень соответствия товарных запасов покупательскому спросу, конъюнктуру рынка, его сегментов, структуру покупательского спроса, возможности эффективной закупки товаров, тенденции изменения цен (розничных, отпускных, оптовых), плановые показатели деятельности торговой организации (объем и структура товарооборота, материально-техническая база, план платежного баланса, финансовые ресурсы по источникам их образования)

3.Выявление тенденций и закономерностей формирования и использования товарных запасов: обеспеченности товарными запасами, товарооборачиваемости,

определение причин ускорения и замедления показателей эффективности управления товарных запасами.

4. Экономическое обоснование норматива товарных запасов, достаточных для развития товарооборота при наименьших затратах на их формирование и содержание.

5. Разработка бюджетного плана закупки товаров, позволяет определить на основе данных о тенденциях продаж товаров в натуральных единицах, изменения товарооборотности запасов, о состоянии МТБ, систему проведения закупок, выбор эффективного поставщика, частота завоза, количество заказываемых товаров, методы и маршруты доставки товаров, сумму денежных средств ежемесячно направляемых на закупку товаров данной категории.

Затраты на транспортировку, хранение и перемещение и управление товарными запасами должны быть тщательно оценены, соотносясь с категорией товара и спецификой организации его продаж.

Опыт работы субъектов розничной торговли, подсказывает, что бакалейные товары необходимо поставлять ежедневно, одежду – два раза в неделю, свежие продукты питания от одного до нескольких дней, обувь – от недели до месяца другие товары по мере их продажи, товары широкого потребления – непрерывные поставки, сезонные немодные – поставка к сезону, сезонные повседневные – в соответствии с межсезонными схемами продаж: товары высокой моды – своевременная доставка позволяющая немедленно отреагировать на тенденции изменения продаж.

В странах, где получили преимущественное распространение торговые форматы образующие транснациональные корпорации в розничной сети, частота завоза товаров в магазины по отдельным товарным группам составляет:

непродовольственные товары – 40 % - 1 раз в неделю; продовольственные – в течение недели в том числе овощи и фрукты – 48 % объема поставки завозится 5 раз в неделю; молочные продукты соответственно 34 % - 6 раз в неделю; мясо и колбасные изделия - 40 % - 3 раза в неделю; бакалейные товары – 41 % - 2 раза, хлеб – 67 % - 6 раз.

6. Экспертиза бюджетного плана на соответствие стратегическим целям организации и возможность его реализации. Если бюджетный план закупки экономически обоснован, планирование рекомендуется завершить разработкой плана мероприятий по его исполнению с назначением ответственных и определением размеров материального поощрения.

7. Контроль за состоянием товарных запасов и ходом реализации бюджетного плана, их формированием и использованием: разработка графика завоза товаров, определение оптимального размера партии товаров, определение причин возникновения сверхнормативных запасов, обоснование мер профилактики возникновения сверхнормативных и неходовых товарных запасов и политики их реализации.

Эффективность сформированной системы управления товарными запасами зависит от тщательности исследования состояния проблемы формирования, размещения и использования товарных запасов обоснованности всех ее элементов и эффективности принятых управленческих решений по их перемещению во всех каналах движения товаров в организации (рисунок 4.4.5.)



Рис.4.4.5. элементы системы управления товарными запасами

Все элементы системы взаимосвязаны между собой. Для принятия обоснованного управленческого решения нельзя пренебрегать ни одним из вышеперечисленных элементов.

Наиболее сложной задачей в реализации системы управления запасами является задача обеспечения эффективной закупки товаров; выбор системы поставок товаров; определение размера заказываемой партии товаров; расчет интервалов времени пополнения запасов; учет и контроль запасов.

В современной экономике для пополнения товарных запасов используется ряд логистических форм:

1. Закупочная логистика, осуществляемая последующими этапами: определение потребностей организации в товарах, установление рациональных хозяйственных связей с поставщиками, организация закупок и завоза товаров, организация хранения товаров и их подготовка к продаже, управление запасами на складах, контроль за ходом использования и хранения запасов, размерами кредиторской и дебиторской задолженности.

Закупочная логистика строится на двух основных традиционных системах поставок товаров — системе с фиксированным размером заказа и система поставок с фиксированным интервалом между двумя заказами.

При выборе первой системы поставок, фиксированный размер заказываемой партии товара ($Z_{mз}$) рассчитывается как разность между необходимым допустимым количеством запасов ($ДНМУ_{mз}$) и фактическим остатком ($\Phi_{mз}$), с учетом времени на выполнение заказа и текущего потребления запасов ($T_{mз}$)

$$Z_{mз} = ДНМУ_{mз} + T_{mз} - \Phi_{mз}$$

Допустимым минимальным уровнем запасов является такой уровень, до которого теоретически можно снизить запасы, прежде чем сделать заказ на их пополнение. Время исполнения заказа представляет собой время, необходимое поставщикам для выполнения заказа. Например, если в неделю реализуется 100 пар мужской обуви (в среднем) и если требуется две недели для выполнения нового заказа, то допустимый минимальный уровень запасов будет равен 200 единицам ($ДНМУ_{mз} = ВИЗ * УИ$) где: $ДНМУ_{mз}$ — допустимый минимальный уровень запасов; $ВИЗ$ — время исполнения заказа; $УИ$ — уровень использования товара в течении времени выполнения заказа.

Однако, если изделие имеет невысокие затраты на производство и реализацию и его розничная цена достаточно приемлема и способствует быстрой реализации, возможен более

высокий страховой запас. Если же время выполнения заказа увеличится и превысит уровень использования товара, страховой запас может быть сокращен, поскольку интерес к товару значительно уменьшился.

При определении необходимого объема товарных запасов возникают две проблемы, связанные с минимизацией затрат на покупку товара и затрат на хранение товара. Первая группа затрат включает затраты на поиск поставщика, оплату телефонных разговоров, услуги связи, выписку счетов, документированное оформление, контроль за поступлением товаров и др. При этом известно, что чем крупнее запас, тем ниже должны быть расходы на единицу товара. Вторая группа затрат связана с включением финансовых ресурсов в товар: затратами на складское обслуживание; расходами, возникающими в результате порчи товара или его устранения. Чем больше заказ, тем выше затраты на хранение. Оптимальная величина закупаемой партии товара может быть определена с помощью универсальной формулы Уилсона – EOQ (экономического размера заказа), согласно которой текущий запас, в общем случае, оптимален, когда расходы по его хранению (X_p) равны расходам по его восполнению (ТЗР). Глубокое изучение сути этой формулы позволило ее несколько видоизменить с учетом практики осуществления поставок товаров.

$$EOQ = \sqrt{\frac{2m * O}{C_3 * P_{скл}}}$$

Где EOQ — оптимальная величина закупаемой партии;

m — годовой объем закупаемых товаров в шт., кг. или иных количественных показателях;

O — расходы по обслуживанию закупок в расчете на одну партию;

C_3 — цена франко-склад покупателя за единицу товара (цена закупки);

$P_{скл}$ — расходы по складированию в процентах от стоимости среднегодового запаса, выражается в единицах, например $10\% = 0,1$

$$EOQ = \sqrt{2C_p A / C_n}$$

Где C_p – расходы по обслуживанию заказа 1 партии товара (стоимость размещения заказа)

A – годовой объем спроса, шт, кг.

C_n - расходы по хранению одной единицы запаса в течение года.

Предлагается применять и другой вариант расчета экономического размера заказа, позволяющего перейти от натуральности заказа на товары к его оценке в денежных единицах по совокупной номенклатуре

$$EOQ = \sqrt{\frac{2(\sum V_i A_i) C_p}{C_r}}$$

Где $\sum V_i A_i$ – общая сумма в рублях за период для всех номенклатурных позиций от поставщика;

V_i - закупочная цена пункта i ;

A_i - спрос за период на пункт i ;

C_p - стоимость размещения заказа;

C_r - стоимость хранения или поддержания запаса на 1 рубль запаса.

Запасы в любой форме связывают капитал торговой организации, поэтому всегда возникает вопрос, насколько затраты на хранение запасов больше эффекта от их ликвидации или отказа от их приобретения. Поскольку торговля недостаточно обеспечена собственными оборотными средствами, закупка товаров и формирование запасов возможны только получение кредитов на эти цели. В связи с этим организации должны постоянно следить за товарооборачиваемостью, просчитывать допустимый уровень процентов за кредит при сложившейся товарооборачиваемости. Проиллюстрируем это на простом примере:

Кредит на закупку товаров в пределах норматива можно получить под 12% годовых или 0,5% в месяц. Средняя торговая надбавка за предыдущий месяц при товарооборачиваемости в 36 дней составила 25%. Выясним, сумеет ли организация покрыть

торговой надбавкой предложенный вариант процентов по банковскому кредиту и оплатить другие расходы. Кроме уплаты процентов за кредит, для функционирования торговой организации необходимо выплатить заработную плату работникам (4% к объему товарооборота), сделать все отчисления, связанные с платой труда (1,4 % к объему товарооборота), осуществить затраты, связанные с содержанием здания, оборудования, начислением амортизации (2,6% к объему товарооборота), прочие расходы по осуществлению торговой деятельности (8,5% к объему товарооборота). Общая сумма расходов составила 16,5%, т.е. предложенные условия кредитования при неизменных расходах и товарооборачиваемости позволят покрыть все расходы и получить прибыль. Но при этом надо позаботиться об обеспечении, даже в условиях ненасыщенного рынка, превышения темпов роста товарооборота над темпами роста товарных запасов.

При выборе второй системы поставок, основывающейся на фиксированном интервале между двумя заказами (неделя, месяц, квартал и т.п.). Интервал времени (ИВ) между поставками можно рассчитать используя формулу:

$$ИВ = 360 : \frac{ПТ}{РОПП}$$

Где ИВ — интервал времени между двумя партиями поставки, дни;

ПТ — годовая потребность в товаре, в натур. единицах;

РОПП — оптимальная партия поставки по товарной группе на планируемый период, в натур. единицах (год).

Прежде чем определить время, через которое следует возобновлять товарный запас, необходимо определить оптимальное количество заказываемых товаров по формуле:

$$Нз = ДЗ * \frac{ПТ}{360}$$

ГДЕ Нз — оптимальный размер заказываемых товаров, в натуральных единицах;

ДЗ — число дней до получения заказа.

Экономичное время между заказами (ЭВЗ) определяется по формуле :

$$ЭВЗ = EOQ / (\sum V_i A_i)$$

Главный недостаток традиционной системы закупок состоит в необходимости содержания складов и осуществлением связанных с этим расходов.

2. Производственная логистика, позволяющая синхронизировать производственный и торговый цикл. При этом торговля будет успешно работать при минимальных запасах, без создания страховых при условии высокого стандартизированного качества товаров и услуг.

3. Сбытовая логистика (логистика производителя) охватывает всю цепь системы распределения: складирование, транспортировку, продажи. Целостная система распределения продукции основывается на глубоком изучении потребностей рынка и организации распределительной сети (посредниками в продаже товаров могут выступать дилеры, дистрибьюторами, комиссионерами, агенты, брокеры.)

4. Движение товаров через склады (оптовые распределительные). Они выполняют функции по накоплению, переработке и распределению товаров между потребителями. При этом могут использоваться собственные склады и склады общего пользования или их комбинация. Выбор между этими вариантами должны строиться на оценке экономической эффективности использования каждого из них. При этом следует учитывать не только размер склада и размещение складской сети, но и спектр оказываемых услуг и уровень организации процесса складирования.

5. Транспортная логистика предполагает создание действенной системы физического перемещения товаров, она базируется на принципах гибкости, эффективного взаимодействия с другими видами перевозок, оказания должных и разнообразных услуг (экспедирование грузов, охрана и т.п.).

Розничные продавцы могут выбирать и управлять своими источниками поставок посредством выбора той или иной системы и каналов поставок в зависимости от структуры, размера и сложности товарного ассортимента, а также жизненного цикла, на котором находится конкретная организация. Небольшие и средние розничные организации

ограничиваются довольно простыми источниками поставок, так как они покупают продукцию у производителей и оптовиков на внутреннем рынке.

По мере увеличения розничного товарооборота, которое происходит при увеличении числа торговых точек или при расширении способов продаж, (типа продаж на дому), организация обретает большой опыт на товарном рынке и поддерживает в управлении цепями поставок более функциональную специализацию. Сочетание большей уверенности в выборе продукции, знание отрасли и учет интересов других участников, например, желание увеличить валовую прибыль, заставляет розничных продавцов исследовать новые возможности в поиске источников и форм поставки.

Более крупные розничные товарные организации могут создавать собственные закупочные офисы. Прямые каналы закупки товаров позволяют им более жестко контролировать свои цепочки поставок и тратить средства только на персонал, информационные и коммуникационные технологии.

Розничные торговые организации прежде всего ищут источники поставки товаров на внутреннем рынке у местных поставщиков (производители и оптовики). При прямой цепи поставок торговая организация заказывает товар исходя из покупательского спроса и своих возможностей по оплате и размещению товаров. Появление глобальных цепей поставки может изменять цепь поставки в обратном направлении. Структура продажной цены, ассортимент продукции, качество, дизайн, технология и вкус определяется теперь поставщиком и ценностями, присутствующими в самой цепи поставок. Преимущества внутренних источников поступления товаров:

- устраняются проблемы, связанные с общением, с языковыми различиями, причем сама инфраструктура коммуникаций в большинстве развитых стран разработана хорошо;

- график поставки оказывается менее сложным, поскольку можно ограничиваться наземным транспортом, в то время, как для поставок из зарубежных источников может потребоваться несколько видов транспорта, а так же различная политика формирования отношений между поставщиками и потребителями. Логистические системы доступны только крупным структурам (для мелких поставщиков в относительно слабых экономических системах логистика все еще остается серьезной проблемой);

- доступные потоки информации имеется возможность посещать выставки и самостоятельно осматривать товары;

- использование посредников в цепи поставок часто также имеет экономический смысл, особенно при закупке товаров за рубежом, поскольку они хорошо знают местные условия и контролируют с большим числом местных товаропроизводителей.

Основными факторами выбора той или иной цепи поставок являются:

- характеристика предлагаемого к поставке товара, наличие бренда, цена поставок;

- число поставщиков и их поведение. Важно помнить, что при единстве общих целей у продавцов и покупателей имеются расхождения в методах достижения частных целей. Опыт работы с поставщиками подсказывает. Что при формировании политики взаимоотношений розничных покупателей с ними следует не упускать из вида, что способность обеспечить закупку товара на начальной стадии его производства важнее чем его качество, что однообразные сделки приносят больше прибыли, что при работе с повторными заказами объем прибыли на одну сделку несколько повышается, а качество обслуживания приобретает наиважнейшее значение.

- возможность координации цен и политике управления запасами;

- стандарты обслуживания потребителя (определение оптимального объема заказа, информация о статусе заказа. Время исполнения заказа, частота и своевременность доставок, доступность товара, качество документации. Процедура обжалования, полнота выполнения заказа, техническая поддержка);

- ассортиментная структура товара.

Важнейшим методом управления запасами является метод условно обозначенный как ABC. С помощью данного метода удастся более точно прогнозировать, контролировать состояние и надежность поставок, организовывать учет сохранности. Суть метода заключается в разбиении номенклатуры реализуемых товарно-материальных ценностей на три группы. Класс А – это группа запасов, на которую приходится около 10-15% наименований физических единиц запаса, но в денежном выражении она составляет 70-80% от общей стоимости запасов. Класс В –

это группа запасов, на которую приходится около 20-30% от общего числа наименований и 15-25 % общего объема стоимости. Остальные запасы образуют класс С и составляют 5% от общего годового размера затрат, но 55-65% наименований от общего их числа.

Метод ABC основан на основе закона Парето, согласно которому действует правило 80/20. Исходя из этого правила, запасы группы А требуют более тщательного контроля и размещаются в более надежных местах. Особое внимание к дорогим изделиям объясняется тем, что более значительная часть капитала торговой организации «омертвляется» при длительном хранении их на складе, а дорогостоящие изделия пользуются спросом у более ограниченного числа покупателей. Постоянный учет и контроль за такими запасами приведет к тому, что вложенные в запасы деньги принесут прибыль.

4.5. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости.

Важнейшим этапом построения и реализации оптимальной системы управления товарными запасами является анализ их состояния и эффективности использования.

Цель анализа состоит в выявлении причин и последствий изменения товарных запасов и скорости их обращения, выявления неиспользованных возможностей повышения эффективности их использования.

Задачи анализа товарных запасов:

- определение уровня обеспеченности торговой организации необходимыми товарными ресурсами; оптимальности их размещения, влияния факторов на размер, структуру, изменение товарных запасов, наличия сверхнормативных или дефицитных видов товарных запасов;
- установление степени ритмичности поставок, их объема, комплектности, качества, сортности, соответствия заказу, договору поставки;
- исследование эффективности хозяйственных отношений с поставщиками (своевременности заключения договоров на поставку, степень реализуемости закупленных товаров, точность исполнения договоров, возможности их пролонгирования и изменения);
- изучение показателей эффективности их размещения, использования и воздействия на экономические и финансовые результаты работы торговой организации;
- исчисление расходов, связанных с закупкой и хранением запасов и их влияния на прибыль торгового субъекта;
- подготовка исходной базы для нормирования и оптимального управления ими и т.п.

Информационной базой для анализа товарных запасов служат данные бухгалтерского, статистического, оперативного учета и отчетности (Ф1 – торг, 3-торг, 1 – У, бухгалтерский баланс и приложения к нему), материалы выборочных обследованных наблюдений, единовременного учета, плановых и внеплановых инвентаризаций, результатов оценки.

Анализ товарных запасов проводят, в целом по торговой организации, ее структурным подразделениям, отдельным товарным группам, в следующей последовательности:

- а) анализ обеспеченности товарооборота товарными запасами и их соответствия нормативу;
- б) анализ динамики товарных запасов;

- в) анализ факторов, влияющих на размер товарных запасов;
- г) анализ обоснованности сезонных запасов;
- д) анализ ассортиментной структуры запасов и их качества;
- е) анализ скорости обращения товарных запасов;
- ж) анализ эффективности управления товарными запасами.

На примере данных условной торговой организации «Меркурий» показана схема анализа товарных запасов, которая может быть применена на практике. Для проведения анализа исходная информация должна быть приведена в сопоставимый вид (Таблица 4.5.2.).

а) анализ состояния товарных запасов в торговой организации «Меркурий» свидетельствует о превышении фактических товарных запасов над их нормативной величиной на +3 дня (ситуация может быть и иной). Наметилась тенденция замедления реализации товаров. А это означает, что в составе товарных запасов имеются изделия, пользующиеся ограниченным спросом потенциальных покупателей. В отчетном месяце уменьшилась доля в фактическом товарообороте по сравнению с планом продовольственных товаров, реализуемых по свободным рыночным ценам с 61,8% до 57,8% и кондитерских товаров закупленных за рубежом с 72,2% до 63,7%. В тоже время увеличилась доля этих товаров в фактических товарных запасах по сравнению с нормативом соответственно с 72,8% до 80,7% и с 57,8% до 61,8. Выявленная тенденция свидетельствует о специфике поведения потребителей данного сегмента рынка, которые предпочитают покупать товары отечественных товаропроизводителей по фиксируемым и регулируемым розничным ценам и ошибках, допущенных коммерческой службой при определении номенклатуры закупаемых товаров у зарубежных поставщиков и условий поставки. Обращают на себя внимание и ряд других негативных явлений характерных для процесса формирования и размещения товарных запасов в исследуемой торговой организации, которые требуют устранения в последующем месяцев. К ним относятся: превышение запасов, хранящихся на складе, над запасами, находящимися в торговом зале, что требует серьезного внимания к работе с запасами и ускорения предложения их покупателю; низкая доля оплаченных товарных запасов в общей их сумме (такое состояние свидетельствует, что подтверждается данными о продажах товаров, о недостатке собственных оборотных средств, увеличении потребностей организации в дополнительных кредитах, ухудшении взаимоотношений с конкурентами, нарушении платежной дисциплины, росте расходов по хранению, что, в конечном счете, ведет к прямой потере прибыли; по большинству товарных групп (за исключением продуктов питания реализуемых по регулируемым ценам), фактические товарные запасы в расчете на один рубль товарооборота составляют недопустимую величину (от 0,92 рубля до 2,81 рубля), что свидетельствует о «омертвлении» средств, вложенных в товарные запасы (темпы роста товарооборота должны обгонять темпы роста товарных запасов), о недостатках в организации торговли и нормировании товарных запасов.

б) изучение товарных запасов в динамике производится с целью выявления тенденций и закономерностей в их развитии, обоснованности соотношения складывающимся между изменением товарооборота, его структуры и товарных запасов.

По данным торговой организации «Меркурий» выявлено, что принятая политика формирования и размещения товарных запасов требует уточнения, так как при ее разработке не учтены требования предъявленные к эффективности использования товарных запасов.

Для анализа динамики товарных запасов рекомендуется использовать ряд дополнительных показателей:

— Коэффициент соотношения темпов роста товарных запасов и товарооборота (общее требование темпы роста товарооборота должны обгонять темпы роста товарных запасов). В исследуемой торговой организации не соблюдено это требование. Темп роста товарооборота в целом по организации составил 109,1%, а темп роста товарных запасов – 122,3%, размер и темп изменения товарных запасов в расчете на 1 рубль товарооборота (степень реализуемости товарных ресурсов), соответственно составили +0,07 руб. При нормировании

товарных запасов предусматривалось, что их размер должен быть на уровне 1,03 рубля, фактически этот показатель вырос до 1,1 руб., т.е. фактические показатели продаж товаров в исследуемом периоде ухудшились, естественно это приведет к снижению эффективности использования товарных запасов. Рост товарных запасов на 1 рубль товарооборота может быть оправданным только тогда, когда фактический объем, а главное, его структура отвечают установленному нормативу и пользуется покупательским спросом, а темпы роста товарооборота опережают темпы роста товарных запасов.

— уровень товарных запасов в процентах к товарообороту. Для исследуемых условий он сложился следующим образом: для прошлого периода – 99,8%, при нормировании товарных запасов этот показатель предусматривался в размере – 103,3%. Фактически он сложился на уровне – 111,9 %.

Для данной торговой организации допустимым, в условиях достаточности торговой массы, был бы темп прироста товарных запасов определенный как корень квадратный из темпа прироста товарооборота ($T_{np.m.z.} = \sqrt{T_{np.m.o.}}$), т.е. он мог бы составить —

$$T_{np.m.z.} = \sqrt{9,1} = 3,02\%$$

Однако и этот показатель не оптимален, т.к. у данной организации имеются неходовые и залежалые товары, а политика формирования и размещения товарных запасов не совершенна.

в) важнейшим этапом анализа состояния и эффективности использования товарных запасов является факторный анализ.

Оценка влияния изменения объема товарооборота на размер товарных запасов и скорость их обращения определяется с помощью метода цепных поставок

$$\Delta TЗ_{m.o.} = \frac{(TO_1 - TO_0)ПО_1}{Д}$$

$$\Delta TЗ_{n.o.} = \frac{(TO_{61} - TO_{60})ТО_1}{Д}$$

Где TO_0 и TO_1 соответственно, объем товарооборота в базисном (прошлый плановый) и в отчетном периоде (анализируемом периоде),

TO_{61} и TO_{60} скорость обращения товаров составлено в базисном и исследуемом периоде, в днях товарооборота,

$Д$ – длительность исследуемого периода, в днях.

г) при оценке влияния сезонных запасов на размер товарных запасов на их размер рекомендуется использовать экономико-математические методы исследования; а также показатель сезонности, который можно рассчитать вручную

$$S^1_{сез.} = \frac{\overline{TЗ}_{in}}{\overline{TЗ}_n} * 100$$

Где $\overline{TЗ}_{in}$ – средний размер товарного запаса на i дату исследуемого периода, руб.

$\overline{TЗ}_n$ – средний размер товарного запаса за исследуемый период, руб.

Индекс сезонности показывает долю анализируемого периода (квартал, месяц, декада) в исследуемом периоде. Результаты анализа сезонности колебаний спроса, товарооборота и товарных запасов используют при установлении норматива товарных запасов на конкретный период и принятии оперативных решений по пополнению запасов или распродаже излишних.

В ходе анализ эффективности сезонных накоплений необходимо также оценить обеспеченность ими по каждой товарной группе, сравнить их размер с планируемой суммой и тенденций продаж.

д) целью анализа ассортиментной структуры товарных запасов являются выявления наличия в их составе неходовых (товары, находящиеся в торговой организации в течение 2 лет) и залежалых товаров (находящихся у торгового субъекта более 2 лет, причин их

возникновения (закупка товаров низкого качества, несоответствующих спросу покупателей и др.).

Для оценки состояния структуры товарных запасов используются следующие показатели: доля неходовых и залежалых товаров в общей сумме товарных запасов по организации, конкретной товарной группе; темпы роста неходовых и залежалых товаров в сравнении с темпами изменения товарных запасов; средний размер уценки товаров; процент реализации уцененных товаров; коэффициент эффективности использования фонда уценки (Куц) и др.

$$K_{уц} = \frac{Д_{уц}}{Р_{уц}}$$

Где Дуц –доходы, полученные от реализации уцененных товаров

Руц – расходы, связанные с уценкой товаров.

Эффективным считается такое снижение цен, которое приводит к оживлению покупательского спроса на уцененные товары, при этом темп роста спроса должен значительно превышать размер снижения цены.

е) при анализе эффективности использования товарных запасов требуется измерить скорость их обращения (по показателям товарооборачиваемости), выявить причины их изменения и определить пути ускорения оборачиваемости (таблица 5.5.2).

Таблица 5.5.2 Исходная информация для анализа товарооборачиваемости., млн.р.,%%

№ п/п	показатели	план	факт
1	Розничный товароборот	2681,6	2714,5
1.1	в том числе по продовольственным товарам, руб.	1365,9	1275,9
1.2	Уд. вес в общем объеме товарооборота	50,9	47,0
	непродовольственным товарам	1315,7	1438,6
	Уд. вес в общем объеме товарооборота	49,1	53,0
2	Средний товарный запас по организации	2702,3	2862,9
2.1	в том числе по продовольственным товарам, руб.	1213,5	1307,9
2.2	непродовольственным товарам	1564,1	1577,7
3	Оборачиваемость, дни	30,2	30,0
3.1	в том числе по продовольственным товарам, руб.	26,7	30,8
3.2	непродовольственным товарам	35,7	32,9

4	Условная оборачиваемость, дни		
4.1	при фактическом товарообороте и плановых товарных запасах		29,9
4.2	оборачиваемость исчисленная по фактически сложившейся структуре товарооборота	$(50,9*26,7)+(49,1*35,7)/10031,9$	—
5	Отклонение товарооборачиваемости за счет изменения товарооборота	—	$29,9-30,2=-0,3$
5.2	Средних запасов	—	$30,0-29,9=+1$
5.3	Структура товарооборота		$31,9-30,2=+1,7$

Проведенный анализ товарооборачиваемости позволяет сделать следующие выводы.

Фактическая товарооборачиваемость за счетный период составила 30,0 дней и ускорилась по сравнению с планом (нормативом) на 0,2 дня. Это ускорение обеспечено за счет ускорения товарооборачиваемости по непродовольственным товарам на –2,8 дня (32,9 – 35,7), и влияния прочих факторов – 1,7 дня. Однако замедление оборачиваемости продовольственных товаров на +4,1 дня (26,7 – 30,8) не позволило организации получить финансовый эффект, обусловленный ускорением скорости обращения непродовольственных товаров товарооборачиваемости произошло за счет изменения товарооборота – 0,3 дня (29,9-30,2)

Изменение суммы средних запасов привело к росту продолжительности оборота на +0,1 дня (30,0-29,9). Увеличение в структуре товарооборота доли непродовольственных товаров, традиционно имеющих более низкую скорость обращения, с 49,1% до 53,0 привело к замедлению товарооборачиваемости на 1,7 дня.

Влияние изменения товарооборачиваемости на изменение расходов торговой организации можно определить по формуле:

$$P_{\Delta\text{тоб}} = \frac{\Delta TЗ_{\text{тоб}} * Ц_{\text{к}} * Д}{П\text{ИП} * 100} = \frac{(T_{\text{обф}} - T_{\text{оббаз}}) * T_{\text{ф}} * Ц_{\text{к}} * Д}{П\text{ИП} * 100}$$

Где $P_{\Delta\text{тоб}}$ – изменение прибыли за счет изменения товарооборачиваемости;

$\Delta TЗ_{\text{тоб}}$ – изменение товарных запасов, обусловленное изменением скорости их обращения;

$T_{\text{обф}}$, $T_{\text{обб}}$ – фактическая и базовая (плановая) товарооборачиваемость, в днях товарооборота;

$T_{\text{ф}}$ – фактический товарооборот, руб.;

$Ц_{\text{к}}$ – цена капитала торговой организации в исследуемом периоде;

$Д$ – длительность анализируемого периода, дни;

ПИП – продолжительность анализируемого периода.

ж) завершается анализ товарных запасов расчетом показателей эффективности их использования (методика расчета показателей приведена в § 4.2).

Общая оценка эффективности управления товарными запасами производится по показателям качества работы с товарными ресурсами и эффективности их использования.

Интегральный показатель качества работы с товарными ресурсами определяется по формуле

$$ИПК = 1 + \frac{T_{\phi} - T_{пл}}{T_{пл}} - \frac{З_{\phi} - З_{н}}{З_{н}}$$

Где T_{ϕ} – фактический товарооборот, руб.;

$T_{пл}$ – плановый объем товарооборота, руб.;

$З_{\phi}$ – фактические товарные запасы, руб.;

$З_{н}$ – норматив товарных запасов, руб.

Данный показатель рассчитывается при условии, что фактический товарооборот выше планового, а фактические товарные запасы ниже нормативных. Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов рассчитывается (как об этом сказано в §4.2) как корень квадратный из произведения индекса изменения товарооборачиваемости и индекса рентабельности товарных запасов.

Рост обобщающих показателей эффективности управления товарными запасами свидетельствует об улучшении политики формирования, размещения и использования товарных запасов.

Обобщив материалы анализа необходимо определить пути улучшения работы с товарными запасами путем устранения выявленных в ходе исследования недостатков в формировании, размещении и использовании товарных запасов и учета неиспользованных резервов роста эффективности работы с товарными запасами при их нормировании.

4.7 Методы контроля товарных запасов

Торговые организации применяют следующие методы контроля и учета товарных запасов:

—оперативный учет, инвентаризация, балансовый метод, с помощью ЭВМ;
—снятие оперативный учет, т. е. сверка материально ответственными лицами фактического наличия товара с данными товарного счета. Причем подсчитываются не товары, а товарные места (ящики, рулоны, мешки и др.). Затем с учетом соответствующих норм производится пересчет, определяется количество товаров, которое и оценивается по действующим ценам. Недостаток данного метода — меньшая точность, чем при инвентаризации;

—инвентаризация, т. е. сплошной подсчет всех товаров, которые при необходимости могут перевешиваться и перемериваться. Полученные данные в натуральном

выражении оцениваются в действующих ценах и сводятся по товарным группам в общую сумму. Недостатками данного метода являются большая трудоемкость и невыгодность для организации, так как при проведении инвентаризации она, как правило, не функционирует.

Все организации должны проводить проверку (по крайней мере, раз в год) фактического уровня товарных запасов. Инвентаризация может быть единственным способом проверки некоторых малоценных товаров, по которым не ведется текущий количественный учет в письменной форме. Физическая инвентаризация может производиться периодически, постоянно или выборочным путем.

Периодическая инвентаризация. Периодическая инвентаризация не применяется теперь широко, потому что она влечет за собой прекращение торговых процессов, чтобы контролеры могли произвести точный учет. Группы контролеров пересчитывают количество имеющихся товаров на складе по каждому складскому объему, а также товары в торговом зале.

Непрерывная инвентаризация. Явные недостатки периодической инвентаризации преодолеваются с помощью непрерывной инвентаризации. По этой системе контролеры ведут счет определенного количества или части общих товарных запасов каждый день или неделю и соответственно вносят поправки в ведущийся учет товарных запасов. Этим способом можно осуществлять проверку всех товарных запасов за большой период времени. Другое преимущество этого способа заключается в том, что данные о товарных запасах, взятые из карточек товарных запасов, постоянно ведущихся по системе непрерывной инвентаризации, могут быть использованы для подготовки балансов и для налоговых целей.

Выборочная инвентаризация. На многих торговых предприятиях инвентаризация товарных запасов ведется выборочно. Бухгалтерия определяет приемлемый процент ошибок в своих записях и подсчитывает количество единиц товара, содержащихся во взятых на выборку видах товарных запасов, с тем чтобы установить, отражают ли записи фактическое наличие этих товаров. Если количество товара, указанного в постоянно ведущихся записях товарных запасов, оказывается в пределах приемлемой степени точности, то в этом случае предполагается, что запасы других видов товара также соответствуют учетным данным. Такой метод инвентаризации является часто более точным, чем общий счет, потому что наличие человеческого фактора в последнем методе может привести к ошибкам. Результаты инвентаризации выборочным путем используются налоговыми служащими и вышестоящими органами управления.

Физический подсчет товарных запасов. Инвентаризация должна быть организована так, чтобы один или несколько человек могли подвести подсчет всех товаров в определенном месте, а не так, чтобы считать все данные товары независимо от того, где они складированы. Перескакивание из одного склада в другой для подсчета определенного вида товара является очень утомительным делом и ведет к полной путанице и большим погрешностям.

Там, где физический счет ведется складскими работниками или другими лицами, собственный бухгалтер-ревизор организации или другой представитель бухгалтерии должен наблюдать за ведением такой инвентаризации. Являясь высшим контрольным органом, бухгалтерия или ревизионный отдел всегда должны быть инициаторами проведения инвентаризации.

Балансовый метод, основанный на использовании балансовой формулы:

$$Зн + П = Т/Об + Др + Зк,$$

где $Зн$ — товарные запасы на начало анализируемого периода (руб.);

$П$ — поступление товаров за анализируемый период (руб.);

$Т/Об$ — товарооборот предприятия за анализируемый период (руб.);

$Др$ — документированный расход товаров за анализируемый период, не являющийся продажей (руб.);

$Зк$ — товарные запасы на конец анализируемого периода (руб.).

Балансовый метод менее трудоемок, чем предыдущие, и позволяет обеспечить оперативный учет и анализ товарных запасов в связи с другими показателями. Недостаток данного метода — отсутствие возможности исключить из расчета всякого рода неуста-

новленные потери, что приводит к некоторым искажениям суммы запасов. Для устранения этого недостатка данные балансового учета систематически должны сопоставляться с данными инвентаризации и снятия остатков.

Используя балансовый метод, легко осуществлять оперативный контроль за движением товаров. Этот метод особенно эффективен при автоматизированном учете на базе компьютерной сети.

Лучшим начальным пунктом для создания любой системы контроля товарных запасов является их стандартизация, унификация, обеспечение штрих-кодами, что позволяет использовать для учета и контроля электронно-вычислительную технику. Современная торговля уже не может осуществляться без использования ПЭВМ. Управлению товарными запасами также требует автоматизации данного процесса.

Если в организации внедрена и действует комплексная система автоматизации управления предприятием (например, "1С", "Галактика", "Ветразь" и проч.), то для построения в организации рациональной системы учета запасов необходимы по большей части только организационные меры и стимулирование работников. Система автоматизации обычно дает уже налаженную базу данных, которую можно использовать для принятия эффективных управленческих решений. Построение этой системы осуществляется по следующим этапам:

—Подготовительный. Он предназначен для того, чтобы определить, нуждается ли система контроля запасов в совершенствовании. Также важно выяснить, на какие товарные позиции или товары следует направить внимание менеджеров; надо ли дифференцировать подходы управления разными товарами, к каким из них надо применять сложные инструменты прогнозирования и нормирования, а для каких достаточно простых; какие товары следует контролировать выборочно или периодически, а от каких вообще целесообразно отказаться. На данном этапе удобно использовать ABC- и XYZ-анализ, которые позволяют выявить "лидеров продаж" (товары, приносящие основную часть прибыли) и оценить регулярность продаж разных товаров.

—Планирование: в данный блок мероприятий следует отнести, прежде всего, нормирование товарных запасов. Разработка нормативов позволит всегда приблизительно знать, сколько товара необходимо иметь на складе в текущее время, сколько товара надо заказывать и когда. Это избавит менеджеров от необходимости действовать «вслепую», либо только на основании интуиции и личного опыта, что позволит избежать излишних остатков товара на складе, которые будут связывать оборотный капитал организации и приводить к увеличению различных статей расходов. В оптовой торговле хорошо показывает себя метод прямого счета (или метод технико-экономических расчетов), в соответствии с которым норматив для запасов определяется исходя из продолжительности операционного цикла. К примеру, в организации на приемку товара и контроль его качества уходит по полдня. Соответственно, норма технологического запаса составит один день, а норматив будет определен как произведение нормы запаса на суточную потребность. Суточную потребность можно определить, исходя из статистики расхода. Подобный подход можно применять и в системе потребительской кооперации.

Организация: данный блок системы должен включать определенные элементы:

•Учет товарных запасов: тщательный учет необходим по тем причинам, что современные менеджеры имеют дело с огромными массивами данных, которые им надо обрабатывать для принятия управленческих решений. Менеджер должен знать, что происходит у него на складе, когда был получен товар, от кого и сколько, как идет реализация, какой товар неходовой, сколько его и как долго он уже находится на складе. Чтобы ответить на все эти и еще многие другие требующие внимания вопросы, необходима база данных, которая формируется на основе учета происходящих внутри фирмы процессов. Данную базу менеджеры и используют для работы, формируя на ее основе разнообразные отчеты.

•Управление закупками: сюда входит все, что касается закупок и поступления товара на склады - работа с поставщиками, заключение договоров, формирование заказа с оптимальными параметрами, применение для этих целей математического подхода.

•Хранение и переработка товарного ассортимента: одна из функций опта - непосредственно само хранение на складах, подсортировка, комплектация, фасовка, разбиение на более мелкие партии и прочее.

•Управление продажами: работа с покупателями, изучение спроса, продвижение, налаживание контактов, заключение договоров.

•Оптимизация: данный элемент предназначен для постоянного совершенствования ассортимента и сотрудничества с наиболее выгодными поставщиками. Оптимизация базируется на блоке контроля, а также на учете.

—Стимулирование: этому блоку следует уделить особое внимание т.к. любое мероприятие ожидает успех только в том случае, если его исполнители заинтересованы в добро-совестном исполнении своих функций. Только согласованные действия всех участников приведут к четкой и налаженной работе системы и обеспечат ее высокую эффективность. Следует уделить внимание всем работникам, которые имеют отношение к управлению запасами: от операционистов, от которых зависит, правильные ли данные пойдут в базу, до менеджеров, которые этими данными воспользуются для принятия решений. Причем стимулирование должно включать не только материальный аспект (премирование за новые проекты, за проведение сложных работ и анализов, просто достойные зарплаты менеджерам и операционистам), но и профессионально-психологический. Во-первых, нужно донести до специалистов необходимость нового подхода к управлению запасами, показать им дополнительные возможности, привести примеры практических выгод. Во-вторых, задача руководителя - развивать в специалистах творческое отношение к решению стандартных задач, стремление обучаться и применять полученные знания на благо организации. Вид и размер вознаграждения за эти работы устанавливает руководство организации.

Контроль: сюда входит как простое сравнение реальных размеров запасов с нормативными, так и расчет дополнительных показателей (традиционных и инновационных). Контроль должен базироваться на блоке учета (оттуда будет поступать исходная информация) и служить основой для работы других блоков - организации и стимулирования (совершенствование закупок, поощрение и наказания за результаты работы).

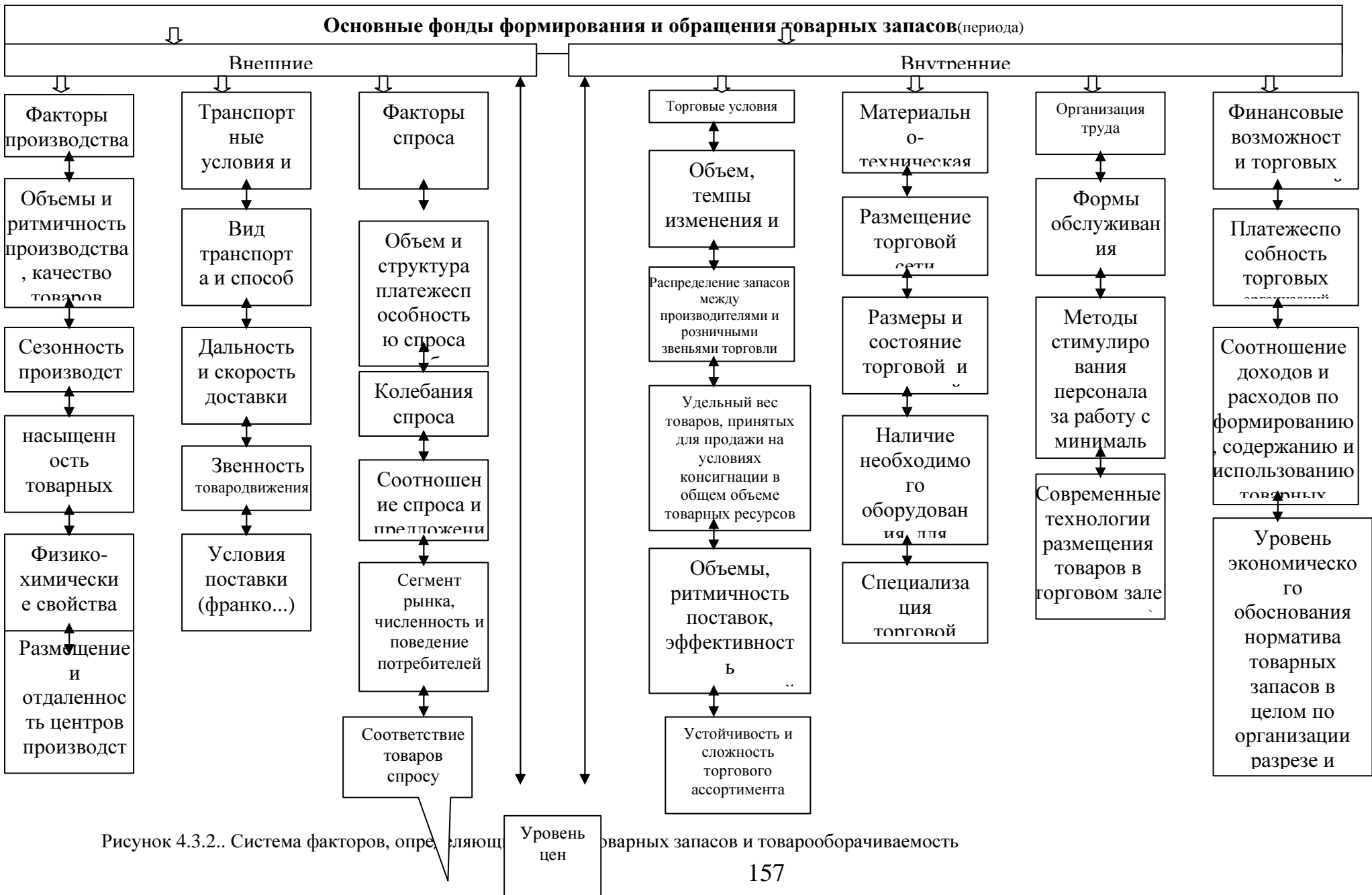
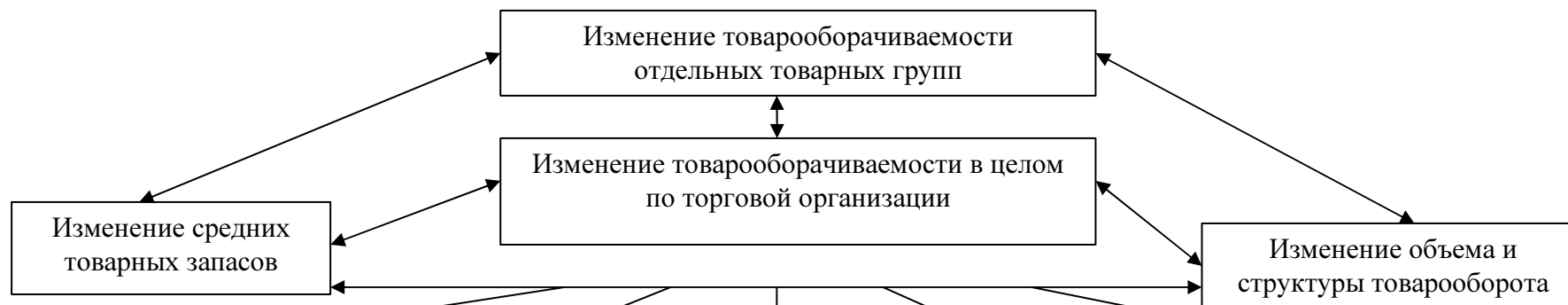


Рисунок 4.3.2.. Система факторов, определяющих уровень цен, товарных запасов и товарооборот



Эффективность работы коммерческих служб		Эффективность управления финансами	Состояние экономики страны и платежеспособности населения		Материально-техническая база торговых организаций	Эффективность менеджмента	
Факторы, обуславливающие обоснованность заказов	Знание объема и структуры спроса	Платежеспособность организации, изыскание резервов для ее повышения	Факторы, связанные со спросом на товар	Денежные доходы населения	Место расположения торговых субъектов по отношению к покупательским субъектам	Факторы, связанные с организационной торговлей	Формы и методы торговли
	Изучение конъюнктуры рынка			Численность и состав населения			Организация торгово-технологического процесса
	Анализ представленности и цен на аналогичные товары у конкурентов			Структура денежных расходов различных социальных групп населения			Торговая площадь и ее вес в общей площади торгового объекта
Факторы, связанные с работай поставщиков	Выполнение договоров поставки поставщиками	Уровень инфляции		Режим работы торгового формата	Организация дополнительных услуг и сервиса		
	Ритмичность поставок						Факторы, связанные с предложением товара
Факторы, связанные с ценами	Уровень и динамика цен	Научно-технический уровень производства		Уровень технического оснащения	Квалификация кадров		
	соотношение цен на отдельные товары		Текучесть кадров				
	Ценовая политика		специализация	Условия труда			
Организация рекламной деятельности						Факторы, связанные с организацией труда — эффективность системы управлением персоналом и мотивацией труда	Оплата и стимулирование труда

Рисунок 4.3.3. Влияние факторов на товарооборачиваемость торговой организации

Таблица 4.2.2 Система относительных показателей измерения состояния и эффективности использования товарных запасов

№ п/п	Наименование показателя	Ед. измерения	Условное обозначение	Методика расчета	Экономическое содержание показателя
1	2	3	4	5	6
1	Уровень обеспеченности товарооборота товарными запасами	дни	ОТЗ	$ОТЗ = \frac{TЗ}{ОТ}$ <p>Где ТЗ- сумма товарных запасов на определенную дату, руб. ОТ- однодневный товарооборот (ТО/Д), руб. Д- количество дней в периоде, дни ТО- общий объем товарооборота на определенную дату, руб.</p>	Показывает на сколько дней бесперебойной торговли обеспечена торговая организация товарными запасами, при сложившемся товарообороте
2 2.1	Товарооборачиваемость: продолжительность одного оборота товарных запасов	дни	ТОб.дни	$ТОб.дни = \frac{\overline{TЗ}}{ОТ} \text{ или } ТОб.дни = \frac{\overline{TЗ} * Д}{ТО}$ <p>Где $\overline{TЗ}$ – средний товарный запас за анализируемый период, руб.</p>	Показывает время, необходимое для полного обновления запаса, или срок, в течение которого товарные запасы находятся в сфере обращения
2.2	Число оборотов товарных запасов	разы	ТОбр	$ТОбр = \frac{ТО}{\overline{TЗ}} \text{ или } \frac{Д}{ТОб.дни}$	Показывает сколько оборотов совершил товарный запас за исследуемый период
3	Доля товарных запасов в чистом оборотном капитале	%	ДТЗобк	$ДТЗобк = \frac{TЗ_{по.балан.}}{ЧОК} * 100$ <p>Где ЧОК- чистый оборотный капитал, руб.</p>	Показывает удельный вес товарных запасов в чистом оборотном капитале
4	Запасоемкость	руб.	Зем	$Зем = \frac{\overline{TЗ}}{ТО}$	Характеризует величину товарных запасов на один рубль товарооборота
5	Степень реализации товарных ресурсов	Руб.	Эр	$Эр = \frac{ТО}{(П + \overline{TЗ})}$ <p>Где П- объемы поступления товаров, руб.</p>	Характеризует сумму товарооборота полученную на каждый рубль, вложенный в товарные ресурсы

6	Степень оседания товаров в запасах	%	УОтз	$УОтз = \frac{Зн * 100}{Зн + П}$ <p>Где Зн и Зп - запасы на начало и конец анализируемого периода</p>	Показывает долю необходимых товарных запасов в общей сумме товарных ресурсов
7	Степень обновляемости товарного ассортимента	%	СОассор	$СОассор = \frac{НП * 100}{Зн + П}$ <p>Где НП – сумма обновляемых товарных запасов</p>	Показывает долю новых поступлений в общем объеме товарных ресурсов
8	Прибыльность товарных запасов	Руб.	Ртз	$Rтт = \frac{Пот.реализации}{(П + ТЗ)}$ <p>Где Пот реализации – прибыль от реализации товаров</p>	Показывает сумму прибыли полученной на каждый рубль средств вложенных в товарные ресурсы
9	Затратоемкость хранения товарных запасов	%	Уртз	$Уртз = \frac{Ртз * 100}{ТЗ}$ <p>Где Ртз - сема расхлдлв по содержанию товарных запасов</p>	Показывает сколько расходов несет товарная организация по содержанию одного рубля товарных запасов
10	Интегральный показатель эффективности использования товарных запасов	В единицах	Этз.обобщ	$Этз.обобщ = \sqrt{\mathcal{S}_{Тодн}^1} * \mathcal{S}_{Ртз}^1$	Показывает обобщенную характеристику эффективности использования товарных запасов

Товарные группы	Запасы товаров на начало		Реализация		Запасы товаров на конец		Поступление			
	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	В процентах к объему	
									реализации	товарных ресурсов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	$10=8/4*100$	$11=8/(2+4-6)*100$
Швейные изделия	341	55,99	2520	55,60	393	55,59	2597	55,50	103,1	105,2
Трикотаж	161	26,44	1192	26,30	186	26,31	1232	26,33	103,4	105,6
Чулочно-носочные изделия	60	9,85	440	9,71	68	9,62	453	9,68	103,0	104,9
Меховые товары	25	4,11	190	4,19	30	4,24	195	4,17	102,6	105,4
Головные уборы	6	0,99	45	0,99	7	0,99	46	0,98	102,2	104,6
Прочие товары	16	2,63	145	3,20	23	3,25	156	3,33	107,6	113,0
Итого	609	100,0	4532	100,0	707	100,0	4679	100,0	103,2	105,5

Таблица 5.5.1 исходная информация для анализа эффективности формирования, размещения, использования товарных запасов торговой организации «Меркурий» за период (месяц, квартал, полугодие, год), млн.руб.

Структурные подразделения торговой организации (отделы, секции, магазины, торговые группы)	Товарооборот						товарные запасы				
	Прошлого периода		плановый		Фактический за отчетный период		Прошлого периода		Норматив товарных запасов		
	За период	однодневный	за период	однодневный	за период	однодневный	сумма	дни	сумма	дни	В расчет на 1 руб. товарооборота
отдел №1 «одежда, обувь»	965,2	31,8	1086,0	36,2	1011,3	33,7	813,0	25,6	1049,8	29	0,97
в том числе:											
одежда	491,7	16,4	509,0	20,0	501,7	16,7	413,9	25,2	560,0	28	0,93
обувь	464,5	15,5	487,0	16,2	509,6	17,0	399,1	25,7	456,0	30	0,99
отдел «2 «Хозяюшка»	421	14,0	431,7	14,4	427,3	14,2	323,7	23,1	432,0	30	1,00
в том числе:											
товары культурно-бытового назначения длительного пользования	219,5	7,3	229,7	7,7	222,7	7,4	193,8	26,5	246,4	32	1,07
хозяйственные товары	201,5	6,7	202,0	6,7	204,6	6,8	129,9	19,4	194,3	29	0,96
отдел №3 «продовольственные товары»	639,1	21,3	649,0	21,6	771,6	25,7	194,7	27,9	648,0	30	0,99
в том числе											
реализуемые по фиксированным и регулируемым ценам	251	8,4	253,1	84,0	329,1	11,0	229,9	27,4	126,0	15	0,50
реализуемые по свободным ценам	387,7	12,9	395,9	13,2	442,5	14,7	364,8	28,3	382,8	29	0,97
отдел №4 «Кондитерские товары»	473,7	15,8	514,9	17,2	504,3	16,8	753,5	47,7	1032	60	2,00
в том числе											
закупленные на внутреннем рынке	262,0	8,7	143,1	4,8	164,5	5,4	175,5	20,2	288	60	2,01
импортные	211,7	7,1	371,8	12,4	319,8	11,3	578,0	81,4	744	60	2,00
Всего	2490,0	83,0	2681,6	89,4	2714,5	90,5	2484,9	29,9	2771,4	31	1,03

Примечание: такой анализ с использованием ПВЭМ рекомендуется проводить еженедельно.

Структурные подразделения торговой организации (отделы, секции, магазины, торговые группы)	Товарные запасы						Доля товаров, реализуемых по свободным ценам		Доля товарных запасов в торговом зале, %	Доля товарных запасов в на складе, %	Доля оплаченного товарного запаса, %
	Фактические товарные запасы			Отклонение фактических запасов от нормативных			В товарных	В товарообороте			
	сумма	дней	В расчет на 1 руб.	сумма	дней	В расчет на 1 руб. товарооборота					
отдел №1 «одежда, обувь»	112,2	33	1,11	+72,4	+4	+0,14	-	-	55,0	45,0	28,0
в том числе: одежда	620,0	37	1,23	+120,0	+9	+0,3	-	-	60,0	40,0	38,0
обувь	469,8	27	0,92	-16,2	-3	-0,07	-	-	50,0	50,0	26,0
отдел «2 «Хозяюшка»	504,0	35	1,24	+72,0	+5	+0,24	-	-	40,0	60,0	37,0
в том числе: товары культурно-бытового назначения длительного пользования	284,9	38	1,34	+38,5	+6	+0,27	-	-	30,0	70,0	44,0
хозяйственные товары	194,3	28	1,00	-	-0,5	+0,04	-	-	45,0	55,0	31,0
отдел №3 «продовольственные товары»	669,6	26	0,87	+21,6	-4	-0,12	61,1	57,8	58,0	42,0	26,0
в том числе реализуемые по фиксированным и регулируемым ценам	117,6	11	0,36	-8,4	-4	-0,14	-	-	80,0	20,0	31,0
реализуемые по свободным ценам	409,2	28	0,92	+16,4	-1	-0,05	-	-	35,0	65,0	37,0
отдел №4 «Кондитерские товары»	1118,0	66	2,13	+86,0	+46	+0,13	80,7	63,7	62,0	38,0	10,0
в том числе закупленные на внутреннем рынке	288,0	53	1,65	-	-7	-0,36	-	-	71,0	29,0	9,0
импортные	900	72	2,81	+15,6	+12	+0,81	-	-	42,0	58,0	74,0
Всего	3039,6	34	1,1	+268,2	+3	+0,07	43,8	28,7	54,0	46,0	31,0

Глава 5. ТОВАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТОВАРООБОРОТА ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

5.1 . Товарное обеспечение товарооборота в системе управления деятельностью организаций торговли

В условиях становления и развития рыночных отношений в экономике Республики Беларусь коренным образом меняются принципы и методы формирования товарных ресурсов. Обострение конкуренции, усложнение условий хозяйственной деятельности, снижение предсказуемости результатов, увеличение последствий неверно принятых решений предъявляют возрастающие требования к оптимальному управлению товарными ресурсами.

Товарное обеспечение как составляющая товарных ресурсов непосредственно влияет почти на все процессы в торговой организации и находится в неразрывной связи со многими сторонами деятельности. Товарное обеспечение составляет материальную основу товарооборота торговой организации. Поэтому определение его объемов и структуры имеет первостепенное значение для разработки экономически обоснованного плана товарооборота. Планирование и осуществление закупок должны способствовать увеличению прибыли организации, оптимизации всех процессов торгово-хозяйственной деятельности. Отрицательные последствия неправильной организации закупочной деятельности оказывают влияние на все аспекты деятельности торговой организации (табл. 5.1.)

Таблица 5.1. Возможные ошибки в организации товарного обеспечения торговой организации и их последствия

Категория ошибки	Последствия
Недостаточный объем заказа или низкая частота поставки	перебои в товароснабжении организации, приводящие к дефициту;
Излишний объем заказа или слишком частая поставка	завоз излишних товаров, увеличение расходов по хранению товаров и товарных потерь, рост потребности в оборотных средствах;
Заказ товара без учета внутригрупповой структуры спроса	отсутствие товаров, пользующихся спросом, невозможность реализации имеющихся товаров, затоваривание при отсутствии свободных складских и торговых площадей;
Отсутствие анализа и выбора поставщиков	поставка большого количества аналогичных товаров, что зачастую превышает возможности их размещения на складе и в торговом зале при сужении ассортимента;
Неполный учет условий поставки товаров (как правило, ориентир на цену товара, стоимость доставки и условия оплаты)	неучет прочих факторов (срок доставки, размер партии, тара и упаковка, возможность возврата, возможность срочной поставки, рекламное сопровождение, возможность изменения ассортимента и др.), что впоследствии приводит к низкой эффективности заключаемых сделок;
Отсутствие экономически обоснованного выбора сделок на этапе их заключения	Невозможность изменения условий сделок после заключения договоров, особенно долгосрочных, что может привести к снижению конкурентоспособности

Управление товарным обеспечением нужно рассматривать как комплексную проблему, включающую такие глобальные вопросы, как формирование товарного предложения, продвижение товаров к потребителю, создание оптимальной

организационной структуры управления процессом поступления товаров в каждой организации.

Товарное обеспечение торговой организации можно определить как процесс обеспечения поступления товаров из разных источников с целью создания товарных ресурсов, предназначенных для последующей продажи конечному потребителю или профессионального использования. Источниками товарного обеспечения являются: поступление товаров от отечественных производителей; от оптовых организаций и прочих посредников; импорт из стран ближнего и дальнего зарубежья; поступление от личных подсобных хозяйств и др.

Товарное обеспечение торговых организаций осуществляется в различных формах и представляет собой результат действия установленных хозяйственных связей. Структура хозяйственных связей определяется схемами товародвижения и показывает, какие организации со стороны поставщика и покупателя вступают в хозяйственные взаимоотношения.

Основными формами товарного обеспечения являются:

- простая – поставка товаров осуществляется непосредственно от производителя в розничную торговую организацию. Является результатом прямых хозяйственных связей, которые устраняют излишние звенья перевалки товаров, ускоряют товарооборачиваемость, позволяют напрямую воздействовать на производителя в части формирования ассортимента, качества товаров, условий поставки и др. Применяются при закупке большинства продовольственных товаров, а также части непродовольственных (как правило, по товарам простого ассортимента или крупногабаритным). Независимо от ассортимента прямые поставки эффективны для крупных розничных организаций. Основная причина распространения прямых хозяйственных связей, начиная с середины 90-х годов XX века – возможность получения розничной торговой организацией полного размера установленного лимита торговой надбавки;

- сложная – поставка товаров осуществляется через посредников, число которых может быть различно. В качестве посредников могут выступать частные и государственные оптовые организации, биржи, индивидуальные предприниматели. К числу таких посредников относятся: дилеры, дистрибьюторы, комиссионеры, агенты и брокеры. Их наличие целесообразно в первую очередь по товарам сложного ассортимента, требующим подсортировки, а также по товарам, поставляемым по импорту.

В условиях рыночных отношений механизм регулирования товарного обеспечения торговых организаций с позиций удовлетворения спроса населения значительно усложнился. Он включает в себя постановку цели, определение взаимосвязанных с товарооборотом факторов, подлежащих регулированию, реализацию требования сбалансированности товарных ресурсов, товарооборота и спроса населения при обязательном его удовлетворении. Состав элементов системы управления товарным обеспечением торговой организации представлен на рис. 5.1.



Рис. 5.1. Элементы системы управления товарным обеспечением торговой организации

Факторы, влияющие на товарное обеспечение торговой организации, можно объединить в 5 групп:

1. организационные (специализация торговой организации, форма продажи, порядок расчетов и скорость документооборота, формы материальной ответственности, формы контроля качества товаров);
2. коммерческие (выполнение планов и условий поставок, соответствие ассортимента и качества товаров спросу, принципы формирования ассортимента);
3. экономические (наличие нормативов товарных запасов, плана товарооборота, уровень обеспеченности финансовыми ресурсами);
4. социальные (профессиональный уровень кадров, условия работы, материальное стимулирование);
5. технические (уровень автоматизации учета товарных ресурсов, состояние тары и средств, обеспечивающих сохранность товаров, обеспеченность складскими и торговыми помещениями).

Среди перечисленных факторов наибольшее значение имеют стабильность макроэкономической ситуации, обеспечивающая стабильность, размеры и рост спроса; наличие своевременной полной и достоверной информации о торговой организации и рынке; стабильность хозяйственных связей, достаточность финансовых ресурсов; схемы поставки товаров, ассортимент товаров. Все факторы находятся в сложной диалектической взаимосвязи. Характерной особенностью факторов является то, что они вызывают изменение не только объемов, но и структуры товарного предложения. В процессе формирования товарного предложения каждый из них имеет различное влияние, но в целом они в значительной мере определяют потенциальные возможности организаций торговли по формированию товарного предложения в соответствии с потребностями в товарах.

5.2. Оценка экономической эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов

Эффективность товарного обеспечения торговых организаций в современных условиях во многом зависит от эффективности взаимодействия сторон, участвующих в системе хозяйственных связей. Это связано, в первую очередь с тем, что каждая из сторон (производитель, посредник, розничная организация) имеет свои цели и стремится обеспечить их выполнение. Иногда эти цели разнонаправленны и противоречивы, что усложняет механизм достижения эффективности товароснабжения. В этих условиях эффективность товарного обеспечения достигается на основе его качества.

Качество товарного обеспечения представляет собой систему отношений субъектов рынка, направленных на удовлетворение потребностей с учетом интересов всех участников. Торговые организации, будучи заинтересованными в удовлетворении спроса, стремятся в первую очередь обеспечить наличие в продаже товаров в необходимом количестве, при соответствии качества и цены. В то же время, функционируя на принципах самокупаемости и самофинансирования, они должны обеспечить прибыльное хозяйствование и рациональное использование средств, что заставляет их предъявлять ряд требований к поставщикам товаров. Исходя из этого, *качество товарного обеспечения представляет собой комплекс характеристик, обеспечивающих удовлетворение интересов потребителей и посредников в совокупности.*

При этом важным элементом совершенствования системы управления качеством товарного обеспечения является разработка системы показателей анализа и оценки эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов. Показатели, характеризующие эту систему критериев, могут быть выражены как количественными, так и качественными характеристиками. Большинство из них представляют собой скорее ориентиры, косвенно свидетельствующие об уровне соответствия качества товарного предложения спросу. Соответственно, данная система показателей для торговой организации может быть представлена следующими коэффициентами (табл. 5.2).

Таблица 5.2. Показатели для оценки эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товарных ресурсов

Наименование показателей	Методика расчета	Содержание
1	2	3
Коэффициент поставки	$\frac{\text{Стоимость (количество) фактически поступивших товаров}}{\text{Стоимость (количество) поступления товаров по договорам}}$	Характеризует степень выполнения договорных обязательств по поставке товаров
Коэффициент ритмичности поставок	$\frac{\text{Число поставок по графику}}{\text{Общее число поставок}}$	Характеризует эффективность организации поставок
Оптимальный размер партии поставки	Рассчитывается исходя из методики, принятой в организации (формула Уилсона и др.)	Обеспечивает минимизацию затрат при достаточности товаров
Количество поставок по договору	$\frac{\text{Объем поставок по договору}}{\text{Средний размер партии}}$	Обеспечивает оптимальное число поставок
Интервал между поставками	$\frac{\text{Количество дней в периоде}}{\text{Количество поставок}}$	Обеспечивает оптимальный интервал между поставками
Коэффициент звенности товародвижения	—	Показывает количество звеньев, проходимых товаром

Коэффициент реализации товаров	Товарооборот	Показывает долю реализованных, т.е. нашедших покупателя товаров в товарных ресурсах
	$\frac{\text{Запасы товаров на начало периода} + \text{поступление товаров}}{\text{Запасы товаров на начало периода} + \text{поступление товаров}}$	
Коэффициент оседания товаров в запасах	Запасы товаров на конец периода	Показывает долю нереализованных товаров в объеме товарных ресурсов
	$\frac{\text{Запасы на начало периода} + \text{поступление товаров}}{\text{Запасы на начало периода} + \text{поступление товаров}}$	
Коэффициент обновления товарных ресурсов	Поступление товаров	Показывает, на сколько товарные ресурсы обновились за счет нового поступления товаров
	$\frac{\text{Запасы на начало} + \text{поступление товаров}}{\text{Запасы на начало} + \text{поступление товаров}}$	
Коэффициент общего удовлетворения спроса	Число покупателей, сделавших покупку	Показывает долю покупателей, удовлетворивших спрос в целом или частично
	Число посетителей	
Коэффициент удовлетворения спроса по отдельным товарам	Число дней наличия товара в продаже	Характеризует возможность удовлетворения спроса по конкретной группе товара
	Число рабочих дней	
Коэффициент удовлетворения спроса по ассортименту	Число наименований товара, имеющих в продаже	Характеризует широту ассортимента
	Число товаров по ассортиментному перечню	
Комплексный коэффициент рациональности ассортимента	$\frac{K_{ш} \cdot B_{ш} + K_{п} \cdot B_{п} + K_{у} \cdot B_{у} + K_{н} \cdot B_{н}}{4}$ (см. примечание *)	Показывает рациональность ассортимента с учетом значений показателей широты, полноты, устойчивости, новизны
Коэффициент рентабельности расходов по сделке	$\frac{\text{Реальная чистая прибыль по сделке}}{\text{Расходы по сделке}}$	Показывает, сколько реальной прибыли может быть получено с 1 руб. расходов на сделку
Коэффициент рентабельности закупки по сделке	$\frac{\text{Реальная чистая прибыль по сделке}}{\text{Закупочная стоимость товара по сделке}}$	Показывает, сколько реальной прибыли может быть получено с 1 руб. закупаемого товара
Коэффициент рентабельности продаж по сделке	$\frac{\text{Реальная чистая прибыль по сделке}}{\text{Продажная стоимость товара по сделке}}$	Показывает, сколько реальной прибыли может быть получено с 1 руб. реализуемого товара
Товарооборачиваемость	$\frac{\text{Средняя сумма товарных запасов}}{\text{Однодневный товарооборот по себестоимости}}$	Показывает продолжительность полного цикла оборота средств, вложенных в товарные запасы
Коэффициент оборачиваемости товарных запасов	$\frac{\text{Товарооборот по себестоимости}}{\text{Средняя сумма товарных запасов}}$	Показывает скорость обращения товарных запасов

* где $K_{ш}$ - коэффициент широты ассортимента, определяемый как отношение фактического количества товаров к базовому; $K_{п}$ - коэффициент полноты ассортимента, определяемый как отношение фактического количества видов товаров однородной группы к базовому; $K_{у}$ - коэффициент устойчивости ассортимента, определяемый как коэффициент удовлетворения спроса по ассортименту; $K_{н}$ - коэффициент новизны ассортимента, определяемый как отношение количества новых товаров к общему количеству наименований товаров; B - коэффициенты весомости показателей широты, полноты, устойчивости, новизны ассортимента.

Как видно из представленной в таблице 5.2 системы показателей, эффективным может быть признано взаимодействие с поставщиками, приводящее к увеличению результатов деятельности организации по развитию товарооборота, обеспечению прибыльности и удовлетворению спроса. В то же время, ряд показателей отражают скорее эффективность решений о поставке товаров на этапе их принятия. Это позволяет сформировать более эффективную систему отбора поставщиков, обеспечивающую качество товарного предложения, а не только общепринятые требования объемов и низкой цены поставки.

Разработка действенных методик отбора поставщиков и оценки эффективности сделок представляет собой один из важнейших элементов оценки эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками. Чтобы принять взвешенное решение относительно выбора поставщиков нужно применить специальные методы.

1. Метод анализа поставщиков на основе ABC (ABCD) – анализа. Необходимость этого анализа обусловлена тем, что число поставщиков у современной торговой организации составляет несколько сотен, а порой и тысяч, причем с некоторыми из них организация работает на постоянной основе, а с некоторыми время от времени. Принципы проведения ABC-анализа поставщиков аналогичны ABC-анализу ассортимента и товарных запасов. Показателем для отнесения к группам А, В и С является доля поступления товаров от отдельных поставщиков в общем объеме поступления по товарной группе, направлению или организации в целом (в зависимости от широты и глубины ассортимента). Для более точного анализа следует ввести еще группу D, включающую так называемых «мертвых» поставщиков, сотрудничество с которыми имело однократный характер и которые продолжительное время никак себя не проявляли.

Классификация поставщиков на группы позволяет четко определить место отдельных из них в системе поставок, обеспечить более эффективное сотрудничество с ними, не создавая при этом угрозу для деятельности самой организации. Так, поставщикам группы А следует уделять наибольшее внимание, особенно если они составляют менее 5% от всего количества поставщиков. В этом случае торговая организация может попасть в зависимость от небольшого числа поставщиков, что со временем приведет к снижению эффективности взаимоотношений. Поэтому наряду с группой А следует уделять внимание и поставщикам группы В, т.к. они являются перспективными кандидатами для перехода в группу А. Аналогично отрицательно следует оценить ситуацию, когда поставщики группы А составляют слишком большой процент от общего количества поставщиков (до 50%). Это значит, что в торговой организации нет ключевых поставщиков, а силы и ресурсы ее расплывлены. Как правило, в этом случае взаимоотношения торговой организации с поставщиками определяются не выгодностью контактов, а близостью взаимоотношений менеджеров поставщика и организации.

Например, в результате ранжирования поставщиков по методу ABC в торговой организации X получен следующий результат (табл. 5.3).

Как видим, группу А составляют 13 поставщиков (24% от общего их количества), которые поставляют 80,6% товаров. В группу В вошли 10 поставщиков, что недостаточно для резерва группы А, а в группу С - 11 поставщиков. Примечательно, что количество поставщиков группы D самое многочисленное – 20. При этом все вместе они занимают всего около 1 % в объеме поставок организации. Такая ситуация не может характеризоваться как эффективная во взаимоотношениях с поставщиками, если только поставляемые ими товары не являются незаменимыми, обязательными для наличия в ассортименте, хотя и занимают небольшую долю в объемах поставок. Поэтому ABC-анализ должен быть дополнен VEN-анализом поставщиков соответствующих групп (видов) товаров.

Таблица 5.3. ABCD-анализ поставщиков торговой организации X за 2007 год

Наименование	Поступление товаров	Удельный вес	Группа
--------------	---------------------	--------------	--------

поставщика	сумма, руб.	млн.	уд. вес в итоге, %	нарастающим итогом, %	
1	396,3		14,569	14,569	
2	328,1		12,062	26,631	
3	268,3		9,863	36,494	
4	253		9,301	45,795	
5	193,7		7,121	52,916	
...	184,3		6,775	59,692	
13	58,2		2,140	80,628	A
14	50,9		1,871	82,499	
15	44,7		1,643	84,142	
16	42,4		1,559	85,701	
...	23,8		0,875	94,113	
23	18,4		0,676	94,789	B
24	18,1		0,665	95,454	
25	16,8		0,618	96,072	
26	13,2		0,485	96,557	
...	5,8		0,213	98,712	
34	5,1		0,187	98,899	C
35	4,5		0,165	99,064	
36	4		0,147	99,212	
37	3,86		0,142	99,353	
...	0,127		0,005	99,998	
54	0,059		0,002	100,000	D

Для целей VEN-анализа всех поставщиков делят на группы V (Vital), поставляющие «жизненно важные товары», E (Essential), поставляющие необходимые товары и N (Non-essential), поставляющие второстепенные товары. К жизненно важным в данном случае относят товары, наличие которых обязательно в ассортименте (для розничной торговли это товары, включенные в обязательный ассортиментный перечень, для оптовой – так называемые «зазывные» товары). К необходимым товарам относят те, которые приносят наибольший доход или привлекают наибольшую часть клиентов (товары групп A и X по классификации ассортимента по методу ABC и XYZ-анализа). К второстепенным относят товары, наличие которых не отражается сколько-нибудь значительно на обороте торговой организации.

2. Метод анализа поставщиков на основе ранжирования.

Классификация поставщиков помогает улучшить организацию работы по товарному обеспечению торговой организации, но не позволяет оценить эффективность связей с этими поставщиками. При формировании взаимовыгодных отношений с поставщиками следует учитывать ряд факторов: тесноту, продолжительность, экономическую выгоду отношений, необходимость взаимоотношений с этим поставщиком (возможность замены его товаров другими, наличие административного регулирования необходимости поставки товаров от данного поставщика) и т.д. Взаимоотношения с поставщиками по товарам, подлежащим свободной закупке, необходимо строить на конкурсной основе, то есть осуществлять выбор поставщиков из имеющихся альтернатив. Критериями для выбора могут быть цена товара, удаленность поставщиков; периодичность поставок; форма оплаты; качество товара; возможность изменения ассортимента соответственно спросу; срок действия договора и комплектность поставки; упаковка и фасовка; объем партии и др.

Однако на практике торговые организации в качестве критериев могут принять и другие показатели, например возможности возврата товаров и изменения условий поставки, постоянное наличие товаров на складе, скорость и простота процедуры оформления заказов, обеспечение достаточного уровня маркетингового, рекламного сопровождения товаров, комплектность поставки и т.д. В этом случае количество факторов для отбора увеличивается и однозначный выбор затруднен. В этих условиях эффективен метод отбора поставщиков на основе ранжирования.

Метод представляет собой ранжирование поставщиков на основе выставляемых экспертами балловых оценок по ряду критериев. Сущность метода сводится к следующим действиям:

1. Формулируются и отбираются критерии, необходимые для оценки поставщиков в конкретных условиях. Оптимальное количество критериев 5-10. Из перечисленных возможных критериев следует отобрать критерии, которые наиболее значимы для организации, но имеют отличия у разных поставщиков. Например, учитывая, что в настоящее время требование предоплаты за товар применяется крайне редко, критерий условий оплаты должен быть сформулирован «Период отсрочки платежа за товар», а также «Наличие скидки за досрочную оплату товара».
2. Следует выставить оценки каждому поставщику по выбранным критериям. При этом максимальная оценка может быть принята за 10 баллов, что облегчает расчеты.
3. Полученные оценки по критериям у каждого поставщика суммируются и выводится общая оценка поставщика, которая является основанием для принятия решения о сотрудничестве. Преимущество отдается поставщикам, набравшим максимальное количество баллов.
4. В случае совпадения итоговой оценки двух поставщиков следует из перечня критериев убрать наименее значимый и пересчитать итоговую оценку каждого поставщика. Или наоборот может быть добавлен еще один принципиальный критерий (например, готовность поставщика работать на особых условиях) и проводится оценка с учетом добавленного критерия. Для удобства анализа результаты оценки заносят в специальную таблицу (см. табл. 6.4).

В условном примере, если организация желает оставить двух поставщиков из четырех, выбор следует производить между поставщиками В, С и D. Но при этом оценки поставщиков С и D совпали, что заставляет убрать один из критериев. Таковым на данный момент является седьмой критерий «Возможность автоматизированной приемки», т. к. это не острая потребность организации, а перспективное направление. В этом случае оценка поставщика С составит 65, а поставщика D 64, т.е. предпочтение будет отдано поставщикам В и С.

5. Максимальная точность предложенного метода достигается тогда, когда оценка проводится не единолично, а группой экспертов (3-5 человек). В этом случае оценка по каждому поставщику представляет собой среднее арифметическое из независимых оценок всех экспертов.

Таблица 5.4. Сравнительная оценка поставщиков молочных товаров розничной торговой организации, в баллах

Критерий	Поставщик А	Поставщик В	Поставщик С	Поставщик D
1. Цена товара	8	9	8	7
2. Удаленность поставщиков	6	8	9	9
3. Периодичность поставок	9	6	8	7
4. Качество товара, включая срок хранения	7	10	6	8
5. Широта ассортимента	8	9	9	8
6. Упаковка и фасовка	6	9	8	8
7. Возможность	5	8	6	7

автоматизированной приемки				
8. Период отсрочки платежа	10	8	9	9
9. Уровень рекламы	8	9	8	8
Итого	67	76	71	71

3. Оценка эффективности заключаемых сделок.

Наиболее точно эффективность взаимоотношений торговой организации с поставщиками может быть оценена путем расчета и анализа эффективности заключаемых коммерческих сделок. Для оценки эффективности заключаемых коммерческих сделок могут быть применены показатели эффективности затрат, оборота по закупке и оборота по реализации (см. табл. 5.2). При этом предпочтение следует отдавать рентабельности затрат, т.к. предприятие на этапе заключения сделки, как правило, располагает более точными сведениями о затратах, чем о возможном объеме продажи.

За результат сделки принимается реальная чистая прибыль, представляющая собой разницу между максимально возможным (номинальным) ее размером при сложившихся условиях рынка и утраченным доходом:

$$\text{ЧПр} = \text{ЧП} - \text{УД}, \quad (5.1)$$

где ЧПр - реальная чистая прибыль по сделке;

ЧП – номинальная чистая прибыль по сделке;

УД - утраченный доход по сделке.

Утраченный доход возникает из-за отвлечения собственных оборотных средств и получаемого кредита в процессе нерационального платежного оборота, превышения прогнозируемого периода реализации закупленных товаров, нарушения условий сделки и ряда других причин. Он рассчитывается:

$$\text{УД} = \text{СОС} * (\text{ДП} + \text{ТИ}) + (\text{КР} * \text{КП}) / 100 * \text{п}, \quad (5.2)$$

где СОС – собственные оборотные средства, для финансирования сделки (можно определить как необходимые средства для закупки * долю СОС);

ДП – среднемесячная ставка банковского депозита;

ТИ – среднемесячный темп инфляции;

КР – сумма кредита, используемого по сделке;

КП – месячная банковская ставка по кредиту;

п – период времени между закупкой и реализацией в месяцах.

Торговой организации следует уделить внимание управлению как результатами сделки, так и затратами по ней. Структура затрат может меняться в зависимости от источников поступления товаров, но основу их составляют материальные затраты, расходы на оплату труда и обязательные платежи:

$$\text{ТР} = \text{МЗ} + \text{ФОТ} + \text{ОП}, \quad (5.3)$$

где ТР – текущие расходы по сделке

МЗ - материальные и приравненные к ним затраты по сделке;

ФОТ- расходы на оплату труда;

ОП - обязательные платежи, (налоги, пошлины) по сделке.

Подавляющую часть материальных затрат составляют расходы на транспортировку товара и обслуживание кредита. В значительной степени они закладываются условиями заключения сделок, поэтому им должно уделяться особое внимание. Размер обязательных платежей определяется существующим в Республике Беларусь законодательством и относится к факторам, не зависящим от организации. Поэтому его деятельность должна быть сведена к тому, чтобы путем точной калькуляции, изыскания возможностей альтернативной закупки попытаться снизить негативное влияние их величины на эффект деятельности.

Расчет эффективности сделки следует проводить, прежде всего, по тем из них, где имеется несколько вариантов закупки. Например, в организацию X поступили 3 коммерческих предложения по закупке чая от посреднических структур:

- ООО «Триумфальная арка» - 5 тыс. пачек по цене 4600 руб. за пачку на условиях самовывоза со склада продавца в другом городе при оплате 50% стоимости в течение 7 дней, остаток – в течение 14 дней с даты подписания договора;
- ООО «Вигро» - 4 тыс. пачек по цене 6050 руб., доставка за счет продавца, срок оплаты не позднее 5 дней по факту поставки;
- ЗАО «Масис» - 4 тыс. пачек по цене 5800 руб. на условиях самовывоза со склада в этом же городе с оплатой в течение 10 дней по факту поставки.

Результат расчетов эффективности возможных сделок приведен в таблице 6.5. Как видно из расчетов, сделка с ООО «Триумфальная арка» является наиболее эффективной по всем показателям и обеспечивается за счет низкой закупочной цены, выгодных условий оплаты даже при высокой стоимости доставки. Остальные сделки менее выгодны и могут рассматриваться как резерв.

Оценка эффективности взаимоотношений торговой организации с поставщиками товаров является основой для дальнейшего формирования и планирования товарного обеспечения.

Таблица 5.5. Расчет сравнительной эффективности сделок торговой организации X

Показатели	Варианты сделок		
	ООО «Триумфальная арка»	ООО «Вигро»	ЗАО «Масис»
1. Количество товара, ед.	5000	4000	4000
2. Цена закупки, руб.	4600	6050	5800
3. Цена реализации, руб.	5520	7260	6960
4. Расходы по сделке, тыс. руб.	5707,3	6821,8	5946,2
5. Реальная чистая прибыль, тыс. руб.	733,4	294,7	553,0
6. Рентабельность, в % к:			
- расходам по сделке	12,85	4,32	9,3
- стоимости закупки	3,19	1,22	2,3
- стоимости реализации	2,65	1,01	1,99

5.3. Формирование и планирование товарного обеспечения

Важнейшим условием выполнения плана реализации товаров и формирования необходимого размера товарных запасов является обеспечение поступления товаров в торговую организацию. **Основной целью** планирования поступления товаров и организации закупки товаров в соответствии с этим планом является обеспечение ритмичной поставки товаров на в необходимых объемах и ассортименте. Процесс планирования поступления товаров в торговой организации включает следующие основные этапы:

1. Анализ поступления товаров в организацию в предплановом периоде;
2. Определение планового объема и структуры поступления товаров;
3. Определение планового объема и источников закупки необходимых товаров;
4. Обеспечение ритмичности и оптимизация партий поступления товаров.

5.3.1. *Анализ поступления товаров в организацию в предплановом периоде.* Анализ проводится в тесной увязке с показателями анализа реализации товаров и товарных запасов. Для увязки этих показателей анализ поступления товаров осуществляется в ценах реализации. В процессе проведения анализа изучаются:

а) *динамика общего объема и товарной структуры поступления товаров.* В процессе анализа устанавливаются темпы изменения объема поступления товаров в предплановом периоде в целом по организации и в разрезе отдельных товарных групп в сопоставимых ценах;

б) *обеспеченность предусмотренных объемов реализации и размеров прироста товарных запасов необходимым объемом поступления товаров.* Снижение объемов реализации товаров, предусмотренных в предплановом периоде, при одновременном сокращении размеров товарных запасов свидетельствует, как правило, о недостаточности объемов поступления товаров в организацию;

в) *состав источников поступления товаров в организацию.* В процессе проведения этого анализа устанавливается удельный вес поступления товаров от непосредственных производителей, оптовых торговых организаций, торговых посредников и т.п. Кроме того, определяется удельный вес поставки товаров от местных и иногородних поставщиков, из-за пределов страны;

г) *соответствие объемов фактического поступления товаров объемам, предусмотренным заключенными контрактами.* Для проведения такого анализа используется показатель "коэффициент поставки" (см. табл. 5.2). Он рассчитывается по торговой организации в целом, в разрезе групп товаров, а также в разрезе отдельных поставщиков. При значениях коэффициента ниже единицы выясняют причины невыполнения обязательств (отказ торговой организации от части товаров; форс-мажорные обстоятельства; иные причины);

д) *ритмичность и равномерность поступления товаров по отдельным периодам* (месяцам, декадам, неделям). Такой анализ проводится в сопоставимых ценах в целом по организации и в разрезе отдельных товарных групп. Для анализа используются коэффициент ритмичности поставки, а также показатели среднеквадратического отклонения и коэффициента вариации (алгоритмы их расчета рассмотрены в предыдущих темах). В процессе анализа показатели равномерности поступления товаров сопоставляются с показателями равномерности их реализации по отдельным периодам;

е) *частота поставки товаров в организацию.* Этот показатель оказывает существенное влияние на устойчивость ассортимента товаров, формирование размера товарных запасов, объем затрат торговых организаций по транспортированию и хранению товаров. Такой анализ следует проводить в разрезе групп (а в необходимых случаях и подгрупп) товаров.

Результаты расчетов по методике анализа поступления товаров в торговую организацию приведен в таблицах 6.6, 6.7, 6.8. Как видно, поступление товаров в организацию в отчетном периоде выросло по сравнению с прошлым на 16,5 %. При этом поступление превышало реализацию товаров в среднем на 3,2 %, а товарные ресурсы на 5,5 %. Такая ситуация характерна для всех товарных групп. Ритмичность поступления значительно ниже ритмичности реализации товаров, что связано с направлением деятельности организации (оптовая база) и необходимостью создания сезонных запасов товаров. Среди источников поступления наибольший удельный вес (84,7 %) занимают прямые поставки от производителей внутри республики и отечественных посредников (12,5 %). Прямые поставки от производителей из-за рубежа незначительны (2,8 %), и их доля в отчетном периоде несколько уменьшилась. В целом структура поставок изменилась незначительно в сторону увеличения доли посредников (на 0,9 %).

Таблица 5.6. Источники поступления товаров в торговую организацию, млн. руб.

Источники поступления	Прошлый период		Отчетный период		Отклонение, +/-	Темп изменения, %
	сумма	уд. вес., %	сумма	уд. вес., %		
Получено всего	4016	100,0	4679	100,0	-	116,5
В том числе от:	3434	85,4	3963	84,7	-0,7	115,4
- изготовителей республики						
- посредников	467	11,6	585	12,5	+0,9	125,2
- напрямую из-за пределов республики	115	3,0	131	2,8	-0,2	112,4

Таблица 5.7. Информация об объемах и ассортиментной структуре поступления и реализации товаров торговой организации за отчетный период

Товарные группы	Запасы товаров на начало		Реализация		Запасы товаров на конец		Поступление			
	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	сумма, млн. руб.	уд. вес в итоге, %	В процентах к объему	
									реализации	товарных ресурсов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	$10=8/4 * 100$	$11=8/(2+4-6)*100$
Швейные изделия	341	55,99	2520	55,60	393	55,59	2597	55,50	103,1	105,2
Трикотаж	161	26,44	1192	26,30	186	26,31	1232	26,33	103,4	105,6
Чулочно-носочные изделия	60	9,85	440	9,71	68	9,62	453	9,68	103,0	104,9
Меховые товары	25	4,11	190	4,19	30	4,24	195	4,17	102,6	105,4
Головные уборы	6	0,99	45	0,99	7	0,99	46	0,98	102,2	104,6
Прочие товары	16	2,63	145	3,20	23	3,25	156	3,33	107,6	113,0
Итого	609	100,0	4532	100,0	707	100,0	4679	100,0	103,2	105,5

Таблица 5.8. Ритмичность поступления товаров в торговую организацию, %

Показатель	Фактически за		Изменен ия, +,-	Темп изменения , %
	прошлый год	отчетный год		
Ритмичность поступления товаров:				
по месяцам	100,0	100,0	-	100,0
по декадам	77,4	79,0	+1,6	102,1
Ритмичность реализации товаров	95,8	96,9	+1,1	101,1

Результаты проведенного анализа используются в процессе всех последующих этапов планирования поступления и закупки товаров.

5.3.2. Определение планового объема и структуры поступления товаров в организацию.

Потребность торговой организации в товарах складывается из следующих показателей:

- необходимый объем продаж товаров населению (Тр);
- предполагаемый объем реализации товаров организациям и учреждениям социальной сферы (Тс);
- прирост или снижение товарных запасов в сравнении с установленными нормативами ($\Delta TЗ$);
- потери от уценки товаров (Уц);
- потери в пределах норм естественной убыли (Еуб);
- страховой запас на случай изменения покупательского спроса (Сп).

Исходным моментом процесса формирования товарного обеспечения является определение потребности в товарах. Основными ориентирами при этом являются: рост потребности в товарах, как по общему объему, так и в ассортименте; прогнозируемый рост товарооборота и прибыли и изменение величины товарных запасов.

Основу проведения плановых расчетов составляют ранее обоснованные планы реализации товаров и формирования товарных запасов. Объемы необходимого поступления товаров рассчитываются в разрезе отдельных товарных групп и по организации в целом. План поступления товаров определяют по формуле:

$$\Pi = P + Зк - Зн + В \quad \text{или} \quad \Pi = P \pm \Delta Z + B ,$$

где Π — плановый объем поступления товаров в розничных ценах;

P — плановый объем реализации товаров;

$Зн$ — фактическая сумма товарных запасов на начало планового периода;

$Зк$ — расчетная сумма товарных запасов на конец планового периода;

ΔZ — предусматриваемое изменение (прирост, снижение) суммы товарных запасов в плановом периоде;

B — ожидаемое выбытие товаров в связи с естественной убылью и по прочим причинам (уценка, сезонная распродажа и т.п.).

Пример. По торговой организации на следующий год спрогнозированы показатели: объем реализации 16870 млн. руб., запасы товаров на конец года 1602 млн. руб., выбытие товаров в связи порчей, уценкой в пределах норм по опыту прошлых лет составляет 0,8% от реализации, возможное увеличение спроса 1,5 % от прогнозируемой суммы реализации. Фактические товарные запасы на начало периода составили 1292 млн. руб. План поступления товаров равен: $16870 + 1602 - 1292 + (16870 * 0,8 / 100) + (16870 * 1,5 / 100) = 17568$ млн. руб.

5.3.3. Определение планового объема и источников закупки необходимых товаров. Плановый объем закупки товаров определяется исходя из планового объема поступления товаров в организацию. При этом следует учесть, что объем поступления товаров рассчитывается в розничных ценах, в то время как объем закупки товаров — в ценах их закупки (разница между этими показателями составляет сумму торговых надбавок или доход от реализации товаров). Кроме того, следует учесть, что прирост товарных запасов, предусмотренный в плановом периоде,

также обеспечивается закупкой товаров в закупочных ценах. С учетом этих особенностей плановый объем закупки товаров торговой организацией определяется по формуле:

$$OЗ = П - Др - Нтз ,$$

где OЗ — объем закупки товаров торговой организацией в плановом периоде (в закупочных ценах);

П — плановый объем поступления товаров (в розничных ценах);

Др — планируемая сумма дохода от реализации товаров (сумма торговых надбавок);

Нтз — сумма торговых надбавок на предусматриваемый объем прироста товарных запасов.

Методы определения плановой суммы дохода от реализации товаров рассматриваются в соответствующем разделе. Сумма торговых надбавок на предусматриваемый объем прироста товарных запасов определяется исходя из среднего уровня этих надбавок и планируемой суммы прироста товарных запасов.

Например, в торговой организации план поступления товаров составляет 17568 млн. руб., а средний размер торговой надбавки 18 %, сумма дохода от реализации спрогнозирована в размере 2546 млн. руб., сумма торговых надбавок на прирост товарных запасов 55,8 млн. руб. $((1602-1292) * 18 / 100)$. Исходя из этого, объем закупки составит $17568 - 2546 - 55,8 = 14966,2$ млн. руб.

Расчеты планового объема закупки товаров осуществляются в разрезе отдельных товарных групп и по организации в целом. После расчета суммы закупки следует определить основные источники закупки товаров. В силу изменчивости конъюнктуры рынка обеспечить заранее весь объем закупки товаров на плановый период в большинстве случаев невозможно. Поэтому на данной стадии планирования определяются лишь основные источники закупки товаров с учетом сложившихся хозяйственных связей и необходимости обеспечения повышения эффективности коммерческих сделок. При этом следует использовать рассмотренные ранее методы оценки эффективности взаимодействия торговой организации с поставщиками товаров.

5.3.4. Обеспечение ритмичности и оптимизация партий поступления товаров в организацию. Формирование необходимой ритмичности поступления товаров в торговую организацию представляет собой оптимизационную задачу, решаемую с учетом обеспечения устойчивости ассортимента товаров, запланированных размеров товарных запасов и минимизации текущих затрат на этот процесс. Эта задача решается путем определения оптимального размера партий поступления (поставки) товаров в организацию. В исследованиях по данной проблеме принято определять *оптимальный размер партии поставки по формуле управления запасами, наиболее известной как «формула Уилсона»*:

$$Q_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{(2 C_{\text{зав}} * Q)}{C_{\text{хр}}}},$$

где $Q_{\text{опт}}$ – оптимальный размер партии поставки;

$C_{\text{зав}}$ – расходы по заводу одной партии товаров;

Q – объем поставки товаров по договору;

$C_{\text{хр}}$ – годовые расходы по хранению единицы запаса товара.

По данной формуле обеспечивается минимум совокупных затрат по заводу и хранению товаров. Исходя из этого могут быть рассчитаны остальные оптимальные показатели системы товароснабжения (оптимальное число поставок и оптимальный интервал, формулы в табл. 6.2).

Например, на основе изучения деятельности организации и учета потоварно-групповых расходов выявлено, что расходы по заводу одной партии товара в организацию составляют 2200 тыс. руб., а годовые расходы по хранению 1 млн. руб. товарных запасов 422 тыс. руб. Объем поставки товаров по заключенным договорам составляет 16200 млн. руб.

Тогда оптимальный размер партии поставки составит 411 млн. руб., оптимальное число поставок 39 ($16200 / 411$), а оптимальный интервал 9,2 дня ($360 / 39$).

Чем выше размер партии поставки, тем ниже относительный размер расходов торговой организации по размещению заказа, доставке товаров и их приемке. Однако, высокий размер партии поставки определяет высокий средний размер товарных запасов — так, если поставлять товар один раз в два месяца, то средний размер его запаса составит 30 дней, а если размер партии поставки товара сократить вдвое и осуществлять ее один раз в месяц, то средний размер его запаса составит 15 дней. В последнем случае снизится размер расходов торговой организации по хранению товаров.

Однако необходимо отметить, что использование приведенной модели в практической деятельности торговых организаций ограничено, так как прежде всего необходимо получить информацию о затратах по хранению и завозу товаров, что требует обработки больших массивов упорядоченной информации, которую не всегда можно получить в разрезе отдельных видов и наименований товаров.

В крупных торговых организациях при наличии больших объемов реализации отдельных групп товаров, особенно в случае их поставок от одного поставщика, *оптимизация поставок может быть произведена на основе расчета точки заказа*. Точка заказа характеризует такой размер товарного запаса в организации, снижение которого может привести к нарушению деятельности и требует пополнения. Например, в магазине на основе анализа товарооборачиваемости установлен предельный запас сахара в размере 4,5 млн. руб. при среднедневной реализации 0,3 млн. руб. Минимальный (пороговый) запас по данной группе составляет 3,2 млн. руб., а средний запас – 4 млн. руб. Периодичность пополнения запасов в соответствии с договором поставки, заключенным с ООО «Белбакалея» установлена 10 дней путем кольцевого завоза. Изменение периодичности нерационально, т.к. приведет к удорожанию поставки. При этих данных первая заявка на поставку сахара оформляется через 3 дня ($(4 - 3,2) / 0,3$), когда остаток сахара равен пороговому значению ($4 - 3 * 0,3$). Размер заказа составит $(4,5 - 3,2) + 0,3 * 10 = 4,3$ млн. руб. Этот заказ должен быть реализован через 10 дней. В момент поставки в магазине образуется запас сахара в объеме $4 - 0,3 * (3 + 10) + 4,3 = 4,5$ млн. руб., достаточный для бесперебойной реализации в дальнейшем.

Таким образом, формирование и планирование товарного обеспечения организации основано на анализе условий, результатов поступления товаров и направлено на повышение эффективности взаимодействия торговых организаций с поставщиками товаров.

III. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

Глава 6. Трудовые ресурсы и оплата труда в организациях торговли

6.1 Трудовые ресурсы и регулирование трудовых отношений в современных условиях

Основой и условием жизнедеятельности людей в любом обществе является труд. Труд – это целесообразная деятельность людей, направленная на создание материальных и духовных благ, необходимых для удовлетворения потребностей, как отдельных людей, так и их коллективов и общества в целом. Соответственно, важнейшей производительной силой общества и составной частью его экономического потенциала являются трудовые ресурсы.

Трудовые ресурсы – это население в трудоспособном возрасте, обладающее физическими и духовными способностями, общеобразовательными и профессиональными знаниями и навыками для работы в народном хозяйстве, в отдельных его отраслях и в организациях (предприятиях).

Трудоспособным возрастом считается для мужчин 16-59 лет, для женщин 16-54 года (за исключением неработающих инвалидов труда и войны 1 и 2 групп).

В современной экономике различают два взаимосвязанных понятия трудовой или кадровый потенциал и трудовые ресурсы.

От понятия «трудовые ресурсы» следует отличать понятие «трудовой или кадровый потенциал».

Трудовой потенциал более широкое понятие и характеризуется не только количеством и качеством труда, которым располагает общество (регион, организация) при данном уровне развития науки и техники, но и включает характеристику работника, как личности, члена общества с индивидуальной системой интересов и ценностей (мотивов, ценностных ориентаций в труде, личностных характеристик и др.) Учет индивидуальных интересов личности позволяет оценить максимальные возможности работников по достижению целей развития организации и выполнению намеченных задач.

Можно утверждать, что трудовой (кадровый) потенциал это трудовые ресурсы не только в количественном, но и качественном измерении.

Как известно, в рыночной экономике отношения, связанные с распределением, перераспределением трудовых ресурсов, воспроизводством рабочей силы, подготовкой и переподготовкой квалифицированных специалистов и трудоустройством работников регулируются через рынок труда. На рынке труда формируется спрос и предложение на рабочую силу. Товаром на рынке труда является рабочая сила.

Благодаря функционированию рынка труда обеспечивается согласование экономических интересов наемных работников и работодателей, распределение трудовых ресурсов между отраслями экономики, регионами, субъектами хозяйствования, поддержание определенного равновесия между спросом и предложением рабочей силы, регулирование уровня занятости населения и оплаты труда.

Государственное регулирование рынка труда в Республике Беларусь в условиях перехода к рынку охватывает, прежде всего, систему социальной защиты населения, формирования отраслевой, территориальной и профес-сиональной структуры рабочей силы, перераспределения трудовых ресур-сов, подготовки и переподготовки кадров и др.

Для обеспечения социальных гарантий в области занятости населения создана государственная служба содействия занятости населения. Она решает следующие задачи:

- разрабатывает и осуществляет программы занятости населения, в том числе активного вовлечения в сферу малого и среднего бизнеса;
- анализирует и прогнозирует спрос и предложение на рабочую силу;
- ведет учет свободных рабочих мест и граждан, обращающихся по вопросам трудоустройства, оказывает помощь в подборе подходящей работы;
- разрабатывает мероприятия по стимулированию нанимателей,

- создающих новые рабочие места и обеспечивающих переподготовку и трудоустройство безработных;
- организует профессиональное обучение, переобучение и повышение квалификации обратившихся в службу содействия занятости населения;
 - осуществляет регистрацию безработных и выплату пособий по безработице;
 - запрашивает от всех предприятий и организаций информацию о пред-полагаемых структурных изменениях и высвобождении работников и о числе свободных рабочих мест;

Государство гарантирует трудящимся при потере работы материальную поддержку. Она заключается в предоставлении особых гарантий работникам, высвобождаемым с предприятий, организаций, выплате стипендий в период профессиональной подготовки, повышения квалификации или переподготовки.

Формами государственного регулирования трудовых отношений и оплаты труда в Республике Беларусь являются:

1. На республиканском уровне – генеральное соглашение, заключаемое между Федерацией профсоюзов Республики Беларусь и Советом Министров Республики Беларусь. Оно предусматривает общие принципы согласованного проведения социально-экономической политики в области оплаты труда, занятости и социальной защиты населения.

2. На отраслевом уровне – Отраслевые тарифные соглашения, заключаемые между отраслевыми объединениями профсоюзов и министерствами (ведомствами), объединениями работодателей.

В отраслевых тарифных соглашениях формулируются основные направления социально-экономического развития отрасли, условия труда и его оплаты, социальные гарантии для работников отрасли.

3. На территориальном (местном) уровне заключаются социальные соглашения, предусматривающие условия решения социально-экономических проблем с учетом территориальных особенностей. Эти соглашения заключаются между территориальными объединениями профсоюзов и объединениями работодателей, органами местной и распорядительной власти.

4. На микроуровне трудовые отношения и вопросы оплаты труда регулируются посредством заключения коллективных договоров.

Коллективный договор заключается между работодателем и профсоюзным комитетом, представляющим интересы трудового коллектива. Он предусматривает взаимные обязательства сторон по решению основных вопросов производственно-экономической деятельности торговой организации, нормирования, условий труда и его оплаты, охраны труда и техники безопасности, социального развития коллектива и др.

Трудовой коллектив организации составляют работники, участвующие в его деятельности, на основе трудового договора (контракта, соглашения), за исключением руководителя организации и его заместителей.

Высшим органом трудового коллектива является общее собрание (конференция) работников. Трудовой коллектив обладает широкими полномочиями. Он решает вопросы, связанные с приватизацией и выкупом имущества предприятия, с разработкой и принятием решений по социально-экономическим вопросам деятельности, заключения с администрацией организации коллективного договора, а также принимает решения по другим вопросам самоуправления трудового коллектива, в соответствии с уставом организации.

5. Трудовые отношения между наемным работником и работодателем регулируются посредством трудового договора или контракта (соглашения). Трудовой договор – это соглашение между работником и нанимателем, по которому работник обязуется выполнять работу по определенной профессии, специальности или должности соответствующей квалификации и подчиняться внутреннему трудовому распорядку, а наниматель обязуется

выплачивать работнику заработную плату и обеспечить условия труда, предусмотренные законодательством о труде и коллективным договором.

Правовую основу регулирования трудовых отношений составляют Конституция Республики Беларусь, Трудовой кодекс Республики Беларусь и другие законодательные акты по вопросам труда и заработной платы.

Передача организации из подчинения одного органа другому не прекращает действия трудового договора. При смене собственника имущества организации новый собственник имущества не позднее трех месяцев имеет право расторгнуть трудовой договор с руководителем организации, его заместителем и главным бухгалтером (ст. 36 Трудового кодекса Республики Беларусь).

Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2006-2010 год в качестве основных задач государственной политики в области трудовых отношений и занятости населения предусматривает:

- повышение эффективности использования трудовых ресурсов;
- формирование кадрового потенциала с учетом реальных потребностей производства отраслей экономики;
- обеспечение социальной поддержки временно незанятого населения;

На рынке труда будет реализован комплекс мер по созданию благоприятных условий для обеспечения занятости населения, преодоления дефицита рабочих мест путем повышения инвестиционной активности за счет всех источников, своевременного устранения дисбаланса между профес-сионально-квалифицированным составом кадров и обновляющейся на базе внедрения инновационных технологий структурой рабочих мест.

Торговая отрасль по сравнению с другими отраслями является более трудоемкой, что связано со спецификой торговой деятельности, заключающейся в необходимости удовлетворения индивидуальных запросов населения в товарах и услугах на основе развития разветвленной торговой сети различных форматов.

Динамику численности работников торговой отрасли характеризуют данные таблицы 6.1.

Таблица 6.1. Списочная численность работников, занятых в торговле в среднем за год, тыс. чел.

	2000	2005	2007	2005 в % к 2000	2007 в % к 2005
Всего занято в экономике Республики Беларусь	4441	4349,8	4401,9	98	101,2
в т. ч. в торговле	553	568,5	601,8	102,8	105,9
из них					
в розничной торговле	335,2	379,3	402,8	113,1	106,2
в оптовой торговле	143,9	123,3	128,8	84,5	104,5
в общественном питании					
Удельный вес	73,9	65,9	70,2	89,2	106,5
работников торговли в общей численности занятого населения	12,45	13,1	13,5	-	-

Как видно из таблицы 6.1, в 2007 г. в торговле было занято 601,8 тыс. человек или 13,6% от общей численности занятых в экономике республики, а удельный вес работников торговли повысился по сравнению с 2000 г. на 1,15 процентных пункта.

Стабильный рост численности работников торговой отрасли является результатом осуществления активной политики приватизации государственной собственности в торговле, реализации комплекса мер по развитию пред-принимательства, созданию условий

для развития торговой сети частной формы собственности. Достаточно сказать, что за период 2000-2007 годы, число магазинов увеличилось на 6,5 тыс. единиц, а торговая площадь на 374,5 тыс. кв. м.

6.2 Состав, структура трудовых ресурсов организаций торговли.

Трудовые ресурсы или кадры торговой организации – это численность работников различных профессионально-квалификационных групп, состоящих в списочном составе, и обладающих физическими и духовными способностями, профессиональными знаниями и навыками для работы в организациях, осуществляющих торговую, торгово-производственную, торгово-посредническую и торгово-закупочную деятельность.

Трудовые ресурсы – это главный ресурс организации, от эффективности использования которого зависят конечные результаты работы и конкурентоспособность организации на рынке.

В отличие от других видов ресурсного обеспечения организации наемные работники в любое время могут отказаться от работы в данной организации, если их не удовлетворяют условия, уровень оплаты труда, уволиться по личному желанию, переобучаться другим профессиям, добиваться путем переговоров пересмотра уровня оплаты труда и др. Интересы работников в организациях представляют профсоюзы. Они проводят переговоры с работодателем по всем вопросам, связанным с организацией, нормированием и оплатой труда при заключении коллективных договоров.

На формирование, состав, структуру трудовых ресурсов торговой организации оказывают влияние особенности труда в торговле.

Как известно, работники торговли выполняют двоякого рода функции:

- продолжение и завершение процессов производства в сфере обращения (транспортировка, фасовка, упаковка, хранение товаров и др.);
- смену форм стоимости (купля-продажа, ведение учета и отчетности, обслуживание покупателей, рекламирование товаров, изучение спроса, рынков сбыта и др.).

Несмотря на то, что эти два вида труда являются по своему характеру неоднородными, носят двойственный характер, в реальной торговой деятельности они тесно переплетаются между собой и составляют единую основу для осуществления торгово-технологических процессов в торговой организации и определяют соответствующий состав ее кадров.

В отличие от других отраслей в торговле большой удельный вес занимают затраты живого труда. Эта особенность труда связана, с одной стороны, с характером торговых операций купли-продажи товаров, с другой – высокой долей в составе торговой сети небольших по размеру торговых объектов, в которых ограничены возможности механизации труда.

Работники организаций розничной торговли удовлетворяют индивидуальные запросы населения в предметах потребления. Поэтому многие элементы процесса торгового обслуживания не поддаются механизации, что обуславливает в составе трудовых ресурсов достаточно высокий удельный вес работников, выполняющих функции торгового обслуживания (продавцы, контролеры, кассиры, консультанты и др.). Этой же особенностью обусловлен и высокий удельный вес женщин в составе трудовых ресурсов организации. Он достигает во многих магазинах 76-80%.

На эффективность использования трудовых ресурсов организаций торговли оказывают значительное влияние интенсивность покупательских потоков и колебания спроса в отдельные часы, дни недели и месяцы торговли. В этой связи особенно важное значение имеет рациональная организация труда и установление оптимальных режимов работы магазинов.

Содержание труда работников торговли в современных условиях усложняются под влиянием изменения предметов и объектов труда, внедрения технологических, управленческих, информационных и др. инноваций в организацию торговых процессов.

Состав, структура, движение трудовых ресурсов характеризуется системой количественных и качественных показателей.

Количественными показателями, характеризующими численность трудовых ресурсов или кадров торговой организации являются списочный состав, явочная и среднесписочная численность работников.

В списочный состав включаются все работники, принятые на постоянную, временную или сезонную работу на срок один день и более со дня зачисления их на работу. В списочном составе учитываются как фактически работающие, так и временно неработающие (находящиеся в очередных, дополнительных, учебных отпусках, женщины, находящиеся в отпусках по беременности и родам, в отпусках по уходу за ребенком, не явившиеся на работу по болезни и в связи с выполнением государственных и общественных обязанностей).

Работники, принятые на неполный рабочий день и неполную рабочую неделю, учитываются в составе списочной численности за каждый день как целые единицы, включая нерабочие дни недели, обусловленные при приеме на работу.

В списочный состав не включаются работники, выполняющие работы по заключенным договорам гражданско-правового характера (включая договор подряда), привлеченные для выполнения разовых работ, принятые на работу по совместительству, направленные на учебу в высшие и средние специальные учебные заведения с отрывом от работы, временно направленные на работу на другие предприятия, если за ними не сохраняется заработная плата по месту основной работы и др.

Явочная численность – это количество работников, которые постоянно находятся на рабочих местах при установленном режиме работы организации.

Явочная численность работников определяется по формуле:

$$\text{Яч} = \frac{\text{Сумма явок на работу за месяц}}{\text{Количество рабочих дней в месяце}}$$

Списочная численность работников в среднем за отчетный месяц определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день отчетного месяца, включая праздничные (нерабочие) и выходные дни и деления полученной суммы на число календарных дней отчетного месяца. При этом численность работников за праздничный (нерабочий) или выходной день принимается равной списочной численности работников за предшествующий рабочий день, исключая работников, для которых это был последний день работы.

Среднесписочная численность работников за квартал определяется путем суммирования среднемесячной списочной численности работников за три месяца работы организации и деления полученной суммы на три.

Среднегодовая списочная численность работников исчисляется путем суммирования среднемесячной численности работников за все месяцы отчетного года и деления полученной суммы на 12.

Если организация работала неполный год, то среднегодовая численность работников определяется путем суммирования среднемесячной списочной численности работников за все месяцы работы организации и деления полученной суммы на 12.

Показатель среднесписочной численности работников позволяет более полно охарактеризовать занятость населения, поскольку он включает не только численность фактически работающих, но и временно неработающих по различным причинам (отпуск, болезнь и др.)

Движение трудовых ресурсов характеризуется коэффициентами по приему и увольнению работников, общего оборота рабочей силы, постоянства работников, текучести кадров. Эти коэффициенты рассчитываются по следующим формулам:

$$\text{Коэффициент по приему работников (Кп)} \quad K_p = \frac{\Pi}{\text{СЧР}},$$

где Π – число принятых работников за отчетный период;
 СЧР – среднесписочная численность работников за отчетный период.

$$\text{Коэффициент по увольнению работников (Кв)} \quad K_v = \frac{B}{\text{СЧР}},$$

где B – число выбывших в отчетном периоде работников.

$$\text{Коэффициент соотношения принятых к выбывшим} \quad K_c = \frac{\Pi}{B},$$

$$\text{Коэффициент текучести кадров (Кт)} \quad K_t = \frac{B}{\text{СЧР}},$$

Где B – число работников, уволенных в отчетном периоде по личному желанию и за нарушение трудовой дисциплины.

В организациях, применяющих контрактную форму организации и оплаты труда, коэффициент текучести кадров определяется путем деления численности работников, уволенных только за нарушение трудовой дисциплины (условий контракта) на среднесписочную численность работников.

Пример: Среднесписочная численность работников в отчетном году составила 180 человек, принято 9, выбыло 12, в том числе по личному желанию 6 работников:

коэффициент по приему составил 0,05 (9:180);

коэффициент по увольнению – 0,067 (12:180);

коэффициент соотношения принятых к выбывшим $9:12 = 0,75$

коэффициент текучести кадров 0,933 (6:180);

коэффициент постоянства кадров 0,933 (168:180) или $(1 - 0,067)$.

В соответствии с Единой тарифной сеткой работников Республики Беларусь все работники коммерческих организаций распределены на следующие профессионально-квалифицированные группы:

- рабочие на работах с нормальными условиями труда (продавцы, кассиры, контролеры, контролеры-кассиры и др.)

- технические исполнители: агент по снабжению, экспедитор, оператор диспетчерской службы, калькулятор, счетовод, табельщик и др.

- руководители подразделений административно-хозяйственного обслуживания: заведующие информационным бюро, хозяйством, складом, камерой хранения и др.

- специалисты со средним уровнем квалификации: специалист, специалист II категории, специалист I категории;

- специалисты с высшим уровнем квалификации: специалист, специалист II категории, специалист I категории, ведущий специалист;

- руководители структурных подразделений: начальник (бюро, сектора, групп), начальник отдела, центра, начальник управления (службы), главный специалист;

- руководители производственных структурных подразделений (начальник производства, цеха, участка, мастер, старший мастер);
- руководители организации.

По каждой категории, должности работников установлен соответствующий тарифный разряд и тарифный коэффициент, являющиеся основанием для определения должностных окладов и месячных тарифных ставок.

Характеристика качественного состава трудовых ресурсов организаций торговли может быть дана по различным признакам: по характеру выполняемых функций, по квалификации, образованию, профессиям, по полу и возрасту, по стажу работы, по характеру трудовых отношений (постоянные, временные), по отношению к собственности организации (собственники имущества, наемные). Структуру трудовых ресурсов характеризует удельный вес отдельных категорий и групп работников в общей их численности.

По функциональному составу работники организаций торговли подразделяются на три группы:

аппарат управления и специалисты; торгово-оперативный персонал; вспомогательный персонал.

К первой группе «Аппарат управления и специалисты» относятся работники, выполняющие функции управления и специалисты: директора, заведующие магазинами и филиалами (освобожденные от работы в торговом зале), их заместители, экономисты, бухгалтеры, менеджеры, инспектора отдела кадров и др.

К торгово-оперативному персоналу относятся работники, непосредственно занятые процессом реализации товаров и обслуживанием покупателей: заведующие отделами, секциями магазинов, их заместители, продавцы, кассиры, контролеры, контролеры-кассиры, работники мелкорозничной торговой сети и др.

К вспомогательному персоналу относятся работники, обслуживающие процесс реализации товаров, занятые хранением, перемещением товаров, содержанием материально-технической базы организации (рабочие, уборщики, грузчики, слесари по ремонту и обслуживанию оборудования, лифтеры и др.

Преобладающую часть работников розничных торговых организаций составляет торгово-оперативный персонал.

Отнесение работников к конкретным группам и тарифным разрядам производится на основе квалификационных справочников, содержащих квалификационные характеристики профессий рабочих и квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов и служащих организации торговли и общественного питания.

В соответствии с Постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 28 февраля 2008 г. «О внесении изменений и дополнений в выпуск 51 Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих (ЕТКС) и изменений в общегосударственный классификатор Республики Беларусь» профессии рабочих и должности служащих» (ОКПД) по профессиям «кассир торгового зала», «кассир-контролер (контролер)» и «продавец» взамен квалификационных категорий (Ш, П, I) устанавливаются с 1 сентября 2008 г. квалификационные разряды (с 4-го по 6-й), а также вводится новая профессия «продавец-консультант» 7-го разряда в крупных торговых объектах с торговой площадью свыше 650 квадратных метров.

Индивидуальные предприниматели. Применяющие наемный труд, осуществляющие торговлю в объектах мелкорозничной торговой сети, а также в розничной торговле без наличия торгового объекта (разносная торговля, по образцам, через интернет и т.д.) Тарифицируют продавцов по 4-му разряду.

Профессионально-квалификационная структура кадров зависит от сложившегося на предприятии профессионально-квалификационного разделения труда.

Профессия – это вид трудовой деятельности человека, владеющего комплексом специальных теоретических знаний и практических навыков, приобретенных в результате специальной подготовки или опыта работы.

Специальность – это конкретная область деятельности работника в пределах профессии, имеющая специфические особенности, и требует от работника дополнительных специальных знаний и практических навыков.

Например, профессией является экономист, но областями деятельности могут быть такие участки работы, как плано-аналитическая работа и прогнозирование, нормирование и планирование труда и заработной платы. Финансовое планирование (экономист–финансист или финансовый менеджер).

Работники каждой профессии и специальности имеют различный уровень квалификации, что находит отражение в присваиваемых им тариф-ных разрядах.

Квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов и служащих организаций торговли содержат три раздела. В разделе «Должностные обязанности» перечислены функции, которые могут быть поручены работнику, занимающему данную должность.

В разделе «Должен знать» содержатся основные требования, предъявляемые к работнику в отношении специальных знаний, а также знаний законодательных актов, инструкций и других нормативных материалов и положений, которые работник должен уметь применять при выполнении должностных обязанностей.

В разделе «Квалификационные требования» определены уровень, профиль специальной подготовки работника, необходимые для выполнения возложенных на него обязанностей, и требования к стажу работы.

Квалификационные категории специалистов устанавливаются руководителем предприятия на основе рекомендаций (заключений) квалификационных комиссий, с учетом степени самостоятельности работников при выполнении должностных обязанностей, степени ответственности за правильность принятых решений, инициативного и творческого отношения к работе и др.

Аттестация руководителей и специалистов проводится во всех организациях, независимо от форм собственности, в целях улучшения подбора, расстановки и подготовки кадров, повышения их деловой квалификации, качества и эффективности труда, обеспечения более тесной связи материальных и моральных стимулов с результатами труда.

В условиях развития рыночных отношений успех организации в основном зависит от хорошо подобранного трудового коллектива, от людей, от их умения и желания реализовать стратегические цели организации.

В этой связи проблемы управления кадрами (персоналом) приобретают в современных условиях первостепенное значение.

Как известно, целью развития организаций торговли является обеспечение роста товарооборота на основе более полного удовлетворения спроса населения на товары и получение прибыли, необходимой для расширения деятельности и роста благосостояния работников.

Достижение целей организации зависит от той заинтересованности, которую проявляет каждый работник в процессе своей трудовой деятельности в росте товарооборота и прибыли. Эта заинтересованность проявляется по-разному, в зависимости от того, какую роль выполняет работник в процессе торгово-хозяйственной деятельности. Поэтому важной задачей является согласование интересов всех работников через удовлетворение их потребностей. Необходимость удовлетворения потребности побуждает человека к трудовой деятельности. В этой связи возрастает роль мотивации труда, как фактора активизации человеческого фактора в достижении целей организации.

До недавнего времени во многих организациях первостепенное значение придавалось материальному стимулированию труда. Между тем практика показала, что удовлетворенность работника только материальными условиями труда не всегда решает проблему повышения качества труда и эффективности работы организации. Не меньшее значение имеет соответствие характера и содержания выполняемой работы потребностям

человека, выражающимся в возможности самовыражения, проявления и реализации творческих способностей и инициативы в труде.

Предприниматели (бизнесмены) в развитых странах давно убедились в том, что вложения в человека (расходы на повышение квалификации, на здравоохранение, досуг и отдых за счет фирмы) увеличивают доходы и способствуют повышению конкурентоспособности фирмы. Так, на повышение квалификации своих работников многие фирмы расходуют 2-2,5% средств от фонда заработной платы. Крупные фирмы используют различные формы стимулирования труда талантливых и инициативных людей, материально поощряют конкретные идеи, в зависимости от их полезности, направляя на эти цели 10-25% получаемого экономического эффекта в первый год работы и до 10% в последующие годы.

Руководители организаций, специалисты и менеджеры должны изучать и знать потребности, индивидуальные интересы своих работников, мотивы их поведения и на этой основе эффективно управлять механизмом мотивации труда в целях достижения стратегических целей организации.

Задача состоит в том, чтобы создать на предприятии такие условия, чтобы работники испытывали удовлетворенность трудом, ощущали свою необходимость, имели определенную гарантию в надежности организации, получали от работы не только материальное, но и моральное удовлетворение.

Каждая организация, с учетом факторов, влияющих на мотивацию труда, текущих и перспективных целей развития и зарубежного опыта должна определить наиболее приемлемые для нее формы мотивации труда и разработать соответствующие мероприятия по их реализации. Формами мотивации труда являются:

1. Материальное стимулирование труда. Основным материальным стимулом является заработная плата как основной источник удовлетворения потребностей человека. Правильный выбор эффективных форм и систем оплаты труда, дифференциация условий материального стимулирования с учетом трудового вклада каждого работника в общие результаты работы организации – важнейшие задачи процесса управления мотивацией труда.

Материальные стимулы могут быть длительного и краткосрочного действия. Стимулы длительного действия рассчитаны не только на период трудовой активности, но и «на всю оставшуюся жизнь» (например, прибавка к пенсии). Условия их применения должны быть оговорены в коллективных договорах или трудовых соглашениях. Стимулы краткосрочного действия в форме единовременных поощрений, разовых премий и др. выплат предусматривают дополнительное стимулирование отдельных сторон трудовой активности работника.

2. Трудовые и социальные льготы, предусматриваемые работникам за счет прибыли, остающейся в распоряжении организации (бесплатное или по льготным ценам питание, оплата стоимости проезда на работу, предоставление молодым семьям беспроцентных ссуд на жилищное строительство и хозяйственное обзаведение, приобретение путевок в оздоровительные учреждения и на отдых, единовременные поощрения к юбилейным датам, (создание условий для занятий физкультурой и спортом и др.)

3. Нематериальные льготы (предоставление работникам дополнительных отпусков, установление при необходимости скользящего графика выхода на работу и др.)

4. Мероприятия, обеспечивающие обогащение содержания труда, повышение самостоятельности и ответственности работника, привлечение его к управлению организацией (установление конкретных заданий каждому работнику, оценка его вклада в общие результаты деятельности организации, создание благоприятного психологического климата в коллективе, предоставление возможности для роста и продвижения работника по службе и др.)

5. Программы повышения профессионально-квалификационного уровня и переподготовки кадров и др.

6.3 . Производительность и эффективность труда

От обеспеченности трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят основные экономические показатели торговой деятельности – товарооборот и финансовые результаты работы организации. Поэтому для обеспечения эффективной работы организации необходимо соизмерять через определенную систему показателей как результаты так и затраты живого труда.

Показателями оценки затрат труда в организациях торговли могут быть: среднесписочная численность работников, необходимая для реализации товаров на определенную сумму 1, 10, 100 млн. руб, т.е. затраты труда на единицу товарооборота, количество отработанных человеко-дней (человеко-часов), сумма израсходованного (или планируемого) фонда заработной платы, общая сумма всех затрат на содержание, подготовку, переподготовку, повышение квалификации кадров.

К числу основных показателей оценки результатов труда в организациях торговли можно отнести: объем товарооборота (выпуска продукции), объем оказываемых платных услуг, производительность труда, прибыль, полученную в расчете на одного работника, сокращение уровня расходов на оплату труда, объем выполненных различных хозяйственных операций, связанных с продолжением и завершением процессов производства в сфере обращения (транспортный грузооборот, объем погрузочно-разгрузочных работ, объем расфасованных товаров и др.)

Важнейшим показателем эффективного использования трудовых ресурсов является производительность труда.

Производительность труда, как экономическая категория характеризует плодотворность, результативность труда в процессе целесообразной деятельности также предполагает соизмерение результатов труда с произведенными затратами труда.

В различных отраслях экономики с учетом их специфики используются разные показатели и методы измерения производительности труда.

В торговле, как известно, не создается новых потребительных стоимостей и, так называемой, «продукцией» торговли является товарооборот. Поэтому, показателем производительности труда в розничной торговле является сумма товарооборота, приходящаяся на одного работника в единицу времени (день, месяц, квартал, год), исчисленная путем деления объема розничного товарооборота организации на среднесписочную численность работников. Этот показатель обычно называют выработкой на одного работника. Наряду с показателем выработки производительность труда может быть охарактеризована и показателем трудоемкости.

Трудоемкость – это количество живого труда (чел./дни или чел. /часы), которое необходимо затратить на реализацию единицы товара или на единицу товарооборота (1, 10, 100 млн. руб.) или на производство единицы продукции. Показатель трудоемкости (Тр) определяется по формуле:

$$Тр = \frac{СЧР}{Т} \quad \text{или} \quad \frac{tr}{Пп},$$

Где СЧР - среднесписочная численность работников;

Т – товарооборот;

Пп – объем произведенной продукции (реализованных товаров);

tr – время, затрачиваемое на реализацию товаров или на выполнение работы.

Показатели выработки и трудоемкости являются величинами обратными друг к другу и их можно определить по формулам:

$$Тр = \frac{1}{В}; \quad В = \frac{1}{Тр},$$

Где В – выработка на одного работника.

Кроме того, производительность труда работников торговли может быть охарактеризована путем соизмерения затрат труда с его результатами, выраженными через показатели прибыли и чистой продукции:

$$ПТ = \frac{П}{СЧР} ; \quad ПТ = \frac{ЧП}{СЧР} ,$$

Где ПТ – производительность (результативность) труда;

П – прибыль;

СЧР – среднесписочная численность работников;

ЧП – чистая продукция (вновь созданная стоимость, которая состоит из расходов на заработную плату работников и прибыли).

Измерение производительности труда в розничной торговле в стоимостном выражении связано с тем, что работники магазинов реализуют товары различного ассортимента, неодинаковой трудоемкости и с разным уровнем цен. В этих условиях затруднено использование натуральных показателей производительности труда.

Натуральные показатели применяются для тех категорий работников, которые выполняют однородные виды работ (фасовщики, грузчики) или реализуют одноименные товары простого ассортимента (картофель, овощи, хлеб и хлебобулочные изделия и др.).

Производительность труда при натуральном методе измерения производительности труда (ПТ) определяется по формуле:

$$ПТ = \frac{q}{t} ,$$

Где q - объем реализованных товаров или выполненных работ в натуральном выражении в единицу времени;

t – затраты рабочего времени на выполненный объем работы.

Натуральный метод измерения производительности труда имеет преимущество по сравнению со стоимостным. Он позволяет выразить объем выполненных работ в натуральных единицах и на этой основе использовать методы технического нормирования труда (фотография, хронометраж), для обоснования нормы выработки.

Учитывая, что большинство предприятий реализует универсальный ассортимент товаров, применение натуральных показателей измерения производительности труда в розничной торговле ограничено.

Стоимостному методу измерения производительности труда присущ недостаток, заключающийся в том, что показатель среднего товарооборота на одного работника не отражает изменений в ассортименте реализуемых товаров и в уровне цен на товары. Затраты труда на реализацию различных товаров неодинаковы, поэтому повышение или снижение удельного веса отдельных товаров в общем объеме товарооборота даже при неизменной его величине обуславливает разные затраты труда.

Кроме того, в условиях инфляции показатель выработки на одного работника подвержен сильному влиянию изменения розничных цен на товары. При повышении цен на товары выработка возрастает при неизменных затратах труда на реализацию товаров. Поэтому для определения реальной динамики производительности труда необходимо в процессе анализа исключить влияние изменений в структуре товарооборота и в уровне цен с помощью индексов трудоемкости и цен.

Индекс трудоемкости товарооборота определяется как отношение количества человеко-дней, требуемого для реализации товаров на определенную сумму, например, на 10 или на 100млн. руб., при фактической структуре товарооборота в отчетном периоде к количеству человеко-дней для реализации товаров на ту же сумму при структуре товарооборота по плану или в прошлом периоде. В формализованном виде индекс трудоемкости (I тр) можно представить в следующем виде:

$$I_{тр} = \frac{\Sigma Ч1}{\Sigma Чб}$$

Где Чб – количество необходимых человеко-дней на единицу товарооборота (10 или 100 млн. руб.) в базисном периоде при сложившейся структуре товарооборота;

Ч1 – количество необходимых человеко-дней для реализации товаров на ту же сумму товарооборота в отчетном периоде при том же размере выработки на одного работника в день в базисном периоде.

Поясним методику определения производительности труда в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота на основе данных таблицы 6.2.

Таблица 6.2. Исходные данные для расчета

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Отчетный год в % к прошлому году
Товарооборот в действующих ценах (млн. руб.)	8897	9628	108,2
Среднесписочная численность работников	114	118	103,5
Средний оборот на одного работника в действующих ценах	78	81,6	104,6
Затраты труда на реализацию товаров на 100 млн. руб., штатных единиц (трудоемкость товарооборота)			
Индекс цен на товары	1,22	1,28	1,05
	1,0	1,07	107

Определим индекс трудоемкости товарооборота, разделив затраты труда на реализацию товаров на 100 млн. руб. в отчетном году (1,28 штат. ед.) на затраты труда на реализацию товаров на ту же сумму в прошлом году (1,22 штат. ед.). Индекс трудоемкости будет равен 1,05 (1,28:1,22). Трудоемкость товарооборота повысилась в отчетном году на 5% за счет повышения в общем объеме товарооборота удельного веса более трудоемких товаров.

Производительность труда (средний оборот на одного работника) в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота определяется путем деления среднего оборота одного работника в действующих ценах на индекс цен и умножения результата на индекс трудоемкости. В нашем примере производительность труда в отчетном году в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота составит

81,6

80,1 млн. руб. ($\frac{81,6}{1,07} * 1,05$) и по сравнению с прошлым годом увеличится

на 2,7% ($80,1 : 78 * 100$).

Исключение при расчетах влияния изменений в структуре товарооборота и в уровне розничных цен на производительность труда позволяет в целом правильно оценить динамику производительности труда и увязать объем товарооборота с численностью торговых работников.

Показатель производительности труда нельзя рассматривать изолированно от затрат времени населения на покупку товаров. Он включает две характеристики: количественную – сумма товарооборота на одного работника в единицу времени и качественную – качество торгового обслуживания.

Рост производительности труда сам по себе не является самоцелью, важно обеспечить ее увеличение при одновременном повышении качества торгового обслуживания. Производительность труда как экономический показатель играет важную роль в экономике организации. От уровня производительности труда зависят потребность в кадрах, уровень расходов на оплату труда, товарооборотчиваемость, расходы на реализацию товаров и в конечном счете рентабельность работы. Рост производительности труда является основой роста заработной платы работников и выступает как важнейший фактор стимулирования материальной заинтересованности работников.

Уровень и динамика производительности труда находятся в зависимости от многих факторов, обусловленных организационными, техническими и экономическими условиями развития производства и торговли.

Все факторы, влияющие на производительность труда, можно подразделить на внешние и внутренние (отраслевые) факторы.

Такая классификация факторов важна с точки зрения управления организацией труда персонала и выявления на этой основе резервов роста производительности труда, так как влияние и роль отдельных факторов в механизме управления производительностью труда неодинаковы.

Внешние факторы определяют условия деятельности организации, но не поддаются контролю со стороны организации, хотя и оказывают косвенное влияние на результаты деятельности, в том числе и на уровень затрат труда. К ним относятся:

- уровень развития производства товаров и насыщенности рынка товарной массой;
- изменение численности и состава населения;
- денежные доходы и покупательная способность населения
- уровень и динамика розничных цен на товары;
- уровень инфляции;
- изменение конъюнктуры рынка;
- степень развития конкуренции на рынке и др.

Задача торговых организаций состоит в том, чтобы учесть эти факторы как объективные условия деятельности при разработке планов – прогнозов и стратегии развития.

На внутренние (отраслевые) факторы торговая организация может оказывать активное воздействие, управлять ими и изменять их влияние на производительность труда исходя из поставленной в соответствующем периоде цели и имеющихся возможностей ее достижения.

К внутренним факторам относятся:

- объем и ассортиментная структура розничного товарооборота;
- соответствие ассортимента и качества товара спросу населения;
- состояние материально-технической базы и уровень технической оснащенности;
- организация труда и уровень механизации трудоемких процессов и операций;
- организация торгово-технологического процесса и методы продажи товаров;
- квалификация работников;
- условия труда и текучесть кадров;
- система оплаты и материального стимулирования труда;
- эффективность использования основных фондов и др.

Рост товарооборота на основе увеличения объема производства товаров, расширения их ассортимента и повышения качества, роста денежных доходов населения сопровождается увеличением средней стоимости покупок и ведет к росту товарооборота на одного работника.

Этот фактор оказывает особенно значительное влияние на производительность труда в магазинах с небольшим количеством работников, в которых увеличение товарооборота до определенного уровня не влечет за собой роста численности работников.

Большое влияние на показатель производительности труда оказывает изменение ассортиментной структуры товарооборота, так как трудоемкость реализации отдельных товаров различна.

Несоответствие ассортимента и качества товаров спросу населения приводит к потерям рабочего времени продавцов и уменьшению среднего оборота на одного работника.

Уровень производительности труда зависит от размера и месторасположения магазина. Чем крупнее магазин, тем выше выработка на одного работника за счет более широкого и устойчивого ассортимента товаров, что привлекает большее количество покупателей и позволяет более эффективно использовать рабочее место продавцов.

Особенно важную роль в повышении производительности труда играют факторы, связанные с научно-техническим прогрессом, являющиеся материальной основой роста производительности труда.

Ускорение внедрения достижений научно-технического прогресса влияет на производительность труда, в частности, через такие факторы, как совершенствование материально-технической базы организации. Повышение уровня механизации труда на основе применения современных видов оборудования и техники. Внедрение достижений научно-технического прогресса обеспечивает не только повышение производительности труда, но и сокращение издержек потребления и повышение культуры торговли.

Росту производительности труда способствуют внедрение прогрессивной технологии товародвижения за счет сокращения количества подсобных рабочих и механизации операций по транспортировке, разгрузке и приемке товаров.

Существенное влияние на производительность труда оказывают методы продажи товаров. Так, в магазинах и отделах самообслуживания при правильной организации их работы, затраты времени на покупку в 1,5–2 раза меньше, чем в магазинах с традиционными формами обслуживания, а производительность труда, как правило, на 15–20% выше.

Повышению производительности труда способствуют рост профессионально-квалификационного уровня работников, улучшение условий труда и сокращение текучести кадров. На производительность труда работников торговли оказывают также влияние фондовооруженность труда и эффективность использования основных фондов.

Зависимость производительности труда от фондовооруженности можно выразить, если показатель производительности труда торгово-оперативных работников разложить на следующие сомножители.

$$ПТ = \frac{T}{Чтоп} = \frac{T}{ОФ} * \frac{ОФ}{Чтоп} = Ф_о * Ф_в$$

Где Т – товарооборот;

Чтоп – среднесписочная численность торгово-оперативных работников;

ОФ – основные фонды;

Ф_о – фондоотдача по основным фондам;

Ф_в – фондовооруженность труда.

Производительность труда работников организаций торговли находится в непосредственной зависимости от состояния нормирования труда. Нормирование труда означает установление норм труда на выполнение определенного объема работ в заданных организационно-технических условиях.

В соответствии со статьей 87 Трудового Кодекса Республики Беларусь наниматель обязан устанавливать нормы труда, осуществлять их замену и пересмотр с участием профсоюзов.

Нормами труда являются нормы выработки (в торговле средний товарооборот на одного работника), нормы времени, обслуживания, нормированные задания, нормы численности работников и др. Они должны устанавливаться с учетом достигнутого уровня технической оснащенности, организации труда и торгово-технологических процессов, а для отдельных категорий работников с учетом также физиологических и половозрастных факторов. Для однородных работ могут широко использоваться отраслевые и межотраслевые нормы труда. Например, единые нормы времени на перевозку грузов автомобильным транспортом, типовые нормы обслуживания для отдельных категорий работников (число штатных единиц уборщиков производственных и торговых помещений), нормы времени и расценки для фасовщиков товаров и др.

В условиях инновационного развития торговли особенно важное значение имеет разработка нормативов численности и структуры штатов для различных форматов розничной торговой сети в зависимости от размера торговой площади, объема товарооборота, специализации, режима работы, применяемых технологий продажи и торгового обслуживания, интенсивности покупательских потоков, средней стоимости покупки и др. факторов.

Таким образом, одним из основных путей повышения производительности труда в торговых организациях является максимально возможное расширение сферы нормирования труда, позволяющее обеспечить измерение и оценку трудового вклада каждого работника.

Каждая торговая организация должна управлять производительностью труда с тем, чтобы обеспечить максимально возможный рост ее уровня при существующих экономических условиях и обеспечении высокого качества торгового обслуживания.

Учитывая, что в торговле показатель производительности труда представляет собой сумму товарооборота на одного работника в единицу времени, то возможны следующие варианты повышения производительности труда:

1. Объем товарооборота увеличивается, а затраты труда (численность работников) на единицу товарооборота уменьшаются;
2. Темпы роста товарооборота опережают темпы роста затрат труда (численности работников);
3. Объем товарооборота остается неизменным, а затраты труда уменьшаются;
4. Объем товарооборота увеличивается при неизменных затратах труда;
5. Объем товарооборота уменьшается более медленными темпами, чем затраты труда.

С учетом этих и других возможных вариантов должна быть выбрана управленческая стратегия по обеспечению роста производительности труда.

В первую очередь необходимо определить, как можно увеличить объем товарооборота и при каких условиях (при неизменных затратах или более низких темпах роста затрат труда) и какие внутренние резервы для этого могут быть задействованы.

Важнейшей задачей управления производительностью труда является выявление возможных резервов роста производительности труда и разработка комплекса мероприятий, обеспечивающих их реализацию. Такими мероприятиями могут быть:

- организационные, предусматривающие совершенствование организационной структуры управления организацией, режима работы, внедрение прогрессивных форм организации труда;
- экономические – внедрение эффективных форм материального стимулирования труда, увеличение поощрительных выплат работникам из прибыли, остающейся в распоряжении организации;
- технические – повышение уровня механизации труда, внедрение новой техники, повышение коэффициента использования машин и торгового оборудования;
- технологические – внедрение или расширение торговли прогрессивными методами, совершенствование технологии продажи товаров и товародвижения;

- социальные – создание благоприятного психологического климата в коллективе, улучшение условий труда и быта, сокращение текучести кадров.

Для обобщающей характеристики использования трудовых ресурсов используются показатели эффективности труда.

Понятие «эффективность труда» более широкое, чем производительность и предполагает не только соизмерение полученного экономического эффекта с затратами живого труда, но и оценку социального эффекта.

Социальный эффект выражается в степени удовлетворения спроса населения на товары и качестве торгового обслуживания, в сокращении издержек потребления.

Повышение эффективности труда в розничной торговле означает достижение наилучших результатов в труде, выражающихся в наиболее полном и качественном удовлетворении спроса населения на товары при минимуме затрат труда на единицу товарооборота и издержек потребления.

Эффективность труда характеризуется системой показателей. К ним относятся:

- производительность труда (средний оборот на одного работника в сопоставимых ценах);

- трудоемкость товарооборота (количество работников на единицу товарооборота);

- прибыль на одного работника;

- уровень расходов на оплату труда в процентах к товарообороту;

- удельный вес заработной платы в расходах на реализацию товаров

- сокращение издержек потребления;

- высокое качество торгового обслуживания;

- прирост товарооборота за счет повышения производительности труда;

- коэффициент соотношения темпов роста средней заработной платы и производительности труда;

- оптимальное использование рабочего времени;

- интегральный показатель эффективности использования труда (Iэф), исчисляемый по формуле:

$$I_{\text{эф}} = \sqrt{ПТ * П}$$

где ПТ – средний оборот на одного работника в сопоставимых ценах;

П - прибыль на одного работника.

В системе показателей эффективности труда приоритет принадлежит показателю производительности труда. Уровень и динамика производительности труда в первую очередь определяют эффективность использования трудовых ресурсов и оказывают большое влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности торговой организации через такие показатели как товарооборот и расходы на реализацию товаров.

Расходы на заработную плату составляют более 40-50% всей суммы расходов на реализацию товаров. Поэтому абсолютная и относительная экономия численности работников за счет роста производительности труда, на основе сокращения потерь рабочего времени, внедрения прогрессивных форм торгового обслуживания, механизации трудоемких процессов, улучшения условий труда и осуществления других мероприятий по совершенствованию организации и оплаты труда обеспечивают снижение расходов на заработную плату и соответственно расходов на реализацию товаров. Кроме того, рост производительности труда способствует росту объема товарооборота и ускорению товарооборачиваемости и снижению на этой основе уровня расходов, связанных с оплатой банковского кредита, хранением товарных запасов. С уменьшением расходов прибыль от реализации товаров увеличивается, рентабельность повышается. По результатам анализа показателей эффективности использования трудовых ресурсов должны быть определены резервы и пути улучшения использования трудовых ресурсов и разработаны, как отмечалось,

конкретные организационно-технические экономические и другие мероприятия по использованию выявленных резервов.

6.4 . Заработная плата как основная форма стимулирования труда и принципы ее организации.

Развитие рыночных отношений и осуществление социально-экономических преобразований в экономике страны потребовали новых подходов не только к формированию трудовых отношений, но и к механизму стимулирования труда и организации заработной платы. Важной задачей стало создание эффективного мотивационного механизма трудовой активности персонала, усиление стимулирования труда и управление этим процессом. Основная цель стимулирования труда состоит в том, чтобы обеспечить рост доходов работников и дифференцировать оплату труда с учетом трудового вклада каждого в общие результаты работы коллектива, тем самым повысить заинтересованность работников в высоком качестве труда и конечных результатах работы коллектива.

Процесс управления стимулированием труда включает: правильный выбор форм и систем заработной платы, построение в организациях системы оплаты труда с учетом специфики и особенностей работы, включая в том числе и формы дополнительного стимулирования отдельных аспектов трудовой активности работника, индивидуализация условий материального стимулирования наиболее квалифицированных работников через контракты и обоснованное планирование средств на стимулирование труда.

Механизм стимулирования труда охватывает материальные и моральные стимулы. Формами материального стимулирования являются заработная плата как основной источник доходов населения, премии и другие формы материального поощрения, доходы от собственности, трудовые и социальные льготы. К моральным стимулам можно отнести различные формы морального поощрения, благоприятный микроклимат трудового коллектива и условия труда, возможность профессионального роста и самовыражения и др.

Основной формой материального стимулирования труда является заработная плата.

Заработная плата – вознаграждение за труд, которое наниматель обязан выплатить работнику за выполненную работу в зависимости от ее сложности, количества, качества, условий труда и квалификации работника с учетом фактически отработанного времени, а также за периоды, включаемые в рабочее время (Трудовой кодекс Республики Беларусь, ст. 57)

В условиях инновационного развития экономики усиление роли заработной платы рассматривается как фактор, стимулирующий экономическое развитие, и повышение эффективности экономики.

Эффективность стимулирования труда через заработную плату и другие материальные выплаты зависят от целого ряда факторов, связанных с организацией оплаты труда: уровня оплаты труда и покупательной способности рубля, от правильности выбора форм и систем заработной платы, нормирования труда, от организации надлежащего учета количества и качества затрачиваемого труда, от спроса и предложения на рабочую силу.

Задача состоит в том, чтобы поставить заработную плату каждого работника в прямую зависимость от конкретных результатов труда и обеспечить более полную реализацию воспроизводственной и стимулирующей функций заработной платы.

Соответственно в основе организации заработной платы должны лежать следующие принципы:

- самостоятельность организаций (предприятий) в выборе форм и систем заработной платы и в определении размеров оплаты труда;
- оплата труда на уровне, обеспечивающем воспроизводство рабочей силы соответствующего уровня квалификации, и создание условий для роста индивидуальной заработной платы за счет трудовых усилий работника;
- государственное регулирование минимальной заработной платы;

- дифференциация оплаты труда с учетом сложности, характера и содержания труда у рабочих, технических исполнителей, руководителей и специалистов;
- учет общих условий и режимов труда и отдыха и др. специфических особенностей, характерных для отдельных отраслей экономики;
- равная оплата за равный труд на основе создания необходимых условий для применения равнонапряженных норм труда;
- стимулирование материальной заинтересованности работников в высоких конечных результатах хозяйствования;
- обеспечение роста заработной платы при снижении ее расходов на единицу продукции или товарооборота и повышение гарантированности выплаты за счет результатов деятельности организации;
- соизмерение темпов роста средней заработной платы с темпами роста производительности труда и обеспечение опережающего роста производительности труда;

Организация заработной платы – это широкое понятие. Оно включает тарифную систему, формы и системы оплаты труда, системы надбавок и доплат компенсирующего и стимулирующего характера, систему премирования и нормирования труда.

Различают номинальную и реальную заработную плату. Номинальная заработная плата это определенная сумма денег в принятых денежных единицах, полученная работником за определенный период работы. Реальная заработная плата – это количество материальных благ и услуг, которое может приобрести работник на свою номинальную заработную плату при действующем уровне цен на товары и услуги.

Величина реальной заработной платы определяется путем деления размера номинальной заработной платы на индекс цен на потребительские товары.

Заработок работника складывается из основной заработной платы и дополнительной, так называемой надтарифной части.

Основная заработная плата регулируется тарифной системой и представлена должностными окладами (тарифными ставками), доплатами компенсирующего характера за условия труда. Она является в основном постоянной и учитывает затраты труда в пределах норм, заданий, а также условия труда.

Дополнительная или надтарифная (переменная) часть заработка зависит от конкретного трудового вклада работника в конечные результаты работы коллектива.

К дополнительной заработной плате относятся премии за основные результаты хозяйственной деятельности, единовременные вознаграждения по итогам работы за год, надбавки и доплаты стимулирующего характера за высокое профессиональное мастерство, за выполнение особо важных заданий и др.

Основу организации заработной платы составляет тарифная система.

Тарифная система представляет собой совокупность нормативных материалов, на основе которых обеспечивается дифференциация и регулирование заработной платы рабочих и служащих различных категорий работников в зависимости от сложности, характера, тяжести и условий труда и ответственности за выполнение работ.

Элементами тарифной системы являются:

- тарифно-квалификационные справочники, на основе которых производится тарификация работ и присвоение разрядов работникам. К ним относятся: классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (КПД). Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС), квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов и служащих организаций торговли и общественного питания и др.

- тарифная сетка на основе которой определяются размеры должностных окладов и тарифных ставок исходя из присвоенного работнику тарифного разряда и соответствующего этому разряду тарифного коэффициента;

- тарифная ставка первого разряда;

- система доплат компенсирующего характера, связанная с режимом работы и условиями труда, а также надбавки стимулирующего характера.

Государственные гарантии по оплате труда работников обеспечиваются посредством сочетания методов государственного и договорного регулирования условий оплаты труда. Механизм государственного регулирования оплаты труда включает:

- законодательное установление минимального потребительского бюджета и бюджета прожиточного минимума;
- определение размера минимальной заработной платы;
- установление тарифной ставки первого разряда для работников бюджетных организаций;
- регулирование соотношений в оплате труда различных профессионально - квалификационных групп на основе ЕТС;
- ограничение размеров удержаний из заработной платы, в том числе размеров налогообложения доходов;
- индексацию заработной платы в зависимости от уровня инфляции;
- государственный контроль за своевременностью выплаты заработной платы и ответственность нанимателей за нарушение условий коллективного договора, соглашения по оплате труда.

Государство устанавливает минимальную заработную плату как основу для определения размеров республиканских тарифов оплаты труда, пенсий, стипендий, пособий и др. социальных выплат.

Минимальная заработная плата это государственный минимальный социальный стандарт в области оплаты труда за работу в нормальных условиях при выполнении установленной месячной или часовой нормы труда.

Размер минимальной заработной платы определяет нижний предел оплаты труда, ниже которого недопустимо заключение трудовых соглашений. Уровень государственной гарантии в оплате труда поддерживается путем периодического пересмотра минимальной заработной платы в зависимости от динамики цен на товары и услуги.

Основу республиканской тарифной системы составляет Единая тарифная сетка (ЕТС) работников Республики Беларусь. Она определяет механизм дифференциации и регулирование основной (тарифной) части заработной платы работников и является инструментом тарифного нормирования оплаты труда. ЕТС построена с учетом следующих факторов:

- сложности труда, т.е. квалификации работника в рамках одной профессии или должности;
- содержания и специфики труда рабочих, служащих, руководителей, специалистов, что находит отражение в межпрофессиональной и междолжностной дифференциации;
- общих условий труда, видов деятельности, специфики отдельных отраслей (подотраслей);

Действующая Единая тарифная сетка работников Республики Беларусь представляет собой систему тарифных разрядов и соответствующих каждому разряду тарифных коэффициентов. В ЕТС всего 27 разрядов, в том числе для производственных отраслей 23.

Тарифный разряд характеризует уровень квалификации работника и зависит от сложности выполняемых работ., ответственности и устанавливается на основе требований предусмотренных в соответствующих тарифно-квалификационных справочниках работ.

Тарифные коэффициенты показывают во сколько раз тарифная ставка первого и последующих разрядов выше ставки первого разряда. Нарастание тарифных коэффициентов ЕТС по диапазонам разрядов установлено в следующих размерах: с 1-го по 4-й разряд – 16%;

с 4-го по 6-й разряд – 10%

с 6-го по 27-й - 7%

Тарифные оклады (тарифные ставки) работников определяются путем умножения тарифной ставки первого разряда на тарифный коэффициент, соответствующий данному разряду. Размер тарифной ставки первого разряда коммерческие организации определяют самостоятельно с учетом рентабельности хозяйственной деятельности и финансового состояния в пределах средств на оплату труда. Для бюджетных организаций тарифная ставка первого разряда утверждается правительством республики. Тарифные ставки продавцов, кассиров, контролеров-кассиров (контролеров) при продаже книг, оптики, цветов, технически сложных, продовольственных, химико-москательных и хозяйственных товаров повышаются с 1 сентября 2008 г. на 10 процентов.

Оплата труда работников, нанимателями которых являются коммерческие организации независимо от формы собственности и индивидуальные предприниматели осуществляется в соответствии с порядком предусмотренным в коллективном договоре (соглашении) или нанимателем в зависимости от сложности и условий труда работников, их квалификации на основе Единой тарифной сетки работников Республики Беларусь. Это означает, что размер заработной платы работников коммерческих организаций не может быть менее, чем он предусмотрен Единой тарифной сеткой для работников соответствующей квалификации: т.е. наниматель не вправе устанавливать размеры окладов работников меньше, чем они гарантированы государством. В то же время, заработная плата работников коммерческих организаций максимальными размерами не ограничивается.

Коммерческим организациям предоставлено право повышать тарифную ставку первого разряда при условии роста товарооборота, выпуска продукции в сопоставимых ценах при наличии прибыли и ее росте нарастающим итогом с начала года.

Обязательным условием повышения тарифной ставки первого разряда является отсутствие задолженности по заработной плате и обязательным страховым взносам в фонд социальной защиты населения.

Для государственных коммерческих организаций и хозяйственных обществ с долей собственности государства в их имуществе начиная с 2005 г. утверждается базовый предельный норматив тарифной ставки первого разряда в размере бюджета прожиточного минимума для трудоспособного населения. При этом в затраты по производству и реализации продукции и товаров включаются выплаты по тарифным ставкам и окладам (сдельным расценкам) с учетом выполнения норм труда не более чем на 200%, исчисленным исходя из тарифной ставки первого разряда, не превышающий ее предельного размера. В эти же затраты включаются выплаты стимулирующего и компенсирующего характера и повышение тарифных ставок и окладов в установленных законодательством размерах.

При повышении тарифной ставки первого разряда базовой величиной является тарифная ставка первого разряда, действовавшая в организации по состоянию на 31 декабря предыдущего года.

Оплата труда руководителей государственных организаций и организаций с долей собственности государства в их имуществе также производится на основе Единой тарифной сетки. При этом тарифные разряды и тарифные коэффициенты устанавливаются им с учетом списочной численности работающих, например, при численности работающих от 101 до 300 человек устанавливается тарифный разряд 18, при численности от 601 до 1200 тарифный разряд 20.

Оплата труда руководителя состоит из должностного оклада, надбавки за сложность и напряженность работы, надбавки за непрерывный стаж работы, премии по результатам финансово-хозяйственной деятельности организации, специальных видов премий, вознаграждений по итогам работы за год и других выплат.

Должностные оклады руководителей устанавливаются на основе тарифных коэффициентов и тарифной ставки первого разряда, действующей в организации. Все условия оплаты труда предусматриваются в контракте. Органы, заключающие контракт, имеют право дифференцировать тарифные коэффициенты, предусмотренные для руководителей по определенной группе численности работающих в пределах межразрядной

разницы (до 7 процентов), повышать должностные оклады руководителям, имеющим в своем подчинении дочерние предприятия, филиалы. Увеличение окладов может производиться по итогам работы за квартал, за каждый процентный пункт прироста рентабельности реализованной продукции, товаров.

Конкретные размеры увеличения должностных окладов руководителей определяются органами, заключившими контракт. Максимальный размер увеличения с 1 апреля 2008 г. не может превышать 80% должностного оклада, рассчитанного исходя из тарифного разряда руководителя и тарифной ставки первого разряда, установленной в организации.

Премиирование руководителей, их заместителей и главных специалистов осуществляется по итогам работы за квартал.

При этом 30 процентов начисленной премии резервируется и выплачивается при отсутствии роста убытка от реализации продукции, товаров (работ, услуг) в следующем порядке:

За I и II кварталы - по итогам работы за первое полугодие;

За III и IV кварталы - по итогам работы за год.

В частных коммерческих организациях вышеизложенные основные положения об условиях оплаты труда руководителей могут применяться по решению нанимателя.

Коэффициент соотношения средней заработной платы руководителя организации независимо от формы собственности и средней заработной платы по организации установлен с 1 апреля 2008 г. в размере 4.

Одним из элементов тарифной системы являются надбавки и доплаты к тарифным окладам и ставкам. Их можно рассматривать как временное увеличение тарифной части заработной платы.

Доплаты и надбавки могут быть компенсационными и стимулирующими. Доплаты носят компенсационный характер и устанавливаются за условия и режим труда, в частности за работу в ночное время, в неблагоприятных условиях, за совмещение профессий, за расширение зоны обслуживания или увеличение объема выполняемых работ, за ненормированный рабочий день, выполнение обязанностей временно отсутствующего работника.

Для стимулирования эффективного использования трудовых ресурсов торговые организации могут устанавливать надбавки за высокие достижения в труде, за сложность и напряженность работы, за выполнение особо важных заданий, за профессиональное мастерство, за непрерывный стаж работы и др. Общая сумма средств на выплату надбавок, включаемых в расходы на реализацию товаров, не должна превышать 30% суммы должностных окладов руководителей, специалистов, и других служащих за фактически отработанное время.

6.5. Формы и системы заработной платы

Начисление и выплата заработной платы работникам производится на основе выбранных организацией форм и систем заработной платы.

Формы и системы оплаты труда представляют собой совокупность способов, правил с помощью которых устанавливается зависимость между мерой затраченного работником труда и его оплатой. При выборе форм, систем оплаты труда следует исходить из необходимости обеспечения высокой заинтересованности работников в улучшении торгового обслуживания, росте производительности труда, объема товарооборота, повышении рентабельности хозяйственной деятельности и увеличения на этой основе заработной платы.

Выбор форм и систем заработной платы коммерческие организации осуществляют самостоятельно и предусматривают в коллективном договоре, соглашении (трудовом договоре).

В торговых организациях применяются две основные формы заработной платы: сдельная и повременная. Каждая из этих форм подразделяется на несколько систем, позволяющих учесть особенности организации и условия труда на конкретных участках работы.

Повременная форма заработной платы предусматривает оплату труда исходя из установленных должностных окладов (тарифных ставок) с учетом фактически отработанного времени. При этой форме заработной платы затраты рабочего времени выступают как затраты труда, т.е. работники одной и той же квалификации (тарифного разряда), проработавшие одно и то же время получают одинаковую заработную плату, хотя интенсивность труда у них могла быть разной. Отсюда повременную заработную плату целесообразно применять для оплаты труда тех категорий работников, труд которых сложно нормировать или когда индивидуальная выработка не зависит или мало зависит от самого работника.



Рис. 6.1 Формы и системы заработной платы, применяемые в торговых организациях

Повременная заработная плата подразделяется на две системы: простую повременную и повременно-премиальную. Простая повременная система оплаты труда предусматривает выплату установленного оклада (тарифной ставки) за фактически отработанное время. При повременно-премиальной системе оплаты труда кроме установленного должностного оклада (тарифной ставки) работникам выплачивается премия за конкретные показатели при соблюдении определенных условий. При повременной форме заработной платы особенно важное значение имеет нормирование труда. Важно, чтобы отработанное каждым работником время отражало определенный объем выполненной работником работы. Поэтому для повышения эффективности повременно-премиальной системы оплаты труда необходимо наряду с установлением норм труда, обеспечения рационального режима труда и отдыха, конкретизация и утверждение должностных обязанностей каждой категории работников, организация табельного учета рабочего времени своевременное проведение аттестации работников.

Сдельная заработная плата предусматривает оплату труда за выполнение определенного объема работы, например, за фактический объем реализованных товаров или

выпущенной продукции по установленным сдельным расценкам. Сдельная заработная плата по сравнению с повременной имеет определенные преимущества. Она создает большую заинтересованность в росте товарооборота (выпуска продукции, объема оказываемых услуг), способствует росту производительности труда, позволяет постоянно увеличивать заработок, поскольку размер его зависит от выполнения и перевыполнения индивидуальной или коллективной нормы выработки.

Сдельная заработная плата подразделяется на следующие системы: простая сдельная, сдельно-премиальная, аккордная. Все эти разновидности сдельной заработной платы могут быть индивидуальными и коллективными. При индивидуальной сдельной оплате труда расценки и нормы выработки устанавливаются отдельно для каждого работника, и соответственно ведется индивидуальный учет выполнения норм выработки. Сдельный заработок работника исчисляется путем умножения фактически выполненного объема работы (товарооборота) на индивидуальную расценку. При коллективной (бригадной) сдельной оплате труда устанавливается бригадная расценка путем деления среднемесячного планового товарооборота на сумму должностных окладов работников бригады (отдела, секции магазина). Заработок бригады определяется путем умножения бригадной сдельной расценки на фактическую выработку всей бригады. Он распределяется между всеми членами бригады пропорционально тарифным ставкам или окладам и фактически отработанному времени.

Прямая сдельная оплата труда означает начисление заработной платы по неизменной сдельной расценке за фактически выполненный объем работы. Применяется главным образом в мелкорозничной торговой сети и при оплате труда приемщиков стеклотары. Она широко используется в плодоовощной торговле в период массового поступления сельскохозяйственной продукции. При этом сдельные расценки могут быть установлены за единицу товарооборота (1 млн. руб.) независимо от ассортимента реализуемых товаров или дифференцированно по видам товаров и за натуральные показатели (штуки, кг, т). Сдельно-премиальная система оплаты труда предусматривает выплату наряду с заработной платой по сдельной расценке также премии за выполнение или обеспечение роста соответствующих количественных и качественных показателей в работе. При сдельно-прогрессивной системе оплаты труда заработок в пределах планового объема работ (товарооборота) начисляется по одинарному расценку, а за сверхплановую величину по повышенному расценку. Аккордная оплата – это сдельная разовая оплата труда за весь объем полностью выполненных работ в заранее установленном размере.

В розничной и оптовой торговле применяется в основном повременно-премиальная система оплаты труда. Сдельная заработная плата применяется главным образом в мелкорозничной торговой сети. По сдельным расценкам оплачивается также труд грузчиков и других складских работников оптовых организаций. По сдельным расценкам может оплачиваться труд фасовщиков товаров и работников производства в общественном питании. Применение сдельной заработной платы в стационарной розничной торговой сети с универсальным ассортиментом товаров ограничено, так как это может отрицательно сказаться на качестве торгового обслуживания. Дело в том, что применение сдельной оплаты труда требует установления норм выработки для работников торгового зала исходя из норм времени обслуживания одного покупателя. В этих условиях продавец вряд ли будет заинтересован тратить достаточно времени на консультацию о товаре, его свойствах и т.п.

В современных условиях традиционно сложившее разграничение форм заработной платы на повременную и сдельную утрачивает свое прежнее значение и не в полной мере соответствует предъявляемым требованиям. Каждая из этих форм включает элементы другой, и поэтому нельзя их противопоставлять друг другу. Например, широко применяемая повременно-премиальная система оплаты труда включает элементы сдельной заработной платы. В частности, премия, выплачиваемая работникам, зависит от роста товарооборота в сопоставимых ценах и рентабельности. В свою очередь сдельно-премиальная оплата труда содержит элементы повременной формы заработной платы, что находит отражение в

распределении сдельного заработка между членами коллектива (бригады) пропорционально отработанному работником времени.

В рыночной экономике заработная плата работников может представлять собой просто определенную часть коллективного заработка, зависящего от результатов хозяйственной деятельности организации (предприятия), без разграничения на тарифную и надтарифную части. Об этом свидетельствует опыт применения гибких систем оплаты труда, в частности бестарифной системы способствующей в значительной мере устранению уравниловки в оплате труда работников.

Сущность бестарифной системы оплаты труда применяемой отдельными предприятиями заключается в том, что для каждого работника устанавливается квалификационный уровень, характеризующий результативность его труда. В зависимости от квалификационного уровня, коэффициента трудового участия (КТУ) и фактически отработанного времени определяется доля работника в общем фонде заработной платы организации (структурного подразделения).

Квалификационный уровень работников определяется путем деления фактического заработка за прошедший период на сложившуюся в организации минимальную величину заработной платы за тот же период. Исходя из квалификационного уровня и квалификационных требований к работнику различных профессий все работники распределяются по соответствующим квалификационным группам. Например, руководитель организации, заместители, главные специалисты, руководители структурных подразделений, специалисты 1 категории, специалисты 2 категории, работники массовых профессий и др. для каждой квалификационной группы устанавливается свой квалификационный балл. У неквалификационных рабочих квалификационный балл равен 1,0.

Совет трудового коллектива устанавливает также перечень показателей оценки качества труда работников (КТУ). По результатам учета показателей качества труда определяется (КТУ) каждого работника ежемесячно или один раз в квартал.

Методика расчета заработной платы работника при бестарифной системе оплаты труда следующая:

- определяется количество баллов, заработанных каждым работником путем умножения квалификационного уровня на количество отработанных человеко-часов и на КТУ;
- рассчитывается общее количество баллов, заработанных всеми работниками, путем суммирования баллов по всем квалификационным группам;
- определяется сумма фонда заработной платы, приходящаяся на оплату одного балла (тыс. руб.) путем деления фактической суммы фонда заработной платы на общее количество баллов;
- заработная плата отдельного работника исчисляется путем умножения количества заработанных им баллов на сумму фонда заработной платы, приходящуюся на один балл.

Преимущество бестарифной системы оплаты труда заключается в том, что заработок работников одной и той же квалификации будет разным и зависеть от качества труда (КТУ). Бестарифная система оплаты труда может быть применена в торговых организациях, осуществляющих учет качества труда работников с помощью КТУ.

Представляет определенный практический интерес зарубежный опыт по применению такой гибкой системы оплаты труда, как комиссионная система, при которой размер заработной платы прямо или косвенно зависит от объема реализации товаров. Применяется несколько разновидностей системы комиссионного вознаграждения:

1. система линейного комиссионного вознаграждения, при которой оплата труда производится по твердо фиксированному проценту с оборота;
2. система дегрессионного комиссионного вознаграждения, предусматривающая уменьшение размера комиссионного вознаграждения по мере увеличения объема реализации товаров;

3. система прогрессивного комиссионного вознаграждения, предусматривающая повышение размера комиссионного вознаграждения по мере роста объема оборота;
4. комиссионное вознаграждение, устанавливаемое на базе прибыли. Заработная плата продавца зависит от величины прибыли, полученной от реализации конкретного товара, что стимулирует продажу только высококоротельных товаров;
5. временные специальные виды комиссионного вознаграждения, предусматривающие в целях стимулирования быстрой реализации конкретных товаров, установление более высокого процента комиссионного вознаграждения на определенный срок по конкретному товару.

Учитывая, что каждая из перечисленных систем оплаты труда имеет преимущества и недостатки, западные фирмы применяют в зависимости от хозяйственной ситуации различные комбинации системы комиссионного вознаграждения в сочетании с предоставлением продавцам дополнительных косвенных льгот (оплата отпускных маршрутов, приобретение авиабилетов первого класса и др.).

Применяемые в наших торговых организациях сдельно-премиальная и сдельно-прогрессивная заработная плата являются разновидностями комиссионной системы оплаты труда. Разновидностями бестарифной системы оплаты труда являются также рейтинговая система оплаты труда, оплата на основе экспертной оценки результатов труда, система участия в дополнительно полученной прибыли за счет роста производительности труда, снижения затрат, остаточная система оплаты труда за счет прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия и др. Все эти виды гибких систем оплаты труда предусматривают оплату по конкретным результатам работы коллектива (по нормативу, установленному от объема выполненных работ или товарооборота) и распределение заработка между работниками с учетом индивидуального вклада каждого в общие результаты работы предприятия (организации).

6.6. Система премирования работников организаций торговли

В системе мер по созданию эффективного стимулирующего механизма трудовой активности работников важная роль принадлежит премированию. Премия по своему экономическому содержанию отличается от тарифной части заработной платы тем, что ее размер непосредственно зависит от конечных результатов работы организации, и поэтому не может быть постоянно гарантирован. Через систему премирования стимулируется материальная заинтересованность работников в повышении качества торгового обслуживания, росте производительности труда, сокращении расходов и увеличении прибыли.

Организация эффективной системы премирования в торговых организациях предполагает:

- обеспечение соответствия установленных показателей премирования конкретным задачам, стоящим перед организацией или его структурными подразделениями;
- установление для отдельных категорий работников таких показателей и условий премирования, на которые они могут оказывать прямое воздействие;
- правильный выбор исходной базы премирования, т.е. определение той нормы труда, за выполнение которой необходимо дополнительное стимулирование;
- обеспечение непосредственной зависимости размеров премий от конечных результатов работы трудового коллектива и личного трудового вклада работника.

В торговых организациях применяются следующие виды премирования:

1. премирование за основные результаты хозяйственной деятельности (ежемесячное или ежеквартальное);
2. единовременное вознаграждение по итогам работы за год;
3. единовременное поощрение работников за производственные достижения, выполнение особо важных заданий;
4. премирование за другие достижения в труде;
5. премирование по итогам смотров, конкурсов;
6. специальные системы премирования за сбор и возврат тары, за сбор и сдачу вторичного сырья, макулатуры, металлолома и др.

Источниками средств для премирования являются фонд заработной платы в составе расходов на реализацию товаров и прибыль, остающаяся в распоряжении торговой организации.

Так, из фонда заработной платы, включенного в расходы по реализации товаров, производится выплата премий за основные результаты хозяйственной деятельности, в пределах до 30 % от суммы должностных окладов тарифных ставок. Остальные виды премий, поощрений выплачиваются за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

Торговые организации должны разрабатывать положения о премировании (прилагаются к коллективному договору), в которых предусматриваются показатели, размеры, условия премирования, источники средств для выплаты премий, порядок их начисления.

Положение о премировании разрабатывается в разрезе отдельных категорий работников и должно содержать показатели премирования, характеризующие результаты труда конкретного работника или группы работников.

Показатели премирования (за что производится премирование) должны быть конкретными и понятными каждому работнику, выполнение их должно легко учитываться. В качестве показателей премирования за основные результаты хозяйственной деятельности могут быть:

- выполнение плана прибыли;
- повышение рентабельности;
- рост товарооборота и производительности труда в сопоставимых ценах по сравнению с соответствующим периодом прошлого года.;
- соблюдение доведенных ассортиментных перечней товаров.

Основным условием премирования работников торговых организаций является, как правило, рост товарооборота в сопоставимых ценах, обеспечение рентабельной работы, рост прибыли нарастающим итогом с начала года.

Некоторые торговые организации в положениях о премировании предусматривают перечень дополнительных показателей, за которые размер премий, начисленный работникам, повышается или снижается. При наличии грубых нарушений правил торговли, жалоб покупателей, отсутствии в продаже социально-значимых товаров первой необходимости премии не должны выплачиваться. Единовременное вознаграждение по итогам работы за год выплачивается работникам в зависимости от стажа их работы и размера среднемесячной заработной платы. При стаже работы менее одного года вознаграждение по итогам работы за год не выплачивается. Другие виды премий (по итогам смотров, конкурсов, за производственные достижения, поощрения к юбилеям, праздникам и др.) носят, как правило, разовый характер и устанавливаются в пределах выделенных средств на эти цели.

Кроме того, за счет прибыли, остающейся в распоряжении торговой организации, производятся выплаты социального характера. К ним относятся:

- оплата полностью или частично стоимости питания работников;
- средства на возмещение расходов работников по оплате квартирной платы, коммунальных услуг, найму жилья;
- оплата путевок работникам на лечение. Отдых, экскурсии, путешествия;

- оплата стоимости проездных билетов, приобретенных для личного пользования работников;
- оплата абонементов в группы здоровья, занятия в секциях, клубах, стоимости подписки на газеты и журналы.

В практике зарубежных фирм, как правило, не практикуется применение множества систем текущего премирования. Приоритет отдается обеспечению стабильного уровня заработков на повременной основе с одновременным установлением напряженных заданий работникам и премированию по итогам работы за год из прибыли за трудовые достижения.

Система участия работников в прибыли зарубежных фирм (компаний) получила широкое распространение. Она применяется в различных вариантах. Так, отдельные компании практикуют распределение между работниками и компанией дополнительной прибыли, полученной за счет роста производительности труда или снижения доли заработной платы в стоимости реализованной продукции и экономии средств на оплату труда. Используются также, например, на фирмах в США «планы гибких социальных льгот и выплат», предусматривающие предоставление работникам ряда льгот (медицинское обслуживание и дополнительное пенсионное страхование, страхование от несчастных случаев, оплата отдыха, помощь в повышении уровня образования и др.). Французские предприниматели для стимулирования заинтересованности работников в повышении эффективности работы практикуют продажу акций им по номинальной стоимости.

Отдельные организации нашей страны для поощрения своих работников начали открывать им личные счета за счет чистой прибыли, выдавать бесплатно или продавать по льготной цене акции, что заинтересовывает их в перспективах развития организации. По мере укрепления финансового состояния торговых организаций роль таких видов поощрений работников, будет возрастать и тем самым способствовать повышению эффективности работы организации.

6.7. Состав фонда заработной платы

Фонд заработной платы представляет собой сумму всех расходов организации на оплату труда как в денежной, так и в натуральной формах независимо от источников финансирования выплат. Источниками средств для выплаты заработной платы являются:

1. средства на оплату труда, включаемые в расходы на реализацию товаров по статье «Расходы на заработную плату»;
2. прибыль, остающаяся в распоряжении организации после уплаты налогов, и направляемая на личное потребление работников в виде поощрительных выплат социального характера.

В состав фонда заработной платы по видам выплат включаются:

- заработная плата за выполненную работу и отработанное время;
- поощрительные выплаты;
- выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда;
- оплата за неотработанное время;
- отдельные виды выплат социального характера.

Основным видом выплат из фонда заработной платы является заработная плата за выполненную работу и отработанное время. Она включает следующие виды выплат:

- заработная плата, начисленная по тарифным ставкам, окладам и сдельным расценкам;
- суммы индексации заработной платы в связи с повышением цен на товары и услуги;
- стоимость продукции, выдаваемой в порядке натуральной оплаты;

- доплаты за совмещение профессий, расширение зоны обслуживания, увеличение объема выполненных работ, выполнение обязанностей отсутствующего работника, за руководство бригадой;
- заработная плата работников, не состоящих в списочном составе организации (за выполнение работы по совместительству или по договорам подряда);
- заработная плата учащихся и студентов учебных заведений, проходящих производственную практику в организации;
- выплата разницы в окладах работникам, трудоустроенным из других организаций с сохранением в течение определенного срока размеров должностного оклада по предыдущему месту работы, а также при временном замещении;
- выплата разницы между прежним заработком и заработком на новой работе в случае перевода работника на нижеоплачиваемую работу в связи с производственной травмой либо профессиональным заболеванием (в течение не менее двух недель).

Состав поощрительных выплат и выплат компенсирующего характера приведен на рисунках 6.1 и 6.2.

Оплата за неотработанное время включает:

- оплату ежегодных основных и дополнительных отпусков, предоставляемых в соответствии с законодательством;
- оплату дополнительно предоставленных по коллективному договору отпусков работникам;
- оплату рабочего времени работников, привлекаемых к выполнению государственных или общественных обязанностей;
- заработную плату, сохраняемую по месту основной работы за работниками, привлекаемыми на сельскохозяйственные работы и другие работы;
- заработную плату за период обучения работников, направляемых на подготовку, переподготовку, обучение вторым (смежным) профессиям и повышение квалификации;
- оплату учебных отпусков, предоставляемых работникам, обучающимся в учебных заведениях;
- оплату за время вынужденного прогула;
- оплату простоев не по вине работника;
- другие виды выплат.

Перечень отдельных видов выплат социального характера, включаемых в состав фонда заработной платы, показан на рисунке 6.4.

В организациях всех отраслей экономики, в том числе и торговли, осуществляются прочие выплаты, не учитываемые в составе фонда заработной платы. К ним относятся:

- выходное пособие, выплачиваемое работникам в связи с сокращением штатов или реорганизацией предприятия;
- надбавка к пенсиям единовременные пособия (помощь работникам, уходящим на пенсию);
- пособия, выплачиваемые женщинам, находящимся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им определенного законодательством возраста;



Рисунок 6.2 Состав поощрительных выплат

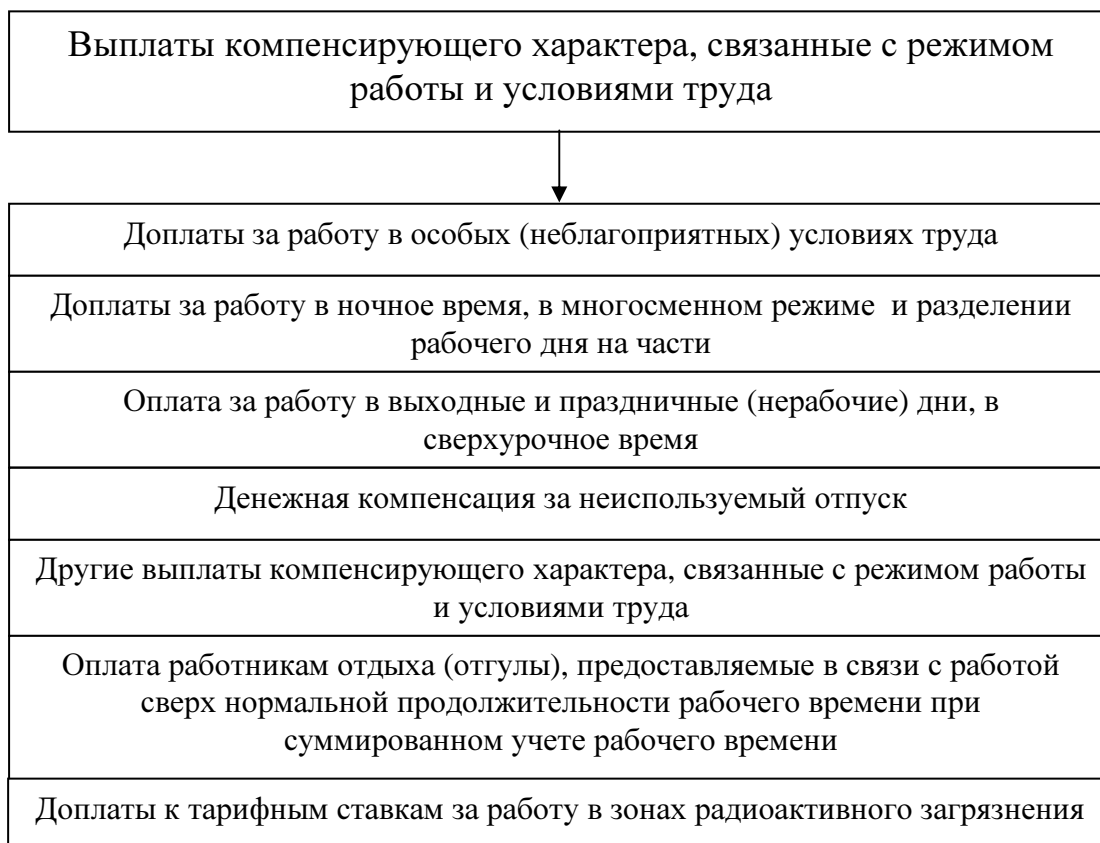


Рисунок 6.3 Виды выплат компенсирующего характера из фонда заработной платы

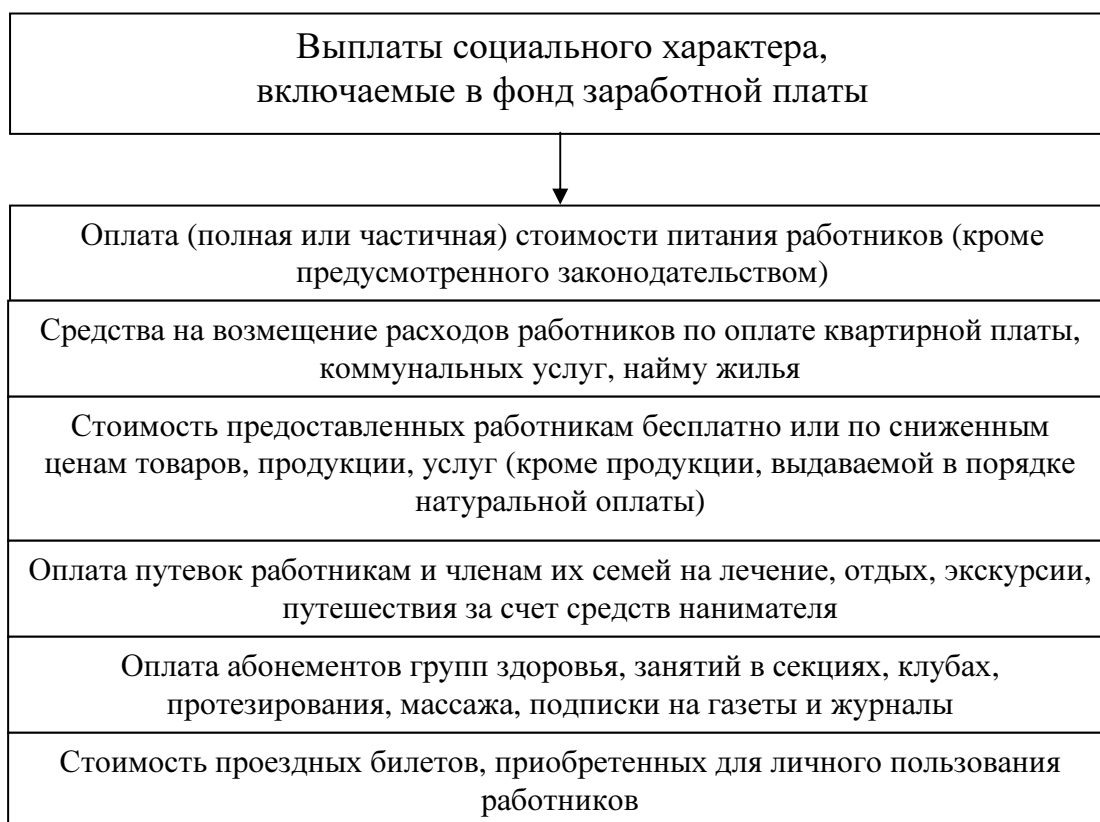


Рисунок 6.4 Отдельные виды выплат социального характера из фонда заработной платы

- материальная помощь, оказываемая родителям при рождении ребенка;
- командировочные расходы, включая суточные;

- стоимость выданной спецодежды, спецобуви, мыла и других моющих средств, молока и лечебно-профилактического питания;
- расходы, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров (кроме расходов на заработную плату);
- расходы на проведение культурно-просветительских и оздоровительных мероприятий;
- пособия по социальному страхованию;
- пособия, связанные с временной потерей трудоспособности;
- материальная помощь и другие выплаты, предоставляемые лицам, не работающим в данной организации;
- материальная помощь, предоставляемая отдельным работникам по семейным обстоятельствам и в связи со стихийными бедствиями;
- материальная помощь работникам на строительство жилья, его приобретение, на погашение кредита, предоставленного на жилищное строительство;
- расходы на погашение ссуд, выданных работникам на приобретение садовых домиков и обзаведение домашним хозяйством;
- выплаты по итогам республиканского соревнования;
- доходы по акциям и другие доходы от участия работников в собственности организации (дивиденды, проценты, выплаты по долевым паям и т.д.);
- другие выплаты.

При планировании расходов на оплату труда, включаемых в расходы на реализацию товаров, необходимо руководствоваться «Основными положениями по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг)». Согласно этим положениям к расходам на оплату труда в составе расходов на реализацию товаров включаются выплаты заработной платы, показанные на рисунке 6.5.

В расходы на реализацию товаров не включаются следующие виды выплат в денежной и натуральной форме:

- премии, выплачиваемые за счет чистой прибыли и целевых поступлений;
- вознаграждения по итогам работы за год;
- единовременная материальная помощь, оказываемая всем или большинству работников;
- оплата дополнительно предоставляемых по коллективному договору отпусков работникам;
- надбавки к пенсиям, единовременные пособия, уходящим на пенсию ветеранам труда;
- доходы (дивиденды, проценты), выплачиваемые работникам по акциям и вкладам;
- оплата проезда к месту работы транспортом общественного пользования;
- другие выплаты социального характера.



Рисунок 6.5. Состав расходов на оплату труда, включаемых в расходы на реализацию товаров

Средняя заработная плата одного работника в торговых организациях определяется по формуле:

$$Z_{cp} = \frac{\Phi ЗПн}{СЧР}$$

где Z_{cp} – средняя заработная плата на одного работника;

$\Phi ЗПн$ – сумма начисленного фонда заработной платы без заработной платы работников, не состоящих в штате организации и принятых на работу по совместительству и работающих по договорам подряда;

$СЧР$ – среднесписочная численность работников.

6.8 План по труду и заработной плате, его содержание и исходные предпосылки для составления

Составной частью плана экономического и социального развития торговой организации является план по труду и заработной плате. В нем предусматривается потребность в кадрах для выполнения прогнозных объемов товарооборота, выпуска продукции, работ и услуг, расходы на заработную плату, расчетные задания по производительности труда, соответственно план содержит следующие показатели:

- среднесписочная численность работников;
- средний оборот на одного работника (производительность труда);
- фонд заработной платы (в сумме и процентах к товарообороту);
- средняя заработная плата на одного работника.

Все эти показатели находятся во взаимосвязи между собой и с товарооборотом. Эта взаимосвязь в формализованном виде может быть представлена следующими формулами:

$$T = ПТ * СЧР; ПТ = T : СЧР; СЧР = T : ПТ; ЗС = ФЗП : СЧР;$$
$$Ур = ФЗП : T * 100$$

где $ПТ$ – производительность труда (средний оборот на одного работника);

$СЧР$ – среднесписочная численность работников;

T – товарооборот;

$ФЗП$ – фонд заработной платы;

$ЗС$ – средняя заработная плата на одного работника;

$Ур$ – уровень расходов на оплату труда в процентах к товарообороту.

Как видно из приведенных формул, соотношения между товарооборотом и производительностью труда, фондом заработной платы и средней заработной платой определяются численностью работников.

Соотношения фактических и базисных показателей по труду считаются обоснованными, когда:

$$I_{нт} > I_{зс} > I_{т} > I_{фзп} > I_{счр},$$

где $I_{нт}$ – индекс соотношения фактических и базисных показателей;

$I_{зс}$ – индекс средней заработной платы;

$I_{т}$ – индекс товарооборота;

$I_{фзп}$ – индекс фонда заработной платы;

$I_{счр}$ – индекс среднесписочной численности работников.

Все показатели плана по труду определяются каждой торговой организацией самостоятельно с учетом условий работы, расширения деятельности, реализации конкретных инвестиционных проектов и других факторов.

Основными задачами планирования показателей по труду является обеспечение опережающего темпа роста производительности труда по сравнению с темпом роста средней заработной платы и снижением на этой основе уровня расходов на оплату труда при одновременном повышении качества торгового обслуживания.

Исходными предпосылками для разработки плана по труду служат:

- прогнозируемые объемы хозяйственной деятельности (объем товарооборота, выпуска продукции, грузооборота и др.);
- план развития материально-технической базы организации (ввод в действие новой торговой сети, изменение режима работы, товарной специализации действующих магазинов, отдельных структурных подразделений, внедрение прогрессивных технологий продажи и торгового обслуживания и др.);
- план мероприятий по внедрению научной организации труда;
- трудовой кодекс Республики Беларусь и другие нормативные документы по вопросам труда и заработной платы;

- анализ и оценка показателей по труду и заработной плате за текущий и отчетный годы.

6.9. Анализ показателей по труду и заработной плате

Прежде чем составить план по труду и заработной плате на планируемый период, необходимо произвести анализ показателей за текущий (отчетный) период и дать оценку влияния их на товарооборот и конечные результаты хозяйственной деятельности – прибыль и рентабельность. Основными источниками информации для анализа являются данные статистической отчетности.

1. «Отчет по труду и движению рабочей силы». Форма № 1-труд (месячная) составляется всеми юридическими лицами независимо от формы собственности ежемесячно с нарастающим итогом с начала года за отчетный месяц и за соответствующий период прошлого года.

В отчете предусматриваются среднесписочная численность работников (без совместителей и работающих по договорам подряда), фонд заработной платы, среднемесячная заработная плата, количество отработанных человеко-часов, численность и движение работников (число принятых, уволенных работников, количество работников списочного состава на конец отчетного периода, а также численность, фонд заработной платы и отработанное время отдельных категорий работников (заполняется за первый квартал и первое полугодие, 9 месяцев)).

2. «Отчет об использовании календарного фонда времени». Форма № 4-труд, полугодовая отчетность. Предусматривает количество явок и неявок на работу (человеко-дней), в том числе отработанное время, выходных и праздничных дней, потери рабочего времени всего, в том числе по причинам, число отработанных человеко-часов, а также прогулы и другие нарушения трудовой дисциплины.

3. Отчет по труду – форма № 1. Годовая отчетность и предусматривает среднесписочную численность работников всего, в том числе по видам деятельности, фонд заработной платы списочного и не списочного состава и состав израсходованного фонда заработной платы по видам выплат, а также прочие выплаты и расходы, не учитываемые в составе фонда заработной платы.

4. Отчет форма №6-Т (кадры) годовая отчетность. «Отчет о численности, составе и профессиональном обучении кадров» предусматривает численность и состав кадров по образованию, возрасту в разрезе категорий работников, распределение численности служащих по занимаемым должностям на конец года и формы профессионального обучения работников за год.

Анализ показателей по труду производится в определенной последовательности: анализ численности работников. Производительности труда и анализ фонда заработной платы.

В процессе анализа численности работников за текущий (отчетный) период устанавливаются:

- отклонение ожидаемой или фактической среднесписочной численности от предусмотренной в плане, причины, вызвавшие эти отклонения;
- динамика численности работников в сравнении с динамикой товарооборота;
- движение и текучесть рабочей силы;
- изменения в функциональном и профессионально-квалификационном составе;
- влияние на изменение численности работников, внедрение мероприятий по механизации трудоемких процессов, рационализации рабочих мест, улучшению условий труда сокращению потерь рабочего времени;
- использование календарного фонда времени;
- влияние изменений численности и функционального состава работников, производительности труда, использования календарного времени на товарооборот организации.

Используя данные статистических отчетов форма № 1 и форма № 6-Т, целесообразно произвести изучение и анализ численности работников в следующей последовательности:

1. оценка выполнения плана по численности работников и анализ динамики функционального состава кадров;
2. характеристика показателей движения рабочей силы;
3. анализ состава работников по уровню образования и возрасту;
4. анализ профессионально-квалификационного состава работников;
5. характеристика распределения служащих по профессиональным группам.

Примерная схема анализа показана в таблицах 6. 3 - 6. 8.

Таблица 6.3. Численность и функциональный состав работников розничной торговой организации

Показатели	Прошлый год		Отчетный год							
	кол-во. чел.	уд. вес, %	план		фактич.		отклонение от			
			кол-во. чел.	уд. вес, %	кол-во. чел.	уд. вес, %	плана		прошлого года	
							кол-во. чел.	уд. вес, %	кол-во. чел.	уд. вес, %
Среднесписочная численность работников, всего	114	100	116	100	118	100	+2	-	+4	-
в том числе:										
аппарат управления и специалисты	14	12,2	14	12,0	14	11,9	-	-0,1	-	-0,3
торгово-оперативный персонал	82	71,9	84	72,5	86	72,9	2	0,4	4	0,1
вспомогательный персонал	18	15,9	18	15,5	18	15,2	-	-0,3	-	-0,7

Как видно из таблицы 6.3., среднесписочная численность работников в отчетном году увеличилась за счет торгово-оперативного персонала по сравнению с планом на 2 и по сравнению с прошлым годом на 4 человека или на 3,5 %. Численность аппарата управления осталась неизменной, а количество торгово-оперативных работников увеличилось на 4 человека. Удельный вес торгово-оперативного персонала повысился на 1,0 процентных пункта, что способствовало росту средней выработки на родного работника в целом по торговой организации.

Изучая функциональный состав работников организации, следует определить:

а) влияние изменения удельного веса административно-управленческого персонала на средний оборот на одного работника, используя формулу:

$$\Delta CO = \frac{(V_{\text{аун.о}} - V_{\text{аун.б}}) * 100}{100 - U_{\text{аун.б}}}$$

где ΔCO - изменение среднего оборота на одного работника в связи со снижением удельного веса административного персонала в общей численности, %;

$V_{\text{аун.о}}$ и $V_{\text{аун.б}}$ - удельный вес административно-управленческого персонала в общей численности работников в отчетном и базисном периодах.

Снижение удельного веса административно-управленческого персонала на 1,0 процентных пункта обеспечило повышение среднего оборота на одного работника в отчетном году на 0,34 %

$$\Delta CO = \frac{(11,9 - 12,2) * 100}{100 - 12,2}$$

В процессе анализа численности работников необходимо сравнить темпы изменения численности работников с темпами развития товарооборота.

Товарооборот в действующих ценах в рассматриваемой организации увеличится по сравнению с прошлым годом на 8,2 % при росте общей численности работников на 3,5 %. Средний оборот на одного работника увеличится на 4,6 %. Таким образом, между показателями товарооборота, численности работников и производительности труда сложились оптимальные соотношения.

Движение рабочей силы в организации характеризуется показателями таблицы 6.4.

Таблица 6.4. Показатели движения рабочей силы

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменение (+/-)
Среднесписочная численность работников, чел.	114	118	+4
Принято работников, чел.	12	14	+2
Уволено работников, чел.	8	12	+4
в том числе:			
за нарушение трудовой дисциплины			
правил торговли, чел.	1	2	+1
по личному желанию, чел.	5	7	+2
Коэффициент оборота по принятым работникам	0,1	0,1	-
Коэффициент оборота по выбывшим работникам	0,07	0,11	+0,04
Коэффициент общего оборота рабочей силы	0,17	0,12	+0,05
Коэффициент текучести кадров	0,05	0,07	+0,02

В отчетном году увеличилось количество работников, уволенных по личному желанию и за нарушение трудовой дисциплины, что привело к увеличению коэффициента текучести кадров на 0,02. как уже отмечалось, текучесть кадров ведет к снижению производительности труда.

Далее необходимо охарактеризовать состав кадров организации по уровню образования и стажу работы.

Таблица 6.5. Характеристика состава кадров по уровню образования

Показатели	Списочная численность работников, чел.				в том числе							
	на начало года		на конец года		служащие, чел.						рабочие, чел.	
	кол-во	уд. вес, %	кол-во	уд. вес, %	все		из них				на нач. года	на кон. года
					на нач. года	на кон. года	рук-ли и спец-ты		др. служащие			
				на нач. года	на кон. года	на нач. года	на кон. года	на нач. года	на кон. года			
Всего работников	116	100	118	100	22	22	14	17	8	8	94	96
имеют образование:	17	14,7	18	15,3	17	18	12	12	5	6	-	-
	31	26,7	34	28,8	5	4	-	-	5	4	26	30

высшее	62	53,4	60	50,8	-	-	-	-	-	-	62	60
средне специальное	6	5,2	6	5,1	-	-	-	-	-	-	6	6
среднее неполное среднее												

На основе показателей таблицы можно сделать следующие выводы. В списочном составе работников на конец отчетного года удельный вес служащих составил 18,6 %, рабочих (работников массовых профессий) – 81,4 % и снизился по сравнению с данными на начало года на 0,4 %. В отчетном году повысился профессионально-образовательный уровень работников организации. Это выразилось в росте удельного веса работников на 2,1 процентных пункта, что должно способствовать улучшению результатов торговой деятельности.

Таблица 6.6. Характеристика состава кадров по возрасту

Возрастные группы	Списочная численность работников на конец отчетного года, чел.		в том числе			
	кол-во	уд.вес, %	служащие		рабочие	
			кол-во	уд. вес в общей численности служащих, %	кол-во	уд. вес в общей численности служащих, %
Всего работников	118	100	22	100	96	100
в том числе имеют возраст:						
до 16 лет	-	-	-	-	-	-
16-24 года	16	13,5	-	-	16	16,7
25-29 лет	19	16,1	2	9,1	17	17,6
30-39 лет	31	26,3	7	31,8	24	25,0
40-49 лет	31	26,3	13	59,1	18	18,8
50-54 года	9	7,6	-	-	9	9,4
55 лет и старше	12	10,2	-	-	12	12,5

Как видно из таблицы 6.6, возрастной состав кадров в целом является оптимальным. Работники по возрасту до 39 лет составляют 55,9 % в общей списочной численности. Среди служащих эта возрастная группа составляет 40,9, среди работников массовых профессий (рабочих) – 59,3 %.

В составе служащих преобладают работники, имеющие возраст от 40 до 49 лет, обладающие достаточным опытом практической работы, имеющие высшее образование по специальности.

Следующим этапом анализа является изучение изменений в профессионально-квалификационном составе работников. В качестве примера произведем анализ по группе торгово-оперативных работников. Аналогичный анализ необходимо сделать и по другим категориям работников.

Данные таблицы 6.7. свидетельствуют о некотором улучшении профессионально-квалификационного состава торгово-оперативного персонала. Так, удельный вес продавцов повысился в общей численности торгово-оперативных работников на 0,6 процентных пункта, и составило в отчетном году 64 %. Возрос квалификационный уровень

контроллеров-кассиров. В профессионально-квалификационном составе продавцов существенных изменений не произошло.

Таблица 6.7. Анализ профессионально-квалификационного состава
торгово-оперативного персонала

Профессионально-квалификационный состав работников	Прошлый год			Отчетный год			Изменение уд. вес	
	всего работников, чел.	удельный вес, %		всего работников, чел.	удельный вес, %		в общ. числ-ти торгово-операт. персонала	в числ. квал. групп
		в общ. числ-ти торгово-операт. персонала	в числ. квал. группы		в общ. числ-ти торгово-операт. персонала	в числ. квал. группы		
Торгово-оперативный персонал, всего	82	100	-	86	100	-	-	-
в том числе: заведующие, зам. Заведующих отделами (секциями);	8	9,8	-	8	9,3	-	-0,5	-
продавцы, всего	52	63,4	100	55	64,0	100	+0,6	-
из них:								
продавцы 6 разряда.	20	24,3	38,5	21	24,4	38,2	0,1	-0,3
продавцы 5разряда.	18	22,0	34,6	19	22,0	34,5	-	-0,1
продавцы 4 разряда	14	17,0	26,9	15	17,6	27,3	+0,6	+0,4
контралеры-кассиры, всего	12	14,6	100	13	15,1	100	+0,5	-
из них:								
контроллеры-кассиры 6 разряда	6	7,3	50	7	8,1	53,8	+0,7	+3,8
контроллеры-кассиры 5 разряда.	6	7,3	50	6	7,0	46,2	-0,3	-3,8
кассиры, всего	2	2,4	100	2	2,3	100	-0,1	-
их них:								
кассир 5 разряда.	1	1,2	50	1	1,15	50	-0,015	-
кассир 4 разряда	1	1,2	50	1	1,15	50	-0,015	-*

Изменения функционального и профессионально-квалификационного состава работников влияют на размер средней заработной платы, поэтому результаты анализа должны учитываться при планировании фонда заработной платы.

Следующим этапом анализа является изучение и оценка выполнения плана динамики производительности труда (таблица 6. 8).

В отчетном году производительность руда (средний оборот на одного работника в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота) увеличилась в целом по торговой организации на 2,7 %, а выработка в действующих ценах возросла на 4,6 %.

Доля прироста товарооборота за счет увеличения производительности труда определяется по формуле:

$$\Delta IT = \frac{\Delta T_n - \Delta CЧP_n}{\Delta T_n} * 100$$

где $\Delta ПТ$ – доля прироста товарооборота за счет повышения производительности труда, %;
 $\Delta Тп$ – темп прироста товарооборота, %;
 $\Delta СЧРп$ – темп прироста численности работников, %.

Таблица 6.8. Анализ производительности труда по розничной торговой организации

	Прошлый год	Отчетный год			Отчетный год в % к прошл. году
		план-прогноз	фактич.	процент выполнения плана	
1. Товарооборот, млн. руб.					
1.1. в действующих ценах	8897	9100	9628	105,8	108,2
1.2. в сопоставимых ценах	8897	9100	8998	98,9	101,1
2. Среднесписочная численность работников, чел.	114	116	118	101,7	103,5
в том числе:					
2.1. торгово-оперативный персонал	82	84	86	102,4	104,8
3. Индекс трудоемкости	1,0	-	1,05	-	-
4. Средний оборот на одного работника, млн. руб.					
4.1. в действующих ценах	78	78,5	81,6	104	104,6
4.2. в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота (стр. 1.2 : стр. 2 x стр. 3)	78	78,5	80,1	102,6	102,7
5. Средний оборот на одного торгово-оперативного работника, млн. руб.					
5.1. действующих ценах	108,5	108,3	112	103,4	103,2
5.2. в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота (стр. 1.2 : стр. 2.1 x стр. 3)	108,5	108,3	102,9	101,4	101,3
6. Индекс цен	1,0	1,0	1,07	-	-

Доля прироста товарооборота за счет роста численности работников равна соответственно 100 % - $\Delta ПТ$ %. Прирост товарооборота в действующих ценах за счет увеличения среднего оборота по данным таблицы 6. 8. составит

8,2 -3,5

57,3 % ($\Delta ПТ = \text{-----} * 100$), а за счет роста численности работников 42,7 %

8,2

(100 % - 57,3 %).

Прирост товарооборота в сопоставимых ценах на сумму 101 млн. руб. полностью обеспечен за счет увеличения численности работников в связи с тем, что при росте товарооборота в сопоставимых ценах на 1,1 % численность работников возросла на 3,5 %, так как трудоемкость товарооборота в отчетном году повысилась на 5 % (индекс трудоемкости 1,05).

В процессе анализа показателей по труду необходимо изучить влияние основных факторов на численность работников и разработать конкретные мероприятия, обеспечивающие абсолютное и относительное сокращение численности работников.

К числу таких факторов относятся: сокращение непроизводительных затрат рабочего времени, потерь рабочего времени по временной нетрудоспособности за счет улучшения условий труда, расширение торговли с применением прогрессивных методов продажи, внедрение нового оборудования и др.

Так, расчет абсолютной экономии численности работников за счет сокращения непроизводительных затрат рабочего времени (Эч) производится по формуле:

$$\mathcal{E}_c = \left(\frac{\Phi_n}{\Phi_б} - 1 \right) * \mathcal{C}_{б1} * \frac{T}{12}$$

где $\Phi_б$ и \mathcal{A}_g – фонд рабочего времени одного работника соответственно до и после внедрения мероприятия по сокращению непроизводительных затрат рабочего времени (мин.);

$\mathcal{C}_б$ – численность работников до внедрения мероприятий, штатных единиц;

T – период действия мероприятий в планируемом году (в месяцах).

Пример. Рационализация рабочих мест кассиров в универсаме позволила увеличить фонд рабочего времени каждого из 8 кассиров с 340 до 420 мин. в рабочую смену. Мероприятие по рационализации рабочих мест внедрено с 1 июня. Абсолютная экономия численности кассиров составит:

$$\mathcal{E}_c = (420/340 - 1) * 8 * 7/12 = 1 \text{ шт. ед.}$$

Влияние сокращения потерь рабочего времени по временной нетрудоспособности на численность работников в связи с улучшением условий труда может быть исчислено по формуле:

$$\mathcal{E}_c = \frac{\mathcal{P}_б - \mathcal{P}_n}{100 - \mathcal{P}_n} * \mathcal{C} * \frac{T}{12}$$

где \mathcal{E}_c – относительная экономия численности работников, чел.;

$\mathcal{P}_б$ и \mathcal{P}_n – потери рабочего времени до и после внедрения мероприятия, %;

\mathcal{C} – плановая численность работников, чел.;

T – период действия мероприятия в планируемом году в месяцах.

Пример. В универсаме планируется с 1 сентября планируемого года провести ряд мероприятий по улучшению условий труда и охране здоровья работников (установка кондиционеров воздуха, тепловых завесов, профилактика отопительной системы и др.), что позволит сократить потери рабочего времени по временной нетрудоспособности с 14 до 8 %. Общая численность работников универсама 116 человек.

Относительная экономия численности работников (Эч) составит:

$$\mathcal{E}_c = \frac{14 - 8}{100 - 8} * 116 * \frac{4}{12}$$

Расчет абсолютной экономии численности работников (Эч) от внедрения более совершенного (модернизированного) оборудования производится по формуле:

$$\mathcal{E}_c = \frac{\mathcal{C}_p - d * \mathcal{E}_{np}}{100 * 100}$$

где \mathcal{C}_p – численность работников, необходимая для выполнения планового объема работ, исходя из выработки базисного периода;

d – удельный вес численности работников, занятых на модернизированном оборудовании;

\mathcal{E}_{np} – относительная условная экономия численности работников за счет внедрения более совершенного оборудования, %:

$$\mathcal{E}_{np} = \frac{M_2 - (\mathcal{P} - 1)}{(M_1 - M_2)} * 100 * \frac{T}{12}$$

где M_1 – количество единиц оборудования, неохваченного модернизацией;

M_2 – количество единиц модернизированного оборудования;

\mathcal{P} – коэффициент роста производительности модернизированного оборудования;

T – период эксплуатации модернизированного оборудования, месс.

Одним из важных факторов, обеспечивающих сокращение численности работников, является широкое внедрение прогрессивных методов продажи товаров (самообслуживание, продажа по образцам и др.).

Применение прогрессивных методов продажи товаров способствует повышению производительности труда и на этой основе уменьшению численности работников.

Размер повышения производительности труда за счет внедрения прогрессивных методов продажи товаров рассчитывается по формуле:

$$\Delta ПТ = \frac{T_2 - T_1}{T_1} * 100 * П$$

где $\Delta ПТ$ – темп прироста производительности труда, %;

T_1 – товарооборот на одного работника при индивидуальной форме обслуживания;

T_2 – товарооборот на одного работника при переводе на самообслуживание;

$П$ – размер повышения удельного веса товарооборота по прогрессивным методам продажи в общем товарообороте.

Экономия численности работников за счет данного фактора определяется по формуле:

$$\mathcal{Э}_2 = \frac{Ч - \Delta ПТ}{100}$$

где $\mathcal{Э}_2$ – экономия численности работников за счет расширения продажи товаров прогрессивными методами, штатных единиц;

$Ч$ – численность работников, рассчитанная на плановый (прогнозируемый) объем товарооборота отделов (секций), переводимых на самообслуживание, исходя из среднего оборота на одного работника при индивидуальной форме продажи.

Пример. В торговом доме с начала планируемого года предусматривается перевод ряда отделов и секций на самообслуживание, что позволит увеличить товарооборот по методу самообслуживания с 28250 млн. руб. в отчетном году до 33350 млн. руб. в планируемом году и повысить удельный вес его в общем объеме товарооборота с 61,2 до 62,7 % или на 1,5 %. Средний оборот на одного работника в отделах (секциях) самообслуживания составляет 99,6 млн. руб., а при индивидуальной форме обслуживания – 88,7 млн. руб.

На основе приведенных исходных данных рассчитаем темп прироста производительности труда за счет расширения продажи товаров методом самообслуживания. Он составит 18,4 % ($\Delta ПТ = (99,6 - 88,7) : 88,7 \times 100 \times 1,5$).

Далее определим численность работников на плановый объем товарооборота отделов (секций), переводимых на самообслуживание, исходя из производительности труда при индивидуальной форме обслуживания. Она составит 57,5 штатных единиц ($33350 - 28250$) : 88,7.

Абсолютная экономия численности работников за счет расширения продажи товаров методом самообслуживания будет равна 10,5 штатных единиц ($\mathcal{Э}_2 = (57,5 \times 18,4) : 100$).

Относительная (условная) экономия численности работников является результатом воздействия конкретных факторов (модернизация, внедрение нового оборудования и др.) на рост производительности труда.

Величину роста производительности труда за счет отдельных факторов можно определить по формуле:

$$ПТ = \frac{\mathcal{Э}_2}{100 - \mathcal{Э}_2} * 100$$

где $ПТ$ – рост производительности труда, %;

$\mathcal{Э}_2$ – относительная экономия численности работников, %.

Численность работников, производительность труда, структура штатов, использование календарного фонда рабочего времени, т.е. так называемые трудовые факторы, оказывают непосредственное влияние на товарооборот торговой организации.

Расчет влияния трудовых факторов на товарооборот производится следующим образом:

1. Влияние изменения среднесписочной численности работников на товарооборот определяется по формуле:

$$\Delta T = CO_{об.х} (СЧР ф - СЧР б)$$

где ΔT – изменение объема товарооборота;

$СЧР ф$ – среднесписочная численность работников в отчетном периоде;

$СЧР б$ – среднесписочная численность работников в базисном году или по плану;

CO – средний оборот на одного работника в базисном году или по плану.

2. Влияние изменения производительности труда на товарооборот рассчитывается по формуле:

$$\Delta T = (CO_o - CO_b) \times СЧР ф,$$

где CO – средний оборот на одного работника в отчетном периоде в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота.

3. Влияние использования календарного фонда времени на товарооборот определяется по формуле:

$$\Delta T = \frac{СЧР ф * \Delta t_o * CO_b * Y_{мон.б}}{100}$$

где $СЧР ф$ – среднесписочная численность работников в отчетном периоде;

Δt_o – изменение количества отработанных дней в отчетном периоде;

CO_b – среднедневной оборот на одного торгово-оперативного работника в базисном периоде;

$Y_{мон.б}$ – удельный вес торгово-оперативного персонала в базисном периоде.

4. Влияние изменения удельного веса торгово-оперативных работников на товарооборот исчисляется по формуле:

$$\Delta T = \frac{СЧР ф * \Delta t_o * CO_o * Y_{мон}}{100}$$

где t_o – количество отработанных дней в отчетном периоде;

CO_o – среднедневной оборот на одного торгово-оперативного работника в отчетном периоде;

$\Delta Y_{мон}$ – изменение удельного веса торгово-оперативных работников в отчетном периоде по сравнению с базисным периодом.

Произведем расчет влияния трудовых факторов на товарооборот по данным таблицы 6.9.

Таблица 6.9. Исходные данные для анализа влияния трудовых факторов на товарооборот

Показатели	Ед. измерения	Прошлый год	Отчетный год	Изменение (+, -)	Отчетный год в % к прошлому
Розничный товарооборот в сопоставимых ценах	млн. руб.	8897	8998	+101	101,1
Среднесписочная численность работников в том числе:					
торгово-оперативный персонал	чел.	114	118	4	103,5
		82	86	4	104,8
Удельный вес	%	71,93	72,88	0,95	
Средний оборот на одного работника в сопоставимых ценах	млн. руб.	78,0	76,2	-1,8	

Средний оборот на одного торгового-оперативного работника в сопоставимых ценах	млн. руб.	108,5	104,63	-3,87	
Количество отработанных человекоднев	тыс.чел./день	233	235	+2	
Среднедневной оборот на одного торгового-оперативного работника в сопоставимых ценах	млн. руб.	0,466	0,4456	-0,0204	

Таблица 6.10. Обобщение влияния трудовых факторов на товарооборот

Факторы	Расчет влияния	Размер влияния, млн. руб.
Среднесписочная численность работников, чел.	78 x 4	312
Производительность труда торгового-оперативных работников, млн. руб.	118x235x(-0,0204)x71,93:100	-407
Использование календарного фонда рабочего времени	118x2x0,466x71,93:100	79
Изменение удельного веса торгового-оперативных работников в общей численности	118x235x0,145x0,95:100	117
Общее влияние трудовых факторов на товарооборот в сопоставимых ценах		+101

Для обобщающей оценки эффективности использования трудовых ресурсов рекомендуется исчислить и проанализировать динамику следующих показателей:

- средний оборот на одного работника в сопоставимых ценах и при сопоставимой структуре товарооборота;
- прибыль на одного работника;
- трудоемкость товарооборота (уровень затрат труда на единицу товарооборота);
- уровень расходов на оплату труда в общей сумме расходов на реализацию товаров;
- прирост товарооборота за счет повышения производительности труда;
- интегральный показатель эффективности использования труда.

По результатам анализа численности работников и производительности труда должны быть определены резервы и пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов и разработаны, как уже отмечалось, конкретные организационно-технические, экономические и другие мероприятия по использованию выявленных резервов.

Основными задачами анализа фонда заработной платы являются: оценка выполнения плана-прогноза по фонду заработной платы, определение динамики расходов на заработную плату, изучение источников формирования и состава фонда заработной платы, оценка эффективности использования средств на оплату труда и действующей в организации системы оплаты труда. Необходимо выяснить в какой мере применяемая в организации система материального стимулирования труда способствовала росту товарооборота, прибыли, повышению материальной заинтересованности работников в достижении высоких конечных результатов хозяйственной деятельности.

Рассмотрим методику анализа фонда заработной платы по торговой организации, основные показатели которой приведены в предыдущих таблицах.

Таблица 6.11. Выполнение плана по фонду заработной платы, млн. руб.

Показатели	Прошлый год	Отчетный год			Отклонение		Отчетный год в % к прошлому году
		план-прогноз	факт	процент выполнения плана	от плана	от показателей прошлого года	
Розничный товарооборот в действующих ценах	8897	9100	9628	105,8	528	731	108,2
Среднесписочная численность работников чел.	114	116	118	101,7	2	4	103,5
Фонд заработной платы							
- сумма	735	746	793,8	106,4	47,8	58,8	108
- в % к товарообороту	8,26	8,20	8,24	-	0,04	-0,02	-
Средний оборот на одного работника	78	78,44	81,6	104	3,16	3,6	104,6
Среднегодовая заработная плата на одного работника	6,447	6,431	6,727	104,6	0,296	0,28	104,3

В соответствии с данными таблицы 6.11 можно сделать следующие выводы.

В отчетном году при перевыполнении плана товарооборота на 5,8 % фонд заработной платы увеличился против план на 6,4 %, а уровень расходов на заработную плату повысился на 0,04 % к товарообороту. Среднегодовая заработная плата на 1 работника увеличилась с 6,431 по плану до 6,727 млн. руб. или 4,3 % при росте среднего оборота на одного работника на 4,6 %. Рост фонда заработной платы обусловлен в отчетном году увеличением тарифной ставки I разряда. Что касается динамики показателей, то рост фонда зарплаты по сравнению с прошлым годом на 3 % связан не только с увеличением тарифной ставки I разряда, но и с ростом численности работников на 3,5 %. Но уровень расходов на заработную плату снизился на 0,02 %.

Рост средней заработной платы происходит в результате изменения профессионально-квалификационного состава работников вследствие увеличения удельного веса работников с более высокими окладами и повышения самих размеров окладов (тарифных ставок).

При анализе фонда заработной платы необходимо определить относительную сумму перерасхода или экономии, обуславливаемую изменением объема товарооборота и абсолютную сумму перерасхода (экономии), связанную с изменениями численности работников средней заработной платы.

Сумма относительного перерасхода или экономии определяется по формуле:

$$\Delta\PhiЗП = \frac{T_{\phi} - У_{\phi\pi}}{100}$$

где $\Delta\PhiЗП$ – относительная сумма экономии или перерасхода фонда заработной платы;

T_{ϕ} – фактический товарооборот отчетного периода;

$\DeltaУ\PhiЗП$ – изменение уровня расходов на заработную плату в процентах к товарообороту в отчетном периоде по сравнению с планом или базисным периодом.

В соответствии с данными таблицы 6.11 уровень расходов на заработную плату по сравнению с планом-прогнозом повысился на 0,04 % к товарообороту, что явилось причиной относительного перерасхода прогнозной суммы фонда заработной платы на 3,85 млн. руб. ($9628 \times 0,04 : 100$). По сравнению с прошлым годом достигнута относительная экономия фонда

заработной платы на 1,925 млн. руб. $(9628 \times (-0,02) : 100)$ за счет повышения темпов роста товарооборота над темпами роста фонда заработной платы.

Абсолютная сумма перерасхода фонда заработной платы составила по сравнению с планом 47,8 и по сравнению с прошлым годом 58,8 млн. руб. и она вызвана, как видно из таблицы 6.11, увеличением численности работников и средней заработной платы.

Расчет влияния этих факторов производится по следующим формулам:

- влияние изменения среднесписочной численности работников на фонд заработной платы

$$\Delta\PhiЗП = СЗб \times \DeltaСЧР$$

где $СЗб$ – средняя заработная плата в базисном периоде или по плану,

$\DeltaСЧР$ – изменение среднесписочной численности работников в отчетном периоде по сравнению с планом или базисным периодом.

- влияние изменения средней заработной платы на одного работника на фонд заработной платы

$$\Delta\PhiЗП = \DeltaСЗ \times СЧРо$$

где $\DeltaСЗ$ – изменение средней заработной платы по сравнению с планом или базисным периодом;

$СЧРо$ – среднесписочная численность работников в отчетном периоде.

Расчеты приведены в таблице 6.12.

Таблица 6.12. Расчет влияния факторов на фонд заработной платы

Факторы	по сравнению с планом		по сравнению с прошлым годом	
	расчет	размер влияния	расчет	размер влияния
Численность работников	$(118-116) \times 6,431$	12,86	$(118-114) \times 6,117$	25,8
Средняя заработная плата на одного работника	$(6,727-6,431) \times 118$	34,94	$(6,727-6,447) \times 118$	33
Итого	-	47,8	-	58,8

На перерасход планового фонда заработной платы на 47,8млн.руб. повлияло увеличение средней заработной платы на 296 тыс. руб., что привело к росту фонда заработной платы на 34,9 млн. руб. и увеличению численности работников на 2 человека, обусловившее рост фонда заработной платы на 12,86 млн. руб.

Рост фонда заработной платы в динамике на 58,8 млн. руб. также вызвано как видно из таблицы 6.12 этими же двумя факторами.

На динамику фонда заработной платы влияет соотношение между темпами роста производительности труда и средней заработной платы. Одним из важнейших методов расчета этого влияния является использование следующей формулы:

$$\Delta У_{\text{фзн}} = \frac{\Delta ПТ - \Delta ЗС}{100 + \Delta ПТ} * У_{\text{фзн.б}}$$

где $\Delta У_{\text{фзн}}$ – размер изменения уровня расходов на заработную плату в % к товарообороту;

$\Delta ПТ$ – темп прироста производительности труда, %;

$\Delta ЗС$ – темп прироста средней заработной платы, %;

$У_{\text{фзн.б}}$ – уровень расходов на заработную плату в % к товарообороту в базисном периоде.

Подставив в приведенную формулу данные таблицы 12, установим, что за счет определения темпа роста производительности над темпом роста средней заработной платы экономия фонда заработной платы равна 0,023 % к товарообороту ($(\frac{4,6 - 4,3}{100 + 4,6}) * 8,26$).

Коэффициент соотношения темпов роста средней заработной платы и производительности труда (K) определяется по формуле:

$$K = \frac{\mathfrak{I}_{cz}}{\mathfrak{I}_{nm}}$$

где \mathfrak{I}_{cz} – индекс роста средней заработной платы;

\mathfrak{I}_{nm} – индекс роста производительности труда.

Общеизвестно, что темпы роста производительности труда должны опережать темпы роста средней заработной платы. В этой связи при планировании величины средней заработной платы важно определить коэффициент соотношения между этими показателями. Он может быть исчислен методом пропорций по формуле:

$$K_c = \frac{\mathfrak{I}_{cz} - 1}{\mathfrak{I}_{nm} - 1}$$

где K_c – коэффициент соотношения темпов прироста средней заработной платы и производительности труда;

\mathfrak{I}_{cz} – индекс прироста средней заработной платы;

\mathfrak{I}_{nm} – индекс прироста производительности труда.

По данным таблицы 11 коэффициент соотношения будет равен 0,93 ($\frac{1,043 - 1}{1,046 - 1}$), т.е. при

росте производительности труда на 1 % в отчетном году средняя заработная плата увеличивалась на 0,93 % процента. Такой значительный рост обусловлен, как уже отмечалось, увеличением тарифной ставки первого разряда.

Следующим этапом анализа фонда заработной платы является изучение структуры источников формирования фонда заработной платы (таблица 13).

Таблица 6.13. Структура источников формирования фонда заработной платы

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	изменение	Отчетный год в процентах к прошлому
1. Розничный товарооборот, млн. руб.	8897	9628	731	108,2
2. Фонд заработной платы, всего				
- сумма, млн. руб.	735	793,8	58,8	108
- в % к товарообороту	8,26	8,24	-0,02	-
в том числе:				
1.1. Расходы на оплату труда, включенные в расходы на реализацию товаров				
- сумма, млн. руб.	633	666,8	33,8	105,3
- в % к товарообороту	7,11	6,92	-0,19	-
удельный вес в фонде заработной платы	86,1	84,0	-1,9	-
1.2. Выплаты, произведенные из прибыли, оставшейся в распоряжении организации				
- сумма, млн. руб.	102,0	127	25	124,5

- в % к товарообороту	1,15	1,32	-0,017	-
удельный вес в фонде заработной платы	13,9	16,0	+2,1	-

Как видно из таблицы 6.13 основным источником выплат заработной платы являются средства на оплату труда, включаемые в расходы на заработную плату: 86,1 % в прошлом году и 84 % в отчетном году. Удельный вес выплат из прибыли увеличился с 13,9 до 16 % в отчетном году.

Далее рассмотрим динамику изменений в составе фонда заработной платы.

Данные таблицы 6.14 показывают, что при увеличении фонда заработной платы на 8 %, более высокими темпами возросла сумма поощрительных выплат. Рост составил 17,3 %, в том числе выплачиваемых из прибыли 24,5 %, удельный вес их в общей сумме поощрительных выплат вырос с 82,6 в прошлом году до 87,7 % в отчетном году.

Структура фонда заработной платы по видам выплат в отчетном году не претерпела существенных изменений. Почти три четверти всего начисленного фонда заработной платы (73,2 %) составили в отчетном году выплаты за выполненную работу и отработанное время. При этом доля заработной платы начисленной на основе месячных тарифных ставок и окладов составила 70,7 %, что и превышает рекомендуемую величину. В составе фонда заработной платы этот вид выплат, включая индексацию заработной платы, должен составлять не менее 65 %. Основным источником поощрительных выплат, как и в прошлом году, является прибыль.

Таблица 6.14. Состав фонда заработной платы по видам выплат

	Прошлый год		Отчетный год		Изменения уд. веса	Отчетный год в процентах к прошлому
	млн. руб.	уд. вес	млн. руб.	уд. вес		
1. Фонд заработной платы списочного состава, всего	735	100	793,8	100	-	108
в том числе						
1.1. Заработная плата за выполненную работу и отработанное время	54,54	74,2	58,06	73,2	-1,0	108,3
из нее:						
заработная плата, начисленная работникам на основе месячных тарифных ставок и окладов, включая суммы индексации заработной платы	389,4	71,4	417,2	70,7	-0,7	107,2
1.2. Поощрительные выплаты стимулирующего характера	123,5	16,8	144,9	18,2	1,4	117,3
в том числе:	21,5	17,4	17,9	12,3	-5,1	83,3
включаемые в расходы на реализацию товаров	102	82,6	127	87,7	5,1	124,5
выплачиваемые за счет прибыли	23,5	3,2	23,8	3,0	-0,2	105,7
1.3. Выплаты компенсирующего характера	42,6	5,8	44,3	5,6	-0,2	103,4
1.4. Оплата за неотработанное время	-	-	-	-	-	-
1.5. Другие виды выплат,						

включаемые в состав фонда заработной платы						
--	--	--	--	--	--	--

Доля поощрительных выплат за счет прибыли повысилась в отчетном году на 5,1 процентных пункта. А сумма их на одного работника составила 1228 тыс. руб. против 1083 тыс. руб. в прошлом году. Доля выплат компенсирующего характера и оплаты за неотработанное время снизились на 0,2 процентных пункта, что связано с уменьшением выплат за сверхурочную работу и сокращением количества дней дополнительных отпусков, предоставленных работникам.

Важной задачей анализа является определение эффективности использования фонда заработной платы. В процессе анализа необходимо выявить, в какой мере материальное стимулирование труда способствовало росту товарооборота, прибыли, повышению заинтересованности работников в достижении высоких конечных результатов.

Эффективность использования фонда заработной платы может быть охарактеризована через систему показателей. К ним относятся:

- товарооборот на рубль фонда заработной платы;
- прибыль на рубль фонда заработной платы;
- средняя заработная плата (ФЗП) на одного работника;
- уровень расходов на заработную плату в % к товарообороту;
- коэффициент соотношения темпов роста средней заработной платы и производительности труда;
- интегральный показатель эффективности использования ФЗП,

при эффективном использовании ФЗП темпы роста основных показателей хозяйственной деятельности должны опережать темпы роста фонда заработной платы.

Таблица 6.15. Анализ показателей эффективности использования ФЗП

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменение (+, -)	Отчетный год в % к прошлому году
Фонд заработной платы: сумма, млн. руб.	735	793,8	+58,8	108
в % к товарообороту	8,26	8,24	-0,02	-
Товарооборот на 1 рубль	12,10	12,13	+0,03	100,2
Прибыль на рубль ФЗП, руб.	0,27	0,27	-	100
Среднегодовая заработная плата на одного работника, млн. руб.	6,447	6,727	+0,280	104,3
Среднемесячная зарплата на одного работника, тыс. руб.	537	570	+33	104,3
Средний оборот на одного работника, млн. руб.	78	81,6	+3,6	104,6
Коэффициент соотношения темпов роста средней заработной платы и производительности труда	0,98	0,99	+0,01	-
Прибыль на одного работника, млн. руб.	1,72	1,82	+0,10	105,8
Интегральный показатель эффективности использования ФЗП	4,58	4,70	+0,12	-

Примечание. Интегральный показатель эффективности использования ФЗП (I) определяется по формуле:

$$I = \sqrt{C_m} * C_n$$

где C_t – товарооборот на рубль ФЗП (показатель стимулирования товарооборота);

C_n – прибыль на рубль ФЗП (показатель стимулирования прибыли).

Для оценки эффективности использования ФЗП необходимо произвести факторный анализ показателей стимулирования товарооборота (C_t), прибыли (C_n), материальной заинтересованности работников ($C_{мз}$) и рассчитать коэффициенты эффективности использования ФЗП по методике, разработанной б. Украинским научно-исследовательским институтом торговли и общественного питания.

Эффективность стимулирования товарооборота и прибыли рекомендуется оценивать через показатели соответственно товарооборота и прибыли на рубль ФЗП. Стимулирование материальной заинтересованности работников оценивается через среднюю заработную плату на одного работника.

Из таблицы 15 видно, что товарооборот на рубль ФЗП в отчетном году увеличился на 0,03 руб. или на 0,2 %, прибыль на рубль ФЗП осталась на уровне прошлого года, а средняя заработная плата на одного работника увеличилась на 4,3 %.

Основными факторами, оказывающими влияние на динамику исчисленных показателей, являются товарооборот, прибыль, ФЗП и численность работников. Рост товарооборота и прибыли способствует увеличению экономической отдачи средств на оплату труда, а рост ФЗП приводит к ее уменьшению. Влияние этих факторов на показатели стимулирования определяется методом цепных постановок. С этой целью производится расчет условных показателей стимулирования товарооборота (C'_t), прибыли (C'_n), материальной заинтересованности работников ($C'_{мз}$) по формулам:

$$C'_t = T_o / \text{ФЗП б};$$

$$C'_n = P_o / \text{ФЗП б};$$

$$C'_{мз} = \text{ФЗП}_o / \text{СЧРб};$$

где T_o – товарооборот за отчетный год;

ФЗП б – фонд заработной платы за прошлый год;

ФЗП_о – фонд заработной платы за отчетный год;

P_o – прибыль за отчетный год;

СЧРб – численность работников за прошлый год.

Влияние изменения объема товарооборота и суммы прибыли на показатели стимулирования товарооборота (C_t), прибыли (C_n) исчисляется по формулам:

$$\Delta C_t = C'_t - C_{тб};$$

$$\Delta C_n = C'_n - C_{пб};$$

где $C_{тб}$ – товарооборот на рубль фонда заработной платы за прошлый год;

$C_{пб}$ – прибыль на рубль заработной платы за прошлый год.

Расчет влияния изменения суммы ФЗП на показатели стимулирования товарооборота и прибыли производится по формулам:

$$\Delta C_t = C_{тo} - C'_t;$$

$$\Delta C_n = C_{по} - C'_n$$

где $C_{тo}$ – товарооборот на рубль фонда заработной платы в отчетном году;

$C_{по}$ – прибыль на рубль фонда заработной платы в отчетном году.

Влияние изменения суммы фонда заработной платы на показатель стимулирования материальной заинтересованности работников устанавливается по формуле:

$$\Delta C_{мз} = C'_{мз} - C_{мзп},$$

где $C_{мзп}$ – средняя заработная плата на одного работника за прошлый год;

На основе формулы $\Delta C_{мз} = C_{мзо} - C'_{мз}$ определяется влияние изменения численности работников на показатель стимулирования материальной заинтересованности работников.

На основе данных таблиц 11 и 15 произведем расчеты условных показателей стимулирования (C'_t , C'_n , $C'_{мз}$):

$$C'_T = 9628 : 735 = 13,1 \text{ раб.}$$

$$C'_\Pi = 215 : 735 = 0,292 \text{ раб}$$

$$C'_{MЗ} = 793,8 : 114 = 6,96 \text{ млн. руб.}$$

Влияние факторов на показатели стимулирования товарооборота, прибыли, материальной заинтересованности работников обобщено в таблицах 16 и 17.

Анализ показателей эффективности использования ФЗП необходимо дополнить расчетом коэффициентов эффективности использования ФЗП, представляющих собой отношение индексов изменения основных экономических показателей деятельности к индексу ФЗП (таблица 6.18).

Таблица 6.18. Коэффициенты эффективности использования ФЗП

Коэффициенты	Расчет	Величина коэффициента
1. Отношение индекса товарооборота к индексу ФЗП	1,082 : 1,08	1,02
2. Отношение индекса прибыли к индексу ФЗП	1,097 : 1,08	1,015
3. Отношение индекса среднего оборота на 1 работника к индексу средней заработной платы на 1 работника	1,046 : 1,043	1,003
4. Отношение индекса прибыли на 1 работника к индексу средней зарплаты	1,058 : 1,043	1,014
5. Отношение индекса ФЗП к индексу численности работников	1,08 : 1,035	1,04
6. Отношение индекса средней заработной платы к индексу производительности труда	1,043 : 1,046	0,99

Если коэффициенты эффективности использования ФЗП, за исключением коэффициента соотношения средней заработной платы и производительности труда, превышают единицу, то использование ФЗП считается в принципе эффективным.

Если коэффициенты эффективности использования ФЗП окажутся меньше единицы, то это свидетельствует о слабом воздействии применяемой системы материального стимулирования труда на улучшение показателей хозяйственной деятельности, низкой экономической отдаче израсходованных средств на оплату труда.

Вместе с тем к окончательной оценке эффективности использования фонда заработной платы нельзя подходить формально, исходя лишь из рассчитанных коэффициентов. Следует детально изучить изменения в составе ФЗП и определить за счет каких видов выплат и почему произошли те или иные изменения.

В нашем примере, как видно из таблицы 6.18 рекомендуемые коэффициенты соотношений основных показателей, хотя и незначительно, но превышают единицу, за исключением индекса роста соотношения средней заработной платы и производительности труда, учитывая, что в отчетном году была повышена тарифная ставка первого разряда, можно признать сложившиеся пропорции между основными показателями приемлемыми.

Вместе с тем в целях повышения заинтересованности работников в росте товарооборота в сопоставимых ценах и производительности труда необходимо совершенствовать применяемую в организации систему материального стимулирования труда и на этой основе добиться более высокого коэффициента опережения темпов роста производительности труда над темпами увеличения средней заработной платы.

Анализ и количественная оценка показателей эффективности использования ФЗП позволяют выявить резервы и осуществить конкретные мероприятия по повышению роли материальных стимулов в улучшении конечных результатов хозяйственной деятельности.

6.10 Планирование показателей по труду и заработной плате

Составление плана по труду и заработной плате включает определение среднесписочной численности работников, фонда заработной платы и производительности труда.

Торговые организации самостоятельно определяют общую численность работников, их профессиональный и квалифицированный состав, плановую (прогнозную) сумму фонда заработной платы.

Разработка плана (прогноза) пот труду начинается с определения численности работников и составления штатного расписания.

Штатное расписание составляется самостоятельно организацией, утверждается ее руководителем и предусматривает:

- наименование структурных подразделений и должностей (профессий) и количество работников по каждой должности;
- квалификационные разряды, классы, категории (например: экономист, ведущий специалист, бухгалтер, бухгалтер I категории, продавец 6 или 5 и 7 разрядов, водитель автомобиля I класса и др.);
- тарифные коэффициенты;
- месячные должные оклады работников, рассчитанные если коллективным договором предусматриваются определенным работам доплаты за сложность и напряженность работы, за высокое качество выполненных работ, за совмещение профессий, за классность и профессиональное мастерство и др., а также доплаты по контракту, то в штатном расписании предусматривается процент и сумма доплаты и соответственно месячный должностной оклад работника с учетом доплаты.;
- месячный фонд заработной платы по каждой категории работников и в целом по торговой организации.

В штатное расписание может быть введена любая новая должность или новое структурное подразделение, если это диктуется хозяйственной целесообразностью. Изменившимися условиями работы и обеспечивается устойчивым финансовым положением организации. В соответствии с инструкцией о порядке применения ЕТС работников Республики Беларусь при создании структурных подразделений необходимо учитывать следующие нормы управляемости:

- управление, служба могут создаваться при наличии в их штате не менее семи штатных единиц, включая должность руководителя;
- отдел может быть создан при наличии в его штате не менее четырех штатных единиц, включая должность руководителя отдела;
- сектор (бюро, группа) может создаваться при наличии в его штате не менее трех штатных единиц, включая должность руководителя;
- должность менеджера может вводиться при осуществлении управленческих функций по одному из видов деятельности и руководству подчиненными работниками (не менее двух).

При определении численности работников каждой профессии, категории и составлении штатного расписания организации прежде всего исходят из сложившихся в отчетном году численности и структуры штатов, учитывают прогнозируемые объем и структуру товарооборота, изменения в состоянии материально-технической базы, режиме работы, в организации товароснабжения, другие факторы, соответственно корректируют сложившуюся численность и структуру штатов и определяют численность работников на планируемый год.

При планировании численности работников следует исходить из необходимости обеспечения роста производительности труда, экономии затрат на оплату труда за счет расширения торговли прогрессивными методами, внедрения новых технологий продажи товаров и торгового обслуживания, совершенствования организации труда, механизации трудоемких процессов и др. При этом следует иметь ввиду, что в действующих магазинах при росте товарооборота численность работников, как правило, не должна увеличиваться, если соблюдается надлежащая культура торгового обслуживания. Увеличение численности работников может быть обусловлено изменениями условий работы (изменение режима работы, товарной специализации, расширение торговой площади в результате реконструкции магазина, открытие кафетериев и др.).

Численность работников определяется в пределах имеющихся средств на оплату труда и возможностей их увеличения с учетом прогнозируемого темпа прироста товарооборота за счет повышения производительности труда.

В качестве примера приведем расчет предельной общей численности работников торговой организации на планируемый год на основе следующих данных.

В отчетном году розничный товарооборот составил 9672 млн. руб., среднесписочная численность работников 124 чел., товарооборот на одного работника 78 млн. руб.

В планируемом году с учетом расширения торговых площадей и перевода ряда структурных подразделений на двухсменный режим работы рост розничного товарооборота предусматривается на 22 %. Он составит 11800 млн. руб. Для того, чтобы не допускать повышения уровня расходов на оплату труда необходимо обеспечить за счет роста производительности труда не менее 80 % прироста товарооборота.

Исходя из заданных условий темп прироста производительности труда должен составить 17,6 % ($22 \times 80 : 100$), а средний товарооборот на одного работника 91,7 млн. руб. ($78 \times 1,176$). Предельно допустимая численность работников может составить не более 129 штатных единиц ($11800 : 91,7$). Рост численности работников составит 4 % ($129 : 124 \times 100$), тогда прирост товарооборота за счет повышения производительности труда должен составить 81,8 % ($\frac{22\% - 4\%}{22}$).

Прогнозирование общей численности работников и численности основных категорий работников может быть произведено с помощью коэффициента эластичности численности работников от товарооборота, показателя уровня затрат труда на единицу товарооборота и прогнозируемого темпа роста производительности труда.

Составим прогноз численности работников по розничной торговой организации в трех вариантах.

Таблица 6.19. Исходные данные для прогноза:

	базисный год	отчетный год	план
товарооборот, млн. руб.	8897	9628	11168
среднесписочная численность работников, чел.	114	118	
уровень затрат труда на 100 млн. руб. товарооборота (штатных единиц)	0,78	0,82	

1. Коэффициент эластичности численности работников от товарооборота составит 0,42 $[(114-118)/114 : (9628-8897)/8897]$. Согласно прогнозным расчетам объем товарооборота в планируемом году увеличится на 16 %, тогда темп прироста численности работников составит 6,7 % ($0,42 \times 16$), а прогнозируемая численность работников будет равна 126 чел. ($118 \times 1,067$).

2. В планируемом году уровень затрат труда на 100 млн. руб. товарооборота за счет внедрения новых технологий продажи товаров и торгового обслуживания снизится на 10 % (индекс трудоемкости товарооборота 0,9), тогда индекс роста численности работников будет равен 1,044 ($1,16 \times 0,9$), а прогнозируемая численность работников составит 123 чел. ($118 \times 1,044$).

3. С учетом расширения продажи товаров прогрессивными методами в планируемом году прогнозируется повышение производительности труда на 12 %. Индекс роста численности работников составит 1,035 ($1,16 : 1,12$), а прогнозируемая численность работников 122 чел. ($118 \times 1,035$).

Экономическую обоснованность прогнозных расчетов среднесписочной численности работников необходимо проверить с учетом обеспечения оптимального соотношения между темпами роста товарооборота, численности работников и производительности труда. С этой целью определим темпы изменения показателей по труду на основе приведенных расчетов (таблица 6.20.).

Таблица 6.20. Прогнозируемые темпы изменения розничного товарооборота, численности работников и производительности труда

Варианты прогноза	Среднеспис. численность работников (прогноз), чел.	Планируемый год в процентах к отчетному			Прирост т/оборота (в %) за счет повышения производ. труда
		т/оборот	СЧР	ср. оборот на 1 раб.	
1. На основе коэффициента эластичности численности работников от товарооборота	126	116	106,8	108,6	57,5
2. Исходя из прогнозируемого уровня затрат на 100 млн. руб. товарооборота	123	116	104,2	111,2	73,8
3. На основе прогноза темпа роста производительности труда	122	116	103,4	112	78,7

Как видно из таблицы 6.20, оптимальным вариантом прогноза среднесписочной численности работников может быть признан расчет исходя из прогнозируемого темпа роста производительности труда (вариант 3) при условии, что при численности работников в количестве 122 чел. можно обеспечить высокое качество торгового обслуживания.

Как уже отмечалось, в соответствии с Трудовым Кодексом Республики Беларусь наниматели должны разработать нормы труда для каждой категории работников.

В розничной торговле одним из основных видов норм труда должны быть нормы численности.

Норма численности – это установленная численность работников определенного профессионально-квалификационного состава, необходимая для выполнения конкретных объемов работ (товарооборота) в определенных организационно-технологических условиях.

При разработке норм труда необходимо руководствоваться «Инструкцией о порядке организации нормирования труда», утвержденной Постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 21 марта 2005 года № 53, и учитывать конкретные условия работы каждого магазина.

Исходными предпосылками для проведения численности основной категории работников – продавцов, кассиров, контролеров, контролеров-кассиров, могут быть торговая площадь магазина, режим работы, специализация, методы продажи товаров, объем товарооборота, зависящий от количества и характера обслуживаемого населения, средней стоимости покупки, интенсивности покупательских потоков, степени завершения покупки и др.

Предварительно необходимо определить условное количество рабочих мест в магазине исходя из размеров торговой площади. Рекомендуемые нормы торговой площади на одно условное рабочее место в продовольственных магазинах 20 кв.м., в непродовольственных – 21,5 кв.м. Затем определяется явочная численность продавцов, контролеров, контролеров-кассиров по формуле:

$$Ч_{я} = \frac{P_{мх} (tp + tn)}{t_n}$$

где $Ч_{я}$ – явочная численность;

$P_{мх}$ – количество условных рабочих мест;

t_p – продолжительность работы магазина в неделю, час;
 t_n – время на подготовку и уборку рабочего места в неделю, час;
 t_n – продолжительность рабочей недели (40 часов).

Расчет среднесписочной численности продавцов, контролеров, контролеров-кассиров производится по формуле:

$$СРЧ = \frac{Ч_я * t_{н.ф.}}{t_{р.ф.}}$$

где $СРЧ$ – среднесписочная численность продавцов, контролеров, контролеров-кассиров;

$t_{н.ф.}$ – плановый фонд рабочего времени одного работника в год, дни;

$t_{р.ф.}$ – реальный фонд рабочего времени в год на одного работника.

Плановый фонд рабочего времени одного продавца определяется путем вычитания из количества календарных дней в году выходных и праздничных. Например, в 2008 г. Он составляет 253 дня (365-104-8).

Реальный фонд рабочего времени продавца меньше планового количества рабочих дней на число дней очередного трудового и дополнительного отпусков и невыхода на работу по болезни и другим уважительным причинам и составит 225 дней (257-24 (отпуск) – 8 (невыход по болезни)).

Пример. Торговая площадь нового универсама 650 кв.м., режим работы: 9-21 час (6 дней в неделю), 9-18 (1 день в неделю), подготовительно-заключительное время на одно рабочее место 15 мин. в день (1,75 час. в неделю). Условное количество рабочих мест составит 32,5 (650:20).

Явочная численность продавцов будет равна 67 чел. $[32,5 \times (12 \times 6) + (1+9) + 1,75] : 40$, а среднесписочная численность работников – 75 чел. $(67 \times 253) : 225$.

При определении численности работников аппарата управления и специалистов, вспомогательного персонала также необходимо учитывать установленные в организациях нормы труда. Это могут быть:

- нормированные задания – установленный объем работ, который работник или группа работников с повременной оплатой труда выполняют в течение рабочего дня (смены) или в иную единицу времени;
- норма обслуживания – количество производственных (торговых) объектов (единиц оборудования, рабочих мест, площади и т.д.), которые работник или группа работников должны обслужить в течение единицы рабочего времени;
- норма времени – величина затрат рабочего времени, установленная для выполнения единицы работ одним работником или группы работников соответствующей квалификации;
- норма выработки – установленный объем работы, который работник или группа работников соответствующей квалификации обязан выполнить в единицу рабочего времени.

Прогнозные расчеты численности работников необходимо увязать с планированием расходов на оплату труда. Вполне понятно, что каждая организация планирует численность работников в пределах имеющихся (или возможных) средств на оплату труда, зависящих, в конечном счете, от результатов хозяйственной деятельности.

Исходными предпосылками для планирования фонда заработной платы в составе расходов на реализацию товаров являются:

- прогнозируемые объемы товарооборота, выпуска продукции, других видов деятельности;
- штатное расписание, утвержденное на планируемый год и предусматривающее, как уже отмечалось, численность работников по должностям, категориям, разрядам и месячный фонд заработной платы;
- применяемые в организации формы и системы оплаты труда;
- положение о премировании;

- коллективный договор (соглашение);
- нормативные материалы, инструкции по вопросам оплаты труда;
- материалы анализа эффективности использования ФЗП за отчетный (текущий) год.

В практике планирования фонда заработной платы могут быть использованы различные методы:

1. Метод прямого счета по видам выплат заработной платы;
2. Нормативный метод;
3. По коэффициенту эластичности фонда заработной платы от товарооборота;
4. Модифицированная форма нормативного метода исходя из планируемых темпов роста средней заработной платы и производительности труда.

Для того чтобы рассчитать сумму расходов на заработную плату на планируемый год, включаемую в расходы на реализацию товаров, необходимо методом прямого счета определить планируемую сумму по отдельным видам выплат.

1. Заработная плата за выполненную работу на основе должностных окладов и тарифных ставок (сдельных расценок). Фонд заработной платы по окладам и тарифным ставкам определяется путем умножения окладов и тарифных ставок по каждой категории работников на их среднесписочную численность. Месячный фонд заработной платы, как уже отмечалось, определяется в штатном расписании.

2. Выплаты компенсирующего характера. Выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда (доплаты за работу и ночное время, в многосменном режиме и разделение рабочего дня на части, за работу в неблагоприятных условиях, в зонах радиоактивного загрязнения и др.) определяются исходя из количества работников, получающих эти доплаты и размеров доплат, предусмотренных в коллективном договоре. За работу в ночное время производятся доплаты в размере, установленном в коллективном договоре, но не ниже 20 % часовой тарифной ставки (оклада).

Основой для определения суммы доплат за работу в праздничные (нерабочие) и выходные дни являются количество работников, предусмотренных в графиках для работы в праздничные и выходные дни, число выходных и праздничных дней в планируемом периоде и среднедневная заработная плата одного работника. При расчете сумм этих доплат необходимо руководствоваться Трудовым кодексом Республики Беларусь (статья 147), предусматривающим оплату труда в выходные и праздничные (нерабочие) дни не ниже, чем в двойном размере.

3. Надбавки к тарифным ставкам и окладам за профессиональное мастерство, за высокие достижения в труде, за продолжительность непрерывной работы и другие показатели, выплачиваемые руководителями, специалистам и служащим, определяются в размерах до 20 % суммы окладов (тарифных ставок) этих категорий работников.

4. Премии за основные результаты хозяйственной деятельности. В фонде заработной платы в состав расходов на реализацию товаров предусматриваются ежемесячные или ежеквартальные в размерах, установленных действующим в организации положением о премировании, но не более 30 % суммы должностных окладов (тарифных ставок) работников.

5. Оплата за неотработанное время. Среди выплат за неотработанное время основное место занимает оплата ежегодных отпусков.

Следует иметь в виду, что торговые организации могут принимать на временную работу работников взамен уходящих в очередной трудовой отпуск. Если в организации применяется подобная практика, то следует сделать также расчет фонда заработной платы временно работающих взамен находящихся в трудовом отпуске.

Если же практикуется замена работников на период отпусков, то, естественно, отпадает необходимость в отдельном расчете сумм отпускных, поскольку они включены в годовой фонд заработной платы по окладам (тарифным ставкам).

Суммы расходов на оплату учебных отпусков, предоставляемых работникам, за время обучения работников в системе повышения квалификации и переподготовки кадров и других видов выплат за неотработанное время определяются в соответствии с действующими нормативными документами по этим вопросам

6. Фонд заработной платы работников, не состоящих в штате организации, определяется на основе договоров (трудовых соглашений), заключаемыми с этими работниками. На основе расчетов, произведенных по видам выплат заработной платы, определяют общую сумму фонда заработной платы, включаемую в расходы на реализацию товаров.

Учитывая, что оплата невыхода на работу по болезни производится за счет средств фонда социальной защиты населения, исчисленную сумму фонда заработной платы необходимо уменьшить на сумму выплат из фонда социальной защиты населения. Размер этих выплат можно рассчитать исходя из сложившегося среднего уровня в предшествующих периодах.

Нормативный метод планирования фонда заработной платы предполагает расчет фонда заработной платы исходя из норматива, установленного самой торговой организацией в рублях на единицу товарооборота (1,10 млн. руб.) или в процентах от товарооборота. Тогда сумма ФЗП будет равна произведению прогнозируемого объема товарооборота и установленного норматива.

Модификацией нормативного метода может быть расчет ФЗП исходя из прогнозируемых темпов прироста средней заработной платы и производительности труда. Тогда темп прироста средней заработной платы можно определить по формуле:

$$\Delta ЗС = ИЗС : ИПТ \times \Delta ИТ,$$

где $\Delta ЗС$ – темп прироста среднемесячной заработной платы в планируемом году;

$ИЗС$ – индекс прироста реальной средней заработной платы в планируемом году;

$ИПТ$ – индекс прироста производительности труда в сопоставимых ценах в планируемом году;

$\Delta ИТ$ – темп прироста производительности труда в сопоставимых ценах в планируемом году.

Прогнозируемая сумма среднемесячной заработной платы определяется по формуле:

$$ЗСп = ЗСб \times [(100 + \Delta ЗС) : 100]$$

где $ЗСп$ – прогнозируемая сумма среднемесячной заработной платы одного работника в планируемом году;

$ЗСб$ – среднемесячная заработная плата одного работника в истекшем году.

Расчет прогнозируемой суммы фонда заработной платы производят по формуле:

$$\Phi ЗПп = ЗСп \times СЧР \times 12 \text{ (месяцев)}$$

где $\Phi ЗП$ – прогнозируемая сумма фонда заработной платы в планируемом году;

$СЧР$ – среднесписочная численность работников в планируемом году.

Для расчета фонда заработной платы с помощью коэффициента эластичности ФЗП от товарооборота необходимо предварительно определить коэффициент эластичности ФЗП и темп прироста ФЗП в планируемом году по формулам:

$$K_{\phi} = \frac{\Delta \Phi ЗП}{\Phi ЗП_{\phi}} : \frac{\Delta T}{T_{\phi}}$$

где $\Delta \Phi ЗП$ – \sum изменения ФЗП в отчетном году по сравнению с базисным годом;

$\Phi ЗП$ – \sum ФЗП в базисном году;

ΔT – \sum изменение объема товарооборота в отчетном году по сравнению с базисным годом;

T_{ϕ} – товарооборот в базисном году.

Коэффициент эластичности показывает, на сколько процентов увеличился фонд заработной платы при росте товарооборота на один процент.

Темп прироста фонда заработной платы в планируемом году определяется путем умножения прогнозируемого темпа прироста товарооборота на коэффициент эластичности, а сумма фонда заработной платы рассчитывается по формуле:

$$\Phi ЗП_{ок} = \frac{\Phi ЗП_{ок} (100 + \Delta T_{фзн})}{100}$$

где $\Phi ЗП_n$ – сумма фонда заработной платы в планируемо году;

$\Phi ЗП_o$ – фонд заработной платы в истекшем отчетном году;

$\Delta T_{ФЗП}$ – темп прироста ФЗП в планируемо году.

Прогнозные расчеты фонда заработной платы, составленные любыми методами должны быть увязаны с показателями конечных результатов хозяйственной деятельности организации – прибылью и рентабельностью, поскольку материальное поощрение работников может осуществляться только в пределах заработанных средств и увеличение поощрительных выплат за счет прибыли, являющейся одним из источников выплаты заработной платы, может осуществляться только в меру увеличения прибыли и повышения рентабельности хозяйственной деятельности.

Суммы поощрительных выплат и отдельных выплат социального характера, производимых из фонда потребления за счет прибыли остающейся в распоряжении организации, определяются на основании коллективного договора и прилагаемого к нему положения о премировании.

В государственных унитарных предприятиях и коммерческих организациях с долей собственности государства в их имуществе на потребление направляется не более 40 % чистой прибыли.

Во всех коммерческих организациях независимо от формы собственности создается резервный фонд оплаты труда (Трудовой кодекс, ст. 76).

Резервный фонд заработной платы создается для обеспечения выплат причитающейся работникам заработной платы, а также предусмотренных законодательством, коллективным и трудовым договорами гарантийных и компенсационных выплат в случае экономической несостоятельности (банкротства) нанимателя, ликвидации организации, прекращения деятельности индивидуального предпринимателя.

Резервный фонд устанавливается в размере 25 процентов годового фонда заработной платы. Конкретный размер резервного фонда, порядок его создания и использования определяется в коллективных договорах (соглашениях). Источником создания резервного фонда является прибыль, остающаяся в распоряжении организации, индивидуального предпринимателя после уплаты налогов и других обязательных платежей в бюджет.

Глава 7. Основные фонды организаций торговли

7.1 Понятие, экономическая сущность, состав и структура основных фондов организаций торговли

Составной частью экономического потенциала организаций торговли являются основные фонды. Они обеспечивают субъектам хозяйствования оперативно-хозяйственную и имущественную самостоятельность. Основные фонды организаций торговли – это совокупность материально-вещественных ценностей в виде средств труда, используемых в торговой деятельности в течение длительного (более 12 месяцев) периода, переносящих свою стоимость постепенно, по частям в стоимость производимой и реализуемой продукции, товара, выполняемых работ и услуг.

Основные фонды в денежном выражении называются основными средствами.

Средства труда могут быть отнесены к основным средствам при выполнении следующих условий:

- иметь материально-вещественную форму;

- срок службы продолжительностью свыше одного года; стоимость единицы средств труда на момент приобретения превышает величину, определяемую в соответствии с постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 23.03.2006 г. 41 «Об установлении лимита отнесения имущества к отдельным предметам в составе оборотных средств».

Постановление № 41 устанавливает лимит стоимости имущества, являющегося средствами труда и относящегося к отдельным предметам в составе оборотных средств в пределах 30 базовых величин за единицу (кроме ковров и ковровых изделий, лимит по которым устанавливается в пределах 10 базовых величин за единицу). Исключение составляют средства труда, относящиеся к основным фондам вне зависимости от их стоимости.

Экономическая сущность основных фондов организаций торговли состоит в том, что они многократно обслуживают процесс обращения товаров, не меняя своей натуральной формы, переносят свою стоимость постепенно по частям в стоимость товаров в виде амортизационных отчислений, включаемых в расходы на реализацию товаров, являющихся элементом цены товара.

Будучи вовлеченными в процесс производства и реализации товаров, основные фонды выступают и как экономическая категория.

Как экономическая категория основные фонды представляют собой единство потребительной стоимости и стоимости средств труда.

В процессе многократного функционирования основные фонды постепенно утрачивают свои потребительские свойства, и уменьшается их стоимость. Вместе с тем превращаясь в денежную форму часть стоимости основных фондов постоянно увеличивается. Это увеличение происходит до тех пор, пока вся их стоимость не превратится в деньги.

Процесс перенесения стоимости основных средств в стоимость товара называется амортизацией.

К основным фондам относятся:

- здания и сооружения;
- передаточные устройства (электрические и тепловые сети, водопроводные, телеграфные, телефонные и др. сети);
- транспортные средства;
- рабочий скот и животные основного стада;
- многолетние насаждения, независимо от их стоимости;
- земельные участки, приобретенные в собственность независимо от их стоимости;
- производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности, стоимость единицы которых превышает установленный законодательством или учетной политикой организации лимит отнесения этих предметов в состав оборотных средств и сроком эксплуатации более 12 месяцев. Если срок эксплуатации средств труда менее одного года, то независимо от их стоимости они относятся к оборотным средствам;
- прочие основные средства.

Состав и группировка основных средств и нормативные сроки службы приведены во Временном республиканском классификаторе амортизируемых основных средств и нормативных сроков их службы, а также в общегосударственном классификаторе Республики Беларусь «Основные средства и нематериальные активы» утвержденном Постановлением Комитета по стандартизации, метрологии и сертификации 27.09.2002 г.

К основным средствам не относятся:

- отдельные предметы, являющиеся средствами труда в составе оборотных средств;
- предметы многократно используемые в хозяйственной деятельности организации, сохраняющие свою натурально-вещественную форму, стоимость которых не

превышает величину, установленную учетной политикой организации в пределах лимита, определяемого Министерством финансов не зависимо от срока их службы;

- предметы, независимо от их стоимости и срока службы (специальная одежда и обувь, предназначенные для выдачи работникам в соответствии с законодательством, специальные инструменты и приспособления целевого назначения, технологическая тара – тара, многократно используемая для хранения товарно-материальных ценностей: контейнеры для транспортировки отдельных деталей, поддоны и др., посуда, кухонный и столовый инвентарь и принадлежности).

Назначение основных фондов – обслуживание процесса продвижения товаров от производства до потребителей, т.е. создание условий для осуществления транспортировки, хранения и реализации товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Основные фонды в своей натурально-вещественной форме составляют материально-техническую базу торговли. Однако, понятие материально-технической базы шире, чем понятие основные фонды, поскольку торговые организации используют в торговой деятельности не только собственные, но и основные фонды других отраслей на условиях аренды. Кроме того, часть предметов материально-технического оснащения учитывается в составе оборотных средств.

Показателями, характеризующими состояние материально-технической базы торговли, являются:

- количество магазинов, столовых, ресторанов, кафе, их торговая площадь (количество мест), объектов мелкорозничной торговой сети;
- количество общетоварных и специализированных складов, их складская площадь, количество и емкости хранилищ;
- количество оборудования, машин, их производственная мощность;
- уровень технического оснащения организаций торговли и общественного питания;
- фондовооруженность и уровень механизации труда и др.

Для характеристики уровня обеспеченности материально-технической базой используются такие показатели как обеспеченность населения торговой площадью в магазинах, числом мест в предприятиях общественного питания в расчете на 1 тыс. жителей в сравнении с нормативами, средний размер торговой площади одного магазина, структура площадей магазинов и товарных складов, территориальные различия в уровне обеспеченности населения сетью розничной торговли и общественного питания и др.

По характеру использования основные фонды подразделяются на два вида:

1. Участвующие в предпринимательской деятельности, которые непосредственно участвуют в процессе производства и реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг или создают условия для нормального осуществления производственной или торговой деятельности.

2. Не участвующие в предпринимательской деятельности, используемые в жилищно-коммунальном хозяйстве, бытовом обслуживании населения, здравоохранении и других отраслях непродуцированной сферы (жилые дома, общежития, поликлиники, детские учреждения, объекты культуры и др.).

Основные фонды, участвующие в предпринимательской деятельности классифицируются по следующим признакам:

- по натурально-вещественному составу и назначению (здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и др.);
- по формам собственности – основные фонды организаций (предприятий) государственной, частной, смешанной, иностранной форм собственности;
- по видам торговой деятельности (основные фонды розничной, оптовой торговли, общественного питания);
- по принадлежности к торговым организациям собственные, арендованные, безвозмездно полученные;

- по роли отдельных видов средств труда в процессе производства и реализации товаров: активные и неактивные (пассивные) основные фонды.

К активным основным фондам относятся те средства труда, которые непосредственно воздействуют на предмет труда (машины, оборудование, транспортные средства, вычислительная техника, механизмы и др.) и оказывают влияние на производительность труда работников, на объем производства и товарооборот.

Пассивные основные фонды непосредственно не воздействуют на предмет труда, но создают условия, необходимые для нормального осуществления торговой деятельности (здания, сооружения, подъездные пути и др.).

В целях эффективного управления основными фондами, обеспечения качественных сдвигов в их составе необходимо изучать и анализировать структуру основных фондов.

Различают внутриотраслевую и технологическую структуру основных фондов. Внутриотраслевая структура характеризуется такими показателями, как удельный вес основных фондов розничной, оптовой торговли, предприятий питания или отдельных структурных подразделений в общей стоимости основных фондов, доля собственных и арендованных основных фондов, а также активных и пассивных основных фондов в общей их стоимости.

Технологическую структуру основных фондов характеризуют данные об удельных весах отдельных видов основных фондов (зданий, сооружений, передаточных устройств, машин и оборудования, транспортных средств и др.) в общей их стоимости.

На объем и структуру основных фондов влияют такие факторы, как объем и ассортиментная структура товарооборота, тип, специализация, производственная мощность магазина, уровень механизации торгово-технологических процессов, методы продажи товаров, организация товароснабжения, обеспеченность собственными торговыми помещениями, внедрение инноваций и др.

Рост объема товарооборота зачастую требует расширения или увеличения производственных мощностей организации, ведет к увеличению основных фондов. Ассортиментная структура товарооборота предопределяет существенные различия в структуре основных фондов. Так в продовольственной торговле обычно выше удельный вес машин, холодильного, торгового оборудования, производственного и хозяйственного инвентаря по сравнению с непродовольственной торговлей. От специализации магазина (организации) зависит состав торгово-технологического оборудования, соответственно и структура основных фондов. Развитие прогрессивных методов продажи товаров (самообслуживание, продажа по образцам и др.) также сказывается на структуре основных фондов. Так, при продаже непродовольственных товаров по образцам потребность в торгово-технологическом оборудовании сводится к минимуму.

Особенностью структуры основных фондов организаций торговли по сравнению с предприятиями промышленности является более высокий удельный вес пассивных основных фондов (зданий, сооружений), а доля активных основных фондов значительно ниже. Эта особенность обусловлена с одной стороны спецификой торговой деятельности, заключающейся в необходимости иметь разветвленную торговую сеть магазинов, предназначенных для торгового обслуживания населения, что увеличивает потребность в зданиях, торговых помещениях. С другой стороны преобладание в составе торговой сети небольших и средних магазинов ограничивает возможности механизации торгово-технологических процессов и труда. В организациях, осуществляющих торговлю в арендованных помещениях, в составе основных фондов преобладают активные основные фонды.

Улучшение структуры основных фондов является одной из важнейших задач повышения эффективности их использования. В этих целях необходимо повышать долю активных основных фондов в общем их объеме за счет ускорения обновления и модернизации оборудования, повышения удельного веса современных видов оборудования,

механизации и автоматизации трудоемких процессов и видов работ, внедрения инноваций во все сферы торговой деятельности.

Состав и движение основных фондов предусматривается в Приложении 5 к бухгалтерскому балансу в разделе 1 «Основные средства и нематериальные активы» и характеризуется следующими показателями:

- состав (виды) основных средств;
- наличие на начало и конец года;
- поступление основных средств в отчетном году;
- выбытие основных средств в отчетном году;
- использование источников финансирования в отчетном году.

Движение и уровень технического состояния основных фондов характеризуется коэффициентами обновления, выбытия, расширенного воспроизводства, износа и годности и определяются по формулам.

1. Коэффициент обновления (K_o):

$$K_o = \frac{O\Phi_n}{O\Phi_k}$$

где $O\Phi_n$ – стоимость новых основных фондов, введенных в отчетном году;

$O\Phi_k$ – стоимость основных фондов на конец отчетного года.

2. Коэффициент выбытия (K_b):

$$K_b = \frac{O\Phi_b}{O\Phi_b}$$

где $O\Phi_b$ – стоимость выбывших основных фондов в отчетном году;

$O\Phi_b$ – стоимость основных фондов на начало отчетного года.

3. Коэффициент расширенного воспроизводства основных фондов ($K_{p.v.}$):

$$K_{p.v.} = K_o - K_b$$

4. Коэффициент износа основных фондов (K_u):

$$K_u = \frac{I_n}{O\Phi_n}$$

где I_n – сумма начисленного износа основных фондов;

$O\Phi_n$ – первоначальная стоимость основных фондов.

5. Коэффициент годности основных фондов (K_z):

$$K_z = 1 - K_u$$

7.2 Виды оценки и понятие амортизации основных фондов

Основные фонды учитываются и планируются в натуральных и стоимостных показателях. Натуральные показатели (число объектов розничной, оптовой торговли, общественного питания, их производственная мощность – торговая, складская площадь, емкость хранилищ, число мест, производительность оборудования, машин и др.) необходимы для оценки состояния динамики отдельных видов основных средств, анализа обеспеченности ими и планирования потребности в них.

На основе стоимостных показателей начисляется амортизация по объектам основных средств, определяется потребность в инвестициях на воспроизводство основных средств, производится анализ эффективности их использования.

Основные средства оцениваются в бухгалтерском учете по первоначальной, восстановительной и остаточной стоимости.

Первоначальной стоимостью основных средств является сумма фактических затрат на их приобретение, сооружение, изготовление, доставку, установку и монтаж, включая таможенные платежи расходы по страхованию и перевозке, стоимость погрузочно-разгрузочных работ и др. Первоначальная стоимость объектов основных средств, внесенных учредителями в счет их вкладов в уставной фонд организации, определяется в денежной оценке, согласованной учредителями (участниками). Первоначальная стоимость основных средств, полученных безвозмездно от организаций, устанавливается по стоимости, отраженной в бухгалтерском учете у передающей стороны. Первоначальная стоимость безвозмездно полученных объектов основных средств от физических лиц определяется исходя из рыночной стоимости, а в случае невозможности оценки по рыночной стоимости – по соглашению сторон.

Восстановительная стоимость – это стоимость воспроизводства основных средств по состоянию на определенную дату при современных условиях производства и действующих на эту дату ценах. Для приведения стоимости действующих объектов основных средств в соответствии со складывающимися на рынке в результате инфляции цен, производится периодически переоценка основных средств и определяется их восстановительная стоимость. Переоценку осуществляют все организации независимо от форм собственности. Переоценке подлежат все основные фонды независимо от их технического состояния как действующие, так и находящиеся в запасе, в резерве, а также сданные в аренду. Для этого в организациях создается специальная комиссия. Переоценку основных фондов, сданных в аренду, производит арендодатель. Переоценка основных средств может быть проведена двумя методами: методом прямой оценки и индексным методом.

Определить восстановительную стоимость методом прямой оценки организация может как самостоятельно, так и с привлечением организаций, занимающихся оценочной деятельностью. При самостоятельной оценке организация подтверждает стоимость объектов соответствующими документами и материалами в письменной форме (сведения о стоимости производства новых аналогичных видов основных средств от организаций-изготовителей, об уровне цен на новые основные средства и др.).

Переоценка основных средств индексным методом осуществляется с учетом коэффициентов изменения стоимости основных средств, незавершенного строительства и неустановленного оборудования на 1 января соответствующего года, публикуемых Министерством статистики и анализа Республики Беларусь. Коэффициенты устанавливаются с учетом уровня инфляции. Восстановительная стоимость определяется путем умножения первоначальной стоимости каждого объекта основных средств на соответствующий коэффициент пересчета.

Остаточная стоимость основных средств определяется как разница между первоначальной стоимостью и суммой начисленного за период эксплуатации износа.

С 2008 г. В бухгалтерском балансе отражаются первоначальная стоимость основных средств, сумма их износа и остаточная стоимость.

Кроме перечисленных видов оценки основных средств следует иметь в виду понятие «амортизируемая стоимость». Амортизируемая стоимость – это стоимость, от величины которой рассчитываются амортизационные отчисления.

Инструкцией о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов, утвержденной 30 марта 2004 г., установлено, что в качестве амортизируемой стоимости могут являться:

1. Первоначальная стоимость объектов, введенных в эксплуатацию после перехода на действующие с 2003 г. новые условия начисления амортизации с учетом ее последующих переоценок;

2. Остаточная стоимость объектов, находящихся в эксплуатации на дату перехода на действующие с 2003 г. условия начисления амортизации с учетом ее последующих переоценок. Остаточная (недоамортизированная) стоимость объектов, находившихся в эксплуатации, рассчитывается на начало каждого отчетного года как разность первоначальной стоимости с учетом проведенных переоценок и суммы накопленной амортизации с учетом проведенных переоценок.

С 2004 г. всем организациям предоставлено право устанавливать амортизируемую стоимость объектов в размере их недоамортизированной (остаточной) стоимости на начало каждого отчетного года и распределять эту стоимость на остаточный срок полезного использования выбранным способом или на остаточный нормативный срок службы.

Изменения амортизируемой стоимости могут быть в следующих случаях:

- модернизация, реконструкция, достройка дооборудование;
- проведение переоценки основных средств по решению Правительства Республики Беларусь;
- другие случаи в соответствии с законодательством.

Понятие «амортизируемая стоимость» не следует отождествлять с термином «остаточная стоимость», так как остаточная стоимость изменяется не только на протяжении всего срока службы, но и одного года, она уменьшается на сумму амортизационных отчислений, тогда как амортизируемая стоимость представляет собой «зафиксированную» остаточную стоимость на момент перехода на новые условия начисления амортизации.

Таким образом, амортизируемая стоимость это величина постоянная, не уменьшаемая на сумму амортизационных отчислений и она будет переоцениваться в таком же порядке, как и первоначальная стоимость объекта.

По каждому объекту основных средств устанавливается нормативный срок службы или срок полезного использования.

Нормативный срок службы установлен по объектам основных средств, включенным во «Временный республиканский классификатор амортизируемых основных средств и нормативных сроков их службы». Нормативный срок службы по объектам, не включенным в действующий классификатор, устанавливается решением Комиссии на основании технической документации организаций-изготовителей.

Срок полезного использования объекта основных средств, используемого в предпринимательской деятельности, определяется при его приобретении каждым собственником с учетом ожидаемого физического и морального износа, режима эксплуатации, условий хранения, системы проведения ремонтов. Решение принимает специально созданная Комиссия с учетом перечисленных факторов и исходя из утвержденных бизнес-планов или планов внедрения инновационных технологий. При выборе сроков полезного использования объектов Комиссия может принимать их равными нормативным срокам службы соответствующих объектов. Комиссия вправе производить пересмотр нормативных сроков службы или сроков полезного использования основных средств с обязательным отражением в учетной политике, а так же в случаях завершения модернизации, реконструкции дооборудования и т.д.

В процессе эксплуатации основные фонды подвергаются физическому и моральному износу.

Физическим износом называется потеря средствами труда в процессе эксплуатации или под воздействием сил природы своих первоначальных качеств. Степень физического износа зависит от срока и интенсивности эксплуатации и от условий хранения основных фондов. Моральный износ означает утрату средствами труда своей первоначальной стоимости до их физического износа, т.е. до окончания срока физической службы.

Моральный износ бывает двух видов. Первый вид морального износа связан с удешевлением воспроизводства основных фондов в современных условиях в результате совершенствования организации производства, роста производительности труда и влияния других факторов. Второй вид морального износа обусловлен появлением новой, более производительной и экономичной техники, которая вытесняет старую.

Моральный износ основных фондов бывает полным и частичным. Полный моральный износ означает, что дальнейшее использование данного вида оборудования экономически нецелесообразно при выполнении каких-либо других работ.

При частичном моральном износе происходит снижение эффективности применения морально устаревшего оборудования по сравнению с новым оборудованием. Однако, дальнейшая эксплуатация этого вида оборудования может оказаться эффективной при выполнении отдельных других видов работ.

Важной задачей каждой организации является управление процессом износа основных фондов с целью недопущения чрезмерного физического и морального старения средств труда, прежде всего активной их части.

Возмещение физического и морального износа основных средств осуществляется путем включения части их стоимости в виде амортизационных отчислений в расходы на реализацию товаров.

Амортизационные отчисления – это денежное выражение стоимости износа основных фондов. Они начисляются ежемесячно в размере 1/12 годовой нормы, исходя из амортизируемой стоимости и годовых норм амортизационных отчислений. Сумма износа по полностью амортизированным основным фондам не начисляются. По машинам, оборудованию, транспортным средствам начисление амортизации прекращается по истечении нормативного срока их службы при условии полного перенесения их стоимости в расходы на реализацию товаров.

По объектам основных средств, используемым в предпринимательской деятельности, начисление амортизации производится линейным, нелинейным и производительным способами.

Линейный способ предусматривает равномерное (по частям) начисление организацией амортизации в течение всего нормативного срока службы или срока полезного использования объекта основных средств. При линейном способе сумма амортизационных отчислений определяется путем умножения амортизируемой стоимости на годовую норму амортизационных отчислений и деления результата на 100.

При использовании нелинейного способа начисление амортизации производится неравномерно по годам в течение срока полезного использования объекта основных средств. Начисление амортизации нелинейным способом может осуществляться по объектам основных средств, которые непосредственно участвуют в процессе производства и реализации продукции, товаров: машины, механизмы, оборудование, вычислительная техника, оргтехника, транспортные средства и др.

Нелинейный способ не распространяется на машины, оборудование, транспортные средства с нормативным сроком службы до 3 лет, легковые автомобили, кроме используемых в качестве служебных, уникальную технику и оборудование, предметы интерьера, включая мебель, предметы для отдыха досуга и развлечений.

При нелинейном способе начисления амортизации возможно использование двух методов: метод суммы чисел лет и метод уменьшаемого остатка стоимости основных средств с коэффициентом ускорения амортизации от 1 до 2,5 раза.

Сумма чисел лет срока полезного использования объекта определяется по формуле:

$$СЧЛ = \frac{СПИ * (СПИ + 1)}{2}$$

где *СЧЛ* – сумма чисел лет выбранного организацией самостоятельно срока полезного использования;

СПИ – срок использования объекта основных средств

Ежегодная норма начисления амортизации будет разная и ее можно определить по формуле:

$$N = \frac{K}{СЧЛ} * 100$$

где *N* – годовая норма начисления амортизации на соответствующий год, %;

K – количество лет до окончания срока полезного использования объекта.

Например, срок полезного использования оборудования установлен 7 лет, $СЧЛ. = \frac{7 * (7 + 1)}{2} = 28$. Норма начисления амортизации в первый год эксплуатации будет

равна 25 % ($N = \frac{7}{28} * 100$), во второй год 21,43% ($N = \frac{6}{28} * 100$), в третий год 17,85%

($N = \frac{5}{28} * 100$) и т.д.

Сумма амортизационных отчислений определяется путем умножения амортизируемой стоимости объекта на годовую норму амортизации и умножения результата на 100.

Метод уменьшаемого остатка стоимости основных средств предполагает определение годовой нормы начисления амортизации с учетом установленного организацией коэффициента ускорения амортизации в пределах 1-2,5 раза. Допустим, приобретено оборудование стоимостью 100 млн. руб. со сроком полезного использования 5 лет. Годовая норма начисления амортизации, исходя из срока полезного использования составит 20 % (100 % : 5 лет). Организация установила коэффициент ускорения амортизации 1,5. Тогда годовая норма начисления амортизации составит 30 % (20 % x 1,5). В первый год эксплуатации годовая сумма амортизационных отчислений будет равна произведению амортизируемой стоимости и годовой нормы амортизационных отчислений, рассчитанной исходя из коэффициента ускорения и составит 30 млн. руб. (100 x 30 : 100). Во второй год эксплуатации амортизация начисляется от разницы между амортизируемой стоимостью объекта (100 млн. руб.) и суммой амортизации, начисленной за первый год эксплуатации, и составит 21 млн. руб. [(100-30)*30:100]. Аналогична методика расчета на третий и четвертый год. Исключение составляет последний (пятый) год эксплуатации объекта. В пятый последний год сумма амортизационных отчислений определяется как разница между амортизируемой стоимостью объекта и суммой амортизации, начисленной за предыдущие в нашем примере первый – четвертый годы эксплуатации.

Использование методов нелинейного способа начисления амортизации позволяет ускорить темпы обновления активных основных фондов за счет более быстрого накопления средств амортизационного фонда.

Производительный способ начисления амортизации объекта основных средств предусматривает начисление амортизации исходя из амортизируемой стоимости объекта и отношения натуральных показателей объемов продукции (работ, услуг), выпущенной (выполненной) в текущем периоде к ресурсу объекта по формуле:

$$AO_t = OPI_1 \frac{AC}{\sum_{t=1}^n OPI}$$

где *AOI* – сумма амортизационных отчислений в году *t*;

AC – амортизируемая стоимость объекта;

OPI – прогнозируемый в течение срока эксплуатации объекта объем продукции (работ, услуг) в году *t*.

$t = 1, \dots, n$ – годы срока полезного использования объекта.

Выбор способа, метода начисления амортизации производится самостоятельно организацией и закрепляется учетной политикой.

По объектам основных средств, не используемых в предпринимательской деятельности, начисление амортизации производится линейным способом исходя из нормативных сроков службы и сумма ее включается в состав внереализационных расходов непосредственно или при списании расходов обслуживающих производств и хозяйств.

Методика расчета и планирования амортизационных отчислений подробно изучается в теме «Расходы организаций торговли».

7.3 Показатели эффективности использования основных фондов

В условиях развития рыночных отношений, когда источником формирования и роста основных фондов являются, прежде всего, собственные средства организаций, оценка эффективности использования средств труда приобретает особенно важное практическое значение.

Полное и эффективное использование действующих основных фондов способствует уменьшению потребности в инвестициях на их воспроизводство, росту производительности труда, снижению расходов на их эксплуатацию и увеличению на этой основе прибыли и рентабельности хозяйственной деятельности.

Для оценки эффективности использования основных фондов и производственных мощностей торговой организации применяется следующая система показателей:

1. Фондоотдача (Φ_o). Характеризуется объемом товарооборота на единицу (1 руб., 1 млн. руб.) среднегодовой стоимости основных фондов:

$$\Phi_o = \frac{T}{\overline{ОФ}},$$

где T – товароборот,

$\overline{ОФ}$ – среднегодовая стоимость основных фондов;

2. Фондоемкость (Φ_e), показатель, обратный фондоотдаче, характеризует величину основных фондов на единицу товарооборота:

$$\Phi_e = \frac{\overline{ОФ}}{T}$$

3. Уровень активной части основных фондов ($У_a$), характеризует долю активной части основных фондов в общей стоимости основных фондов:

$$У_a = \frac{\overline{ОФ_a}}{\overline{ОФ}} * 100$$

где $\overline{ОФ_a}$ – среднегодовая стоимость активных основных фондов;

4. Коэффициент эффективности использования (или прибыльности) основных фондов ($К_э$), характеризует величину прибыли, полученную на единицу среднегодовой стоимости основных фондов:

$$К_э = \frac{\overline{П}}{\overline{ОФ}},$$

где $\overline{П}$ – прибыль;

5. Фондооснащенность (Φ_{oc}) показывает величину основных фондов, приходящуюся на одного среднесписочного работника:

$$\Phi_{oc} = \frac{\overline{ОФ}}{\overline{СЧР}},$$

где $\overline{СЧР}$ – среднесписочная численность работников;

6. Фондовооруженность (Φ_v) характеризует величину активных основных фондов, приходящуюся на одного торгово-оперативного работника:

$$\phi_s = \frac{\overline{O\Phi_a}}{ЧТП},$$

где ЧТП – среднесписочная численность торгово-оперативного персонала;

7. Товарооборот на 1 кв.м. торговой площади определяется путем деления объема товарооборота на размер торговой площади;

8. Прибыль на 1 кв.м. торговой площади рассчитывается путем деления суммы полученной прибыли на размер торговой площади.

Показатели товарооборота и прибыли на 1 кв.м. торговой (общей) площади характеризуют эффективность использования производственной мощности розничной торговой организации. Анализ уровня и динамики этих показателей особенно в сравнении с показателями однотипных организаций заставляет работников изыскивать возможности и определять конкретные пути увеличения пропускной способности магазина, повышения удельного веса торговой площади в общей площади, расширения продажи товаров прогрессивными методами. Следует заметить, что оценка эффективности работы магазинов по показателям товарооборота и прибыли на 1 кв.м. площади получила широкое распространение в зарубежных торговых фирмах.

9. Интегральный показатель эффективности использования основных фондов (I). Определяется по формуле:

$$I = \sqrt{\Phi O * K_э};$$

Интегральный показатель применяется в ситуациях, когда тенденция динамики основных показателей эффективности использования основных фондов носит разнонаправленный характер.

К системе показателей, характеризующих уровень использования активной части основных фондов и производственных мощностей и позволяющих выявить резервы улучшения их использования, относятся также:

а) Коэффициент экстенсивного использования оборудования (Кэ). Определяется по формуле:

$$K_э = \frac{t\phi}{\Phi_p},$$

где tφ – фактическое количество часов работы оборудования,

Φp – режимный фонд времени работы машин и оборудования;

б) Коэффициент интенсивного использования машин и оборудования (Ки). Характеризует уровень использования машин и оборудования по мощности, определяется по формуле:

$$K_u = \frac{П\phi}{П_н},$$

где Пφ – фактическая производительность машин и оборудования в единицу времени,

Пн – нормативная (по техническому паспорту) производительность оборудования;

в) Интегральный коэффициент использования оборудования (I). Характеризует уровень использования машин и оборудования во времени и по мощности I=Кэ*Ки, учитывает совокупное влияние как экстенсивных, так и интенсивных факторов.

Произведем анализ эффективности использования основных фондов за отчетный год по торговой организации (см. табл. 7.1 и 7.2).

Таблица 7.1 Исходные данные для анализа эффективности использования основных фондов торговой организации (млн. руб.)

Показатели	Прошлый	Отчетный	Отчетный год в % к прошлому
	год	год	
Розничный товарооборот	11548	13936	120,6
Прибыль	417	446	107

Среднегодовая стоимость основных фондов, в том числе активные основные фонды	1114	1182	106,1
	668	764	114,4
Среднесписочная численность работников в том числе торгово-оперативный персонал	137	143	104,3
	94	98	104,2
Торговая площадь (кв.м.)	1000	1000	100

Таблица 7.2 Динамика показателей эффективности использования основных фондов торговой организации

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Отчетный год в % к прошлому
Фондоотдача, руб.	10,36	11,79	113,8
Фондоемкость, руб.	0,096	0,084	88,3
Уровень активной части основных фондов, %	60	64,7	107,8
Коэффициент эффективности использования основных фондов	0,37	0,38	102,7
Фондооснащенность, млн. руб.	8,12	8,26	101,7
Фондовооруженность, млн. руб.	7,1	7,8	109,8
Товарооборот на 1 кв.м. торговой площади, млн. руб.	1,55	13,93	120,6
Прибыль на 1 кв.м. торговой площади, млн. руб.	0,417	0,42	100,7
Интегральный показатель эффективности использования основных фондов	1,96	2,11	107,6

Как видно из данных таблицы 7.2, эффективность использования основных фондов в отчетном году повысилась. Фондоемкость основных фондов снизилась с 0,096 до 0,084 руб. в расчете на рубль основных фондов.

В системе показателей эффективности использования основных фондов приоритетная роль принадлежит фондоотдаче и коэффициенту эффективности использования (или прибыльности) основных фондов. Поэтому в процессе анализа необходимо, прежде всего, изучить динамику этих показателей и влияние на них основных факторов.

На фондоотдачу и коэффициент эффективности использования основных фондов влияют изменения стоимости основных фондов, объема товарооборота и величины полученной прибыли. Для расчета влияния этих факторов необходимо определить условные показатели фондоотдачи (Φ_o') и коэффициента эффективности использования основных фондов (K_{Φ}) по формулам:

$$\Phi_o^1 = \frac{T}{O\Phi_o} ; \quad K_{\Phi}^1 = \frac{\Pi_o}{O\Phi_B} ,$$

где T_o – фактический товарооборот за отчетный год,

$O\Phi_B$ – среднегодовая стоимость основных фондов за прошлый год,

Π_o – прибыль за отчетный год.

На основе данных таблицы 7.1 рассчитаем условные показатели фондоотдачи и коэффициента эффективности использования основных фондов.

$$\Phi_o^1 = 13936:1114 = 12,5 \text{ руб.}; \quad K_{\varepsilon}^1 = 446:1114 = 0,4 \text{ руб.}$$

Для определения влияния изменения объема товарооборота на фондоотдачу и коэффициент эффективности использования основных фондов необходимо сравнить условные показатели с показателями базисного (прошлого) года.

Влияние изменения среднегодовой стоимости основных фондов на названные показатели устанавливается путем сравнения фондоотдачи и коэффициента эффективности использования основных фондов за отчетный год с исчисленными условными показателями (табл. 7.3).

Таблица 7.3 Обобщение влияния факторов на фондоотдачу и коэффициент эффективности использования основных фондов

Показатели	Условный показатель	Прошлый год	Отчетный год	Изменения	в том числе за счет	
					объема товарооборота (гр.2-гр.3)	величины прибыли (гр.2-гр.3)
1	2	3	4	5	6	7
Фондоотдача, руб.	12,5	10,36	1179	+1,43	+2,14	x
Коэффициент эффективности использования основных фондов	0,4	0,37	0,38	+0,01	x	+0,03

В соответствии с данными таблицы 7.3 основными факторами увеличения фондоотдачи и прибыльности основных фондов явились соответственно рост объема товарооборота в отчетном году на 12,5 % и прибыли на 7 %. За счет увеличения среднегодовой стоимости основных фондов фондоотдача уменьшилась на 0,071 руб., а прибыль на 0,002 руб. в расчете на 1 рубль основных фондов.

При анализе эффективности использования основных фондов следует учесть взаимосвязь между производительностью труда, фондоотдачей и фондовооруженностью труда.

Эту взаимосвязь можно выявить, если формулу расчета фондоотдачи по активным основным фондам ($\Phi_{oi} = T : \overline{OF}_a$) преобразовать, разделив числитель и знаменатель на среднесписочную численность торгово-оперативных работников. Тогда формула примет вид:

$$\left(\frac{T}{ЧТП} = ПТ ; \quad \frac{\overline{OF}_a}{ЧТП} = \Phi_B ; \quad \Phi_{o.a.} = \frac{ПТ}{\Phi_B} ; \quad ПТ = \Phi_{o.a.} * \Phi_B \right),$$

где ПТ – производительность труда (средний оборот на одного торгово-оперативного работника),

Φ_B – фондовооруженность труда.

Тогда производительность труда (ПТ) будет равна произведению фондоотдачи и фондовооруженности ($ИТ = \Phi_{o.a.} * \Phi_B$).

Рост производительности труда находится в прямой зависимости от роста фондоотдачи и фондовооруженности труда. Оптимальным считается вариант, когда темпы роста производительности труда опережают темпы роста фондовооруженности. Такое соотношение обеспечивает снижение фондоемкости товарооборота.

Чем выше темпы роста производительности труда, тем ниже фондоемкость товарооборота, тем меньше расходы по эксплуатации основных фондов и тем выше рентабельность основных фондов.

Используя данные таблицы 7.1, произведем анализ влияния изменения фондоотдачи по активным основным фондам и фондовооруженности труда на производительность труда торгово-оперативных работников.

Таблица 7.4 Исходные данные для анализа влияния изменения фондоотдачи и фондовооруженности на производительность труда

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменения (+/-)
Средний оборот на одного торгово-оперативного работника, млн. руб.	122,8	142,2	+19,4
Фондоотдача по активным основным фондам, руб.	17,29	18,24	+0,95
Фондовооруженность труда, млн. руб.	7,1	7,8	+0,7

Для определения влияния изменения фондоотдачи и фондовооруженности на производительность труда рассчитаем условную производительность труда путем умножения фондоотдачи за отчетный год на фондовооруженность за прошлый год:

$$ПТ' = Ф_{о.отч.} \times Ф_{в.б.},$$

где ПТ' - условный показатель производительности труда,

Ф_{о.отч.} – фондоотдача по активным основным фондам за отчетный год,

Ф_{в.б.} – фондовооруженность труда за прошлый (базисный) год.

$$ПТ' = 18,24 \times 7,1 = 129,5 \text{ млн. руб.}$$

Рост среднего оборота на одного торгово-оперативного работника (производительности труда) на 19,4 млн. руб. обеспечен за счет:

роста фондоотдачи по активным основным фондам на 6,7 млн. руб. (129,5 – 122,8);

повышения фондовооруженности труда на 12,7 млн. руб. (142,2 – 129,5).

Эффективность использования основных фондов оказывает непосредственное влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности торговой организации – прибыль и рентабельность, прежде всего, через такие показатели как товарооборот и расходы на реализацию товаров. Так, с ростом фондоотдачи увеличивается производительность труда и на этой основе товарооборот, а уровень расходов на оплату труда снижается, что ведет к росту прибыли.

Расходы на аренду, эксплуатацию и содержание основных фондов в торговых организациях составляют около одной трети всех издержек обращения. Поэтому рост фондоотдачи, снижение фондоемкости товарооборота за счет эффективного использования производственной мощности организации обеспечивают снижение издержек обращения и увеличение прибыли.

Кроме того, следует иметь в виду, что состояние основных фондов, их технический уровень влияют на культуру торгового обслуживания населения (внедрение прогрессивных методов продажи товаров и технологий торговых процессов, эстетический облик торговых помещений), на создание благоприятных условий для работы и отдыха торгового персонала (внедрение современных видов оборудования и техники, соблюдение санитарно-гигиенических требований и др.), что способствует повышению производительности труда и на этой основе росту товарооборота, снижению расходов, увеличению прибыли.

Основными направлениями улучшения использования основных фондов организаций торговли являются:

полное использование торговых помещений за счет установления оптимального режима работы с учетом интенсивности движения покупательских потоков, увеличения удельного веса торговой площади применения прогрессивных методов продажи товаров и

прогрессивных технологий организации торговых процессов, расширения перечня и повышения качества предоставляемых покупателям дополнительных услуг;

- сокращение сроков текущего и капитального ремонтов основных фондов;
- внедрение инноваций в технологии продажи и торгового обслуживания;
- повышение коэффициента использования машин и оборудования по времени и мощности за счет сокращения простоев, повышения степени их загрузки, своевременной установки и рационального размещения в торговом зале, поддержания путем профилактического ремонта соответствующего технического состояния, повышения уровня квалификации персонала, обслуживающего машины и оборудование;
- продажа излишних основных фондов или сдача их в аренду;
- широкое использование такого особого вида аренды машин, оборудования, транспортных средств и других средств труда, каким является лизинг. Получение необходимого оборудования во временное пользование на условиях лизинга позволяет организациям осуществлять техническое перевооружение и обновление основных фондов без больших первоначальных инвестиций в воспроизводство основных фондов, не затрачивать большие средства на покупку дорогостоящего оборудования, что особенно важно для небольших и средних магазинов.

7.4. Необходимость, сущность и формы воспроизводства основных фондов

Обеспечение роста товарооборота и повышения качества торгового обслуживания требуют постоянного обновления и совершенствования основных фондов.

Воспроизводство основных фондов на новой технической основе – это условие поддержания конкурентоспособности и высокой репутации организации на рынке. Воспроизводство основных фондов представляет собой непрерывный процесс их обновления путем нового строительства, реконструкции и технического перевооружения действующих предприятий, приобретения нового и модернизации действующего оборудования и техники.

Основная цель воспроизводства основных фондов – это обеспечение организации необходимыми основными фондами в соответствии с ростом объемов торговой деятельности и поддержание их в рабочем состоянии.

Воспроизводство основных фондов может быть простое и расширенное. Формами простого воспроизводства являются текущий и капитальный ремонт. Расширенное воспроизводство основных фондов осуществляется с помощью инвестиций. Важнейшим принципом в осуществлении инвестиционной деятельности являются свобода инвесторов в принятии решений об участии в тех или иных инвестиционных проектах (программах) с учетом своих интересов.

Приоритетным направлением инвестиционной политики на современном этапе является направление инвестиций на реконструкцию, техническое перевооружение действующих объектов торговли, привлечение инвестиционных ресурсов негосударственных источников в развитие торговой инфраструктуры, в том числе зарубежных инвесторов на основе создания совместных предприятий. Увеличение инвестиций на техническое перевооружение и реконструкцию позволяет в кратчайшие сроки качественно обновить основные фонды, преодолеть тенденцию их физического и морального старения.

Объектами инвестиций в воспроизводство основных фондов торговой деятельности являются: строительство новых объектов, расширение, реконструкция, техническое перевооружение действующих организаций (предприятий), приобретение новых машин, оборудования, вычислительной техники, внедрение инноваций в технологии торговых процессов и обслуживания, модернизацию оборудования.

Новое строительство и расширение действующих предприятий представляют собой экстенсивные формы расширенного воспроизводства основных фондов, а реконструкция и техническое перевооружение действующих предприятий являются интенсивными формами расширенного воспроизводства основных фондов.

Новое строительство – это строительство магазинов, предприятий общественного питания и других объектов на новых площадках и по первоначальному проекту в целях создания новых производственных мощностей. К новому строительству относится также строительство вторых и последующих очередей до ввода всех запроектированных объектов на новую проектную мощность, расширение на 75 и более процентов мощностей действующего объекта при условии подвода новых коммуникаций.

Расширение действующих предприятий – это увеличение мощностей действующего предприятия за счет создания дополнительных производств (цехов), надстройки одного или нескольких этажей при условии, что при строительстве не будут подводиться новые внеплощадочные коммуникации.

Реконструкция действующих организаций (предприятий) представляет собой комплекс мероприятий по частичному воспроизводству активной и пассивной частей основных фондов на новой технической основе в целях внедрения прогрессивных методов продажи товаров и торгового обслуживания, улучшения условий труда, механизации и автоматизации трудоемких процессов, повышения культуры торговли. К реконструкции также относятся переоборудование или приспособление неторговых помещений под объекты торговли или общественного питания. За счет проведения реконструкции должно обеспечиваться увеличение пропускной способности организации, повышение производительности труда, улучшение условий труда, ускорение оборачиваемости товаров, снижение расходов на реализацию товаров и повышение культуры торговли

Техническое перевооружение – это осуществление комплекса мероприятий по повышению технико-экономического уровня действующих предприятий на основе внедрения передовой техники и технологии товародвижения, механизации и автоматизации торговых процессов, модернизации и замены морально устаревшего и физически изношенного оборудования новым без расширения торговой и складской площади, без проведения строительно-монтажных работ кроме работ по привязке оборудования. Техническое перевооружение проводится также с целью увеличения пропускной способности организации (предприятия), повышения культуры обслуживания покупателей, роста производительности труда и улучшения условий труда. В зависимости от объема выполняемых работ техническое перевооружение может быть малое, среднее, полное с коэффициентами обновления активной части основных фондов соответственно до 0,3, 0,3-0,7 и более 0,7.

Эффективность инвестиций, направленных на техническое перевооружение, определяется показателями прироста производственной мощности и товарооборота, сокращения доли ручного труда, экономии топливно-энергетических и других материальных ресурсов.

Следует иметь в виду, что понятие «реконструкции предприятия» шире, чем понятие «техническое перевооружение», поскольку оно предполагает широкое обновление как активной, так и пассивной частей основных фондов на основе принципиально новой технологии и техники.

Модернизация действующего оборудования – это усовершенствование отдельных частей оборудования (замена отдельных частей или узлов), находящегося в эксплуатации с целью повышения его производительности, снижения энергоемкости, увеличения грузовой поверхности и т.п.

Инвестиции на воспроизводство основных фондов увеличиваются и планируются как по объему, так и по структуре. Различают отраслевую, воспроизводственную, технологическую структуру.

Отраслевая структура характеризует распределение инвестиций по отраслям торговой деятельности (розничная, оптовая торговля, предприятия общественного питания).

Воспроизводственная структура отражает функциональную роль инвестиций в процессе расширенного воспроизводства основных фондов и предусматривает распределение объема инвестиций по их направлениям: новое строительство расширение,

реконструкция, техническое перевооружение действующих предприятий модернизация оборудования.

Техническая структура характеризует расширение объема инвестиций по видам затрат: строительные-монтажные работы оборудование инструмент, инвентарь из них оборудования для замены устаревшего оборудования, прочие затраты (разработка технико-экономического оборудования, проектирования и строительства крупных объектов, расходы по отводу земельных участков затраты на содержание дирекции строящихся объектов и по техническому надзору и др.).

От технологической структуры инвестиций зависит их эффективность. Увеличение в общем объеме инвестиций доли машин и оборудования и затрат на внедрение новых торговых технологий способствует росту эффективности и за счет повышения уровня механизации трудоемких работ, роста производительности труда, ускорения товарооборачиваемости.

Источниками финансирования инвестиций в воспроизводство основных фондов торговых организаций являются:

- амортизационные фонды;
- нераспределенная прибыль прошлых лет;
- чистая прибыль отчетного года;
- долгосрочные кредиты и займы;
- средства инновационного фонда;
- бюджетное финансирование на строительство объектов, имеющих региональное или межотраслевое значение;
- экономия от снижения стоимости строительных работ, осуществляемых хозяйственным способом.

Программа развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006 – 2010 гг. предусматривает комплекс мер по внедрению технологических, управленческих, информационных инноваций. Укрупнение розничной торговой сети на основе строительства объектов в формате гипермаркетов, супермаркетов торговых центров. Получат развитие различные системы дисконтной торговли, электронная торговля, отечественные торговые сети.

Всем областям и г. Минску установлены задания на 2006 – 2010 гг. по развитию розничной торговой сети в том числе по открытию магазинов самообслуживания, магазинов с торговой площадью 650 и 1000 кв.м.. фирменных магазинов, торговых центров. Кроме того, определены 16 инвестиционных проектов по развитию торговой инфраструктуры, в том числе 12 проектов по строительству торговых центров. Объем инвестиций в развитие инфраструктуры торговли предусмотрен в объеме 700 млрд. руб. (в ценах 2005 г.) они будут направлены на строительство реконструкцию и техническое перевооружение объектов торговли и внедрение новых технологий. Источниками финансирования будут собственные средства самой отрасли «торговля», в том числе средства инновационного фонда Министерства торговли. Финансирование из республиканского и местного бюджетов не предусматриваются.

7.5. Планирование инвестиций в организациях торговли

Основой для планирования инвестиций в воспроизводство основных фондов является план развития материально-технической базы организации, предусматривающий новое строительство, реконструкцию, расширение, техническое перевооружение действующих объектов, внедрение новых технологий, приобретение оборудования, капитальный ремонт основных фондов, строительство, ремонт объектов социальной сферы, расширение торговых площадей за счет приспособления нежилых помещений и др.

Планирование инвестиций осуществляется самостоятельно торговой организацией отдельно по каждому виду (новое строительство, реконструкция, техническое

первооружение и т.д.) с учетом имеющихся или возможных источников финансирования. Так, например, план капитального строительства новых объектов предусматривает следующие показатели:

1. общий объем инвестиций на строительство объекта и объем строительно-монтажных работ;
2. ввод в действие основных фондов и производственных мощностей;
3. расчет экономической эффективности инвестиций и срока окупаемости;
4. объем незавершенного строительства по объектам со сроком строительства более года.

В объем ввода в действие основных фондов включается стоимость законченных и принятых в эксплуатацию торговых объектов, вводимого оборудования, инвентаря, зачисляемого в основные фонды.

Показателями, характеризующими ввод в действие производственных мощностей, являются торговая площадь (кв.м.), число мест в предприятии общественного питания, площадь складов (кв.м.), емкость холодильников, хранилищ (т.), производительность оборудования.

План ввода в действие производственных мощностей определяется исходя из установленных норм продолжительности строительства, сроков изготовления технической документации и поставки оборудования.

Объем инвестиций на строительство нового объекта определяется путем умножения намечаемого ввода в действие производственных мощностей на норматив удельных затрат по формуле: $\Sigma И = M * УНЗ$,

где $\Sigma И$ – объем инвестиций (капитальных вложений);

M – производственная мощность объекта (торговая или складская площадь, число мест предприятия общественного питания);

$УНЗ$ – норматив удельных затрат на единицу производственной мощности (на 1 кв.м. торговой площади, на 1 кв.м. складской площади, на одну тонну емкости хранилищ, холодильников, на 1 место в обеденном зале).

УНЗ – это денежные затраты на создание новых или реконструкцию действующих объектов в расчете на единицу производственной мощности.

Объем инвестиций по переходящим стройкам-объектам определяется на основе проектно-системной документации, в которой определены на очередной планируемый год остатки сметной стоимости и сумма ввода основных фондов.

При определении стоимости строительно-монтажных работ организации руководствуются сметными нормами и ценами в строительстве. Установлены так же предельные нормы накладных расходов и плановой рентабельности. С учетом инфляции Министерство строительства и Архитектуры Республики Беларусь ежемесячно публикует предельные индексы изменения стоимости строительно-монтажных работ по элементам затрат. Предельные индексы изменения стоимости строительно-монтажных работ определяются в среднем по республике и дифференцированно по каждой области и г. Минску. Они применяются для расчетов за выполненные работы по объектам отраслевого значения, финансируемых за счет средств бюджета, инновационного фонда и кредитов. Для остальных строек они носят рекомендательный характер.

Основным предплановым и предпроектным документом, на основе которого решаются вопросы планирования и проектирования строительства, является технико-экономическое обоснование (ТЭО) на строительство объектов торговли.

В ТЭО на основе сопоставления различных вариантов с учетом критерия окупаемости затрат делается вывод о целесообразности вложения средств в объект и определяются наиболее эффективные экономические, организационные и экологические решения по строительству и эксплуатации объекта.

ТЭО составляется только на крупные объекты (общегородского, районного значения), по остальным объектам составляются в сокращенном виде технико-экономические расчеты (ТЭР).

В ТЭО и ТЭР строительства магазина предусматриваются три группы показателей:

1. экономические показатели, характеризующие объемы торговой деятельности (товарооборот, общая и торговая площадь, прибыль, численность работников, затраты на формирование собственных оборотных средств и др.);

2. прогрессивные показатели технического уровня магазина (товарооборот на 1 кв.м. торговой площади, расход воды и электроэнергии в расчете на 1 кв.м. площади, уровень механизации труда, расход топлива и энергии на 1 кв.м. площади, уровень прогрессивности организации торгово-технологических процессов и др.);

3. показатели, характеризующие стоимость строительства и окупаемость затрат (расчетная стоимость строительства, в том числе СМР, оборудование, прочие затраты, нормы затрат на 1 кв.м. торговой площади, срок окупаемости затрат (лет), продолжительность строительства, строительный объем (куб.м.), строительный объем торговой площади (куб.м.)).

Проектирование объектов начинается только при наличии ТЭО или ТЭР. Задание на проектирование составляется на основе данных и расчетов, содержащихся в ТЭО или ТЭР, предусматривающих экономическую целесообразность и эффективность строительства. Задание на проектирование составляется в соответствии со строительными нормами и правилами (СНиП) и должно содержать следующие показатели:

- наименование объекта;
- вид строительства (новое, реконструкция, расширение объекта);
- район, пункт и площадка строительства;
- мощность и режим работы предприятия;
- техническая схема производства или обслуживания, механизация и автоматизация производственных (торговых) процессов;
- основные технико-экономические показатели и сметная стоимость строительства;
- сроки начала и окончания строительства;
- численность работающих;
- особые условия.

Строительство новых, реконструкция, техническое перевооружение, расширение действующих организаций могут осуществляться двумя способами: подрядным и хозяйственным. При подрядном способе торговая организация заключает с соответствующей строительной организацией договор подряда на выполнение соответствующих видов строительных работ. При хозяйственном способе все виды строительных и ремонтных работ осуществляются силами и средствами самой организации.

8.5. Планирование инвестиций в организациях торговли

Основой для планирования инвестиций в воспроизводство основных фондов является план развития материально-технической базы организации, предусматривающий новое строительство, реконструкцию, расширение, техническое перевооружение действующих объектов, внедрение новых технологий, приобретение оборудования, капитальный ремонт основных фондов, строительство, ремонт объектов социальной сферы, расширение торговых площадей за счет приспособления нежилых помещений и др.

Планирование инвестиций осуществляется самостоятельно торговой организацией отдельно по каждому виду (новое строительство, реконструкция, техническое перевооружение и т.д.) с учетом имеющихся или возможных источников финансирования. Так, например, план капитального строительства новых объектов предусматривает следующие показатели:

5. общий объем инвестиций на строительство объекта и объем строительно-монтажных работ;
6. ввод в действие основных фондов и производственных мощностей;
7. расчет экономической эффективности инвестиций и срока окупаемости;
8. объем незавершенного строительства по объектам со сроком строительства более года.

В объем ввода в действие основных фондов включается стоимость законченных и принятых в эксплуатацию торговых объектов, вводимого оборудования, инвентаря, зачисляемого в основные фонды.

Показателями, характеризующими ввод в действие производственных мощностей, являются торговая площадь (кв.м.), число мест в предприятии общественного питания, площадь складов (кв.м.), емкость холодильников, хранилищ (т.), производительность оборудования.

План ввода в действие производственных мощностей определяется исходя из установленных норм продолжительности строительства, сроков изготовления технической документации и поставки оборудования.

Объем инвестиций на строительство нового объекта определяется путем умножения намечаемого ввода в действие производственных мощностей на норматив удельных затрат по формуле: $\Sigma И = М * УНЗ$,

где $\Sigma И$ – объем инвестиций (капитальных вложений);

$М$ – производственная мощность объекта (торговая или складская площадь, число мест предприятия общественного питания);

$УНЗ$ – норматив удельных затрат на единицу производственной мощности (на 1 кв.м. торговой площади, на 1 кв.м. складской площади, на одну тонну емкости хранилищ, холодильников, на 1 место в обеденном зале).

УНЗ – это денежные затраты на создание новых или реконструкцию действующих объектов в расчете на единицу производственной мощности.

Объем инвестиций по переходящим стройкам-объектам определяется на основе проектно-системной документации, в которой определены на очередной планируемый год остатки сметной стоимости и сумма ввода основных фондов.

При определении стоимости строительно-монтажных работ организации руководствуются сметными нормами и ценами в строительстве. Установлены так же предельные нормы накладных расходов и плановой рентабельности. С учетом инфляции Министерство строительства и Архитектуры Республики Беларусь ежемесячно публикует предельные индексы изменения стоимости строительно-монтажных работ по элементам затрат. Предельные индексы изменения стоимости строительно-монтажных работ определяются в среднем по республике и дифференцированно по каждой области и г. Минску. Они применяются для расчетов за выполненные работы по объектам отраслевого значения, финансируемых за счет средств бюджета, инновационного фонда и кредитов. Для остальных строек они носят рекомендательный характер.

Основным предплановым и предпроектным документом, на основе которого решаются вопросы планирования и проектирования строительства, является технико-экономическое обоснование (ТЭО) на строительство объектов торговли.

В ТЭО на основе сопоставления различных вариантов с учетом критерия окупаемости затрат делается вывод о целесообразности вложения средств в объект и определяются наиболее эффективные экономические, организационные и экологические решения по строительству и эксплуатации объекта.

ТЭО составляется только на крупные объекты (общегородского, районного значения), по остальным объектам составляются в сокращенном виде технико-экономические расчеты (ТЭР).

В ТЭО и ТЭР строительства магазина предусматриваются три группы показателей:

4. экономические показатели, характеризующие объемы торговой деятельности (товарооборот, общая и торговая площадь, прибыль, численность работников, затраты на формирование собственных оборотных средств и др.);

5. прогрессивные показатели технического уровня магазина (товарооборот на 1 кв.м. торговой площади, расход воды и электроэнергии в расчете на 1 кв.м. площади, уровень механизации труда, расход топливной энергии на 1 кв.м. площади, уровень прогрессивности организации торгово-технологических процессов и др.);

6. показатели, характеризующие стоимость строительства и окупаемость затрат (расчетная стоимость строительства, в том числе СМР, оборудование, прочие затраты, нормы затрат на 1 кв.м. торговой площади, срок окупаемости затрат (лет), продолжительность строительства, строительный объем (куб.м.), строительный объем торговой площади (куб.м.)).

Проектирование объектов начинается только при наличии ТЭО или ТЭР. Задание на проектирование составляется на основе данных и расчетов, содержащихся в ТЭО или ТЭР, предусматривающих экономическую целесообразность и эффективность строительства. Задание на проектирование составляется в соответствии со строительными нормами и правилами (СНиП) и должно содержать следующие показатели:

- наименование объекта;
- вид строительства (новое, реконструкция, расширение объекта);
- район, пункт и площадка строительства;
- мощность и режим работы предприятия;
- техническая схема производства или обслуживания, механизация и автоматизация производственных (торговых) процессов;
- основные технико-экономические показатели и сметная стоимость строительства;
- сроки начала и окончания строительства;
- численность работающих;
- особые условия.

Строительство новых, реконструкция, техническое перевооружение, расширение действующих организаций могут осуществляться двумя способами: подрядным и хозяйственным. При подрядном способе торговая организация заключает с соответствующей строительной организацией договор подряда на выполнение соответствующих видов строительных работ. При хозяйственном способе все виды строительных и ремонтных работ осуществляются силами и средствами самой организации.

7.6. Показатели экономической эффективности инвестиций

Выбор экономически выгодных направлений инвестиций в воспроизводство основных фондов, обеспечивающих наибольший прирост товарооборота и прибыли, сокращение сроков окупаемости затрат, является актуальной задачей для каждой организации.

Расчеты экономической эффективности инвестиций производятся при планировании и эксплуатации торговых объектов.

Цель определения экономической эффективности инвестиций при планировании объема и структуры инвестиций состоит в том чтобы выбрать и экономически обосновать наиболее эффективные направления их использования

Расчеты экономической эффективности инвестиций на стадии проектирования составляются в целях определения наиболее экономичного варианта строительства или расширения, реконструкции, технического перевооружения действующих объектов торговли.

Различают экономическую и социальную эффективность инвестиций. Показателями экономического эффекта могут быть рост товарооборота, доходов, прибыли, производительности труда, снижение расходов на реализацию товаров. Социальный эффект

выражается в более полном удовлетворении спроса населения на товары, высоком качестве торгового обслуживания, сокращении затрат времени покупателей на приобретение товаров.

Экономическая эффективность инвестиций определяется путем соизмерения эффекта, полученного за счет инвестиций с суммой затраченных инвестиционных расходов. Для расчета используются проектные, плановые и фактические данные.

Для оценки экономической эффективности инвестиций в торговых организациях может быть использована следующая система показателей.

1. Коэффициент общей (абсолютной) эффективности инвестиций (E). Он определяется по формуле:

$$E = \frac{\Delta\Pi}{I},$$

где $\Delta\Pi$ – прирост прибыли, полученной за счет инвестиций;
 I – сумма израсходованных инвестиций.

По новым строящимся объектам $E = \frac{\Pi}{I}$,

где Π – прогнозируемая сумма прибыли по строящемуся объекту.

Коэффициент « E » должен сопоставляться с нормативным коэффициентом (E_n) эффективности инвестиций. Если $E > E_n$, то проектируемые инвестиции признаются эффективными.

2. Срок окупаемости инвестиций (T) рассчитывается по формуле:

$$T = \frac{I}{\Pi};$$

3. Сравнительная экономическая эффективность инвестиций при наличии нескольких вариантов вложения средств в объект определяется по минимуму приведенных затрат по формуле:

$$Z_n = P_p + E_n * I,$$

где Z_n – затраты приведенные,

P_p – расходы на реализацию продукции, товаров (услуг) по каждому варианту строительства,

E_n – нормативный коэффициент эффективности инвестиций (устанавливается по отрасли дифференцированно по розничной, оптовой торговле, общественному питанию). E_n – это нижняя граница эффективности инвестирования средств в объект.

Показателем наиболее эффективного вложения средств в рассматриваемый объект является минимум приведенных затрат по одному из вариантов.

Приведенными затратами являются суммы расходов на реализацию товаров в проектируемом объекте и инвестиций, приведенные к единой размерности через нормативный коэффициент эффективности (E_n).

Определение сравнительной экономической эффективности в реконструкцию, расширение и техническое перевооружение действующих организаций (предприятий) производится путем сравнения показателей по вариантам этих работ с показателями строительства новых и действующих аналогичных объектов, а также с показателями организации (предприятия) до реконструкции.

При сравнении и выборе вариантов инвестиций по минимуму приведенных затрат необходимо обеспечить сопоставимость показателей. Так, если предусматривается разный объем товарооборота по вариантам, то суммы расходов на реализацию товаров и инвестиций по варианту с меньшим объемом товарооборота должны быть приведены в сопоставимый вид.

Если работы по реконструкции и техническому перевооружению связаны с частичной ликвидацией действующих основных фондов, остаточная стоимость этих фондов добавляется к соответствующей сумме инвестиций.

4. Экономическая эффективность реконструкции, расширения действующих организаций (предприятий) определяется по формуле:

$$E_p = \frac{\Delta\Pi}{I_p},$$

где $\Delta\Pi$ – прирост прибыли, полученный в результате реконструкции действующего объекта,

I_p – инвестиции на реконструкцию,

$$E_p = I_c - K_n + K_l,$$

где I_c – инвестиции на реконструкцию по смете,

K_n – стоимость основных фондов, высвобожденных в результате реконструкции и передаваемых для использования на других объектах,

K_l – остаточная стоимость основных фондов, ликвидируемых в процессе реконструкции.

Срок окупаемости инвестиций (T_p) в реконструкцию определяется по формуле:

$$T_p = \frac{I_p}{\Delta\Pi},$$

Для обоснования экономической целесообразности инвестиций и выявления резервов повышения их эффективности может быть использован ряд частных показателей, характеризующих влияние инвестиций на рост или снижение отдельных показателей, связанных с деятельностью торговых организаций. К их числу относятся:

а) Удельные капитальные вложения (инвестиции) на прирост товарооборота (I_y). Они исчисляются по формуле:

$$I_y = \frac{I_y}{\Delta T},$$

где I_y – общая сумма инвестиций в воспроизводство объектов основных средств,

ΔT – прирост товарооборота, достигнутый за счет инвестиций;

б) Прирост производительности труда ($\Delta\Pi T$), обеспеченный за счет инвестиций. Определяется по формуле:

$$\Delta\Pi T = \frac{\Delta T}{СЧР},$$

где ΔT – сумма прироста товарооборота,

$СЧР$ – среднесписочная численность работников;

в) Уровень инвестиций в реконструкцию и техническое перевооружение действующих объектов (Y_p):

$$Y_p = \frac{I}{I_p} * 100,$$

где I_p – инвестиции на реконструкцию и техническое перевооружение,

I – общая сумма инвестиций.

г) Удельный вес инвестиций на приобретение и модернизацию оборудования ($Y_{б.о.}$):

$$Y_{б.о.} = \frac{I}{I_{об}} * 100,$$

где $I_{об}$ – инвестиции на оборудование;

д) Уровень механизации труда ($Y_{м.т.}$):

$$Y_{м.т.} = \frac{СРЧ_{м.т.}}{СРЧ} * 100,$$

где $СРЧ_{м.т.}$ – среднесписочная численность работников, занятых механизированным трудом,

$СРЧ$ – среднесписочная численность работников;

е) Уровень продажи товаров прогрессивными методами ($Y_{п.м.}$):

$$Y_{n..m} = \frac{T_{n..m}}{T} * 100,$$

где $T_{n..m}$ – объем реализации товаров прогрессивными методами,
 T – общий объем товарооборота.

Комплексная оценка экономической эффективности инвестиций включает также определение экономического эффекта от внедрения мероприятий по внедрению новой техники. Годовой экономический эффект (\mathcal{E}_g) определяется по формуле:

$$\mathcal{E}_g = (Z_1 * \frac{B_2}{B_1}) - Z_2,$$

где Z_1 и Z_2 – приведенные затраты на годовой объем работы, выполненной с помощью базовой и новой техники.

B_1 и B_2 – годовой объем товарооборота (работ) выполненные с помощью базовой и новой техники

Внедрение новой техники в организациях торговли способствует росту производительности труда, сокращению численности работников, снижению расходов на реализацию товаров и повышению культуры торговли.

Снижение расходов на реализацию товаров от внедрения новой техники (технологии), механизации и автоматизации трудоемких процессов можно рассчитывать по формуле:

$$\Delta P_p = (P_{p.б.} - P_{p.н.}) * T_n : 100,$$

где ΔP_p – прогнозируемое снижение суммы расходов на реализацию товаров в планируемом периоде,

$P_{p.б.}$ и $P_{p.н.}$ – уровень расходов на реализацию товаров в году, предшествующем внедрению новой техники и в планируемом году в процентах к товарообороту,

T_n – объем товарооборота в планируемом году, выполняемый с помощью нового средства труда.

Относительная экономия численности работников в результате внедрения новой техники определяется по формуле:

$$\mathcal{C}_в = \frac{T_n}{ПТ_{б_1}} - \frac{T_n}{ПТ_{н_1}},$$

где $\mathcal{C}_в$ – условное высвобождение работников на участке при внедрении новой техники (технологии),

T_n – объем товарооборота (работы) в планируемом году,

$ПТ_б$ и $ПТ_н$ – производительность труда (объем работы, выполненной в среднем одним работником) за год, предшествующий внедрению новой техники, и в планируемом году.

При выборе наиболее эффективных вариантов осуществления мероприятий по внедрению новой техники наряду с показателем годового экономического эффекта используются и различные натуральные показатели (удельный расход электроэнергии, топлива, коэффициент использования оборудования, сокращение численности работников, снижение издержек обращения, экономия времени покупателей и др.)

Если инвестиции по базовому варианту (при внедрении новых, ранее не применявшихся, средств труда на операциях процесса выполнявшихся вручную) отсутствуют, то годовой экономический эффект рассчитывается по формуле:

$$\mathcal{E}_g = (P_{p.1} - P_{p.2}) - E_n * И;$$

Где $И$ – инвестиции на внедрение новой техники.

Важнейшим условием повышения экономической эффективности инвестиций в современных условиях является совершенствование их воспроизводственной и технологической структуры. Это должно заключаться в повышении удельного веса инвестиций на реконструкцию, техническое перевооружение действующих объектов, приобретении современных видов оборудования, внедрении новых технологических,

информационных, управленческих и других инноваций, обеспечивающих более быструю экономическую отдачу инвестиций.

Социальную эффективность основных фондов и инвестиций характеризует, прежде всего, качество торгового обслуживания, характеризующегося следующими показателями:

- сокращение затрат времени на приобретение товаров;
- наличие широкого ассортимента товаров;
- создание удобств покупателям при выборе товаров и оформление покупки;
- предоставление покупателям широкого перечня высококачественных дополнительных услуг;
- соблюдение требований гигиены и охраны труда работников;
- соблюдение требований технической эстетики.

Для оценки перечисленных показателей может применяться балльная система.

Глава 8. Оборотные средства организаций торговли

8.1. Сущность оборотного капитала и оборотных средств, их классификация

Оборотный капитал – одна из важнейших категорий рыночной экономики, сущность которой определяется его ролью в обеспечении воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения. По оценкам ряда специалистов, как отечественных, так и зарубежных понятия “оборотный капитал” и “оборотные средства” одинаковы по смыслу, поскольку обладают одинаковыми признаками: одинаковой экономической сущностью процесса движения стоимости, совершают полный кругооборот в процессе производства и обращения, имеют одинаковые источники формирования и одинаковый состав.

Под оборотным капиталом следует понимать ресурсы организации, которые могут быть обращены в денежные средства в течение одного года или одного производственного цикла, авансированные на формирование оборотных фондов и фондов обращения, с целью обеспечения непрерывности процесса их обращения и воспроизводства.

Чистый оборотный капитал (собственный оборотный капитал) характеризует ту часть собственного капитала организации, которая является источником покрытия оборотных активов организации. Величина чистого оборотного капитала равна величине текущих активов за вычетом текущих обязательств.

Оборотные средства организаций торговли – авансированная в денежной форме стоимость для формирования и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения в минимально необходимых размерах, обеспечивающих нормальный торгово-технологический процесс.

Для оборотного капитала организации характерны следующие особенности:

- он должен быть вложен (авансирован) в товарно-материальные ценности;
- в качестве ресурсов не расходуется, а постоянно возобновляется в хозяйственном обороте;
- потребность в оборотном капитале зависит от объема хозяйственной деятельности и должна соответственно регулироваться.

При недостаточности или неэффективном использовании оборотного капитала финансовое состояние организации резко ухудшается, что непосредственно сказывается на ее платежеспособности.

Сущность оборотного капитала раскрывается через его функции:

1. Платежно-расчетная. Оборотный капитал в денежной форме используется для оплаты материальных ценностей. В этом случае движение оборотных фондов в каждый момент времени отражает оборот материальных факторов

воспроизводства, а движение фондов обращения – оборот товаров, денег, платежей.

2. Воспроизводственная, получившая выражение в обеспечении непрерывности процесса производства и реализации и оказании воздействия на этот процесс.

Функции оборотного капитала проявляются одновременно. Следует учесть, что функция обеспечения непрерывности производства реализуется в практической деятельности в форме экономического стимулирования торгово-производственного процесса. Платежно-расчетная функция обусловлена изменением стоимостных параметров и скорости оборота авансированного в оборотные активы капитала.

Оборотные фонды – функционируют в процессе производства и представляют собой предметы труда, с помощью которых осуществляется процесс обращения товаров и обеспечивается нормальный текущий торгово-хозяйственный процесс (производственные запасы: сырье, материалы, топливо; материалы для хозяйственных нужд; затраты в незавершенном производстве). Оборотные фонды целиком потребляются в течение одного производственного цикла и полностью переносят свою стоимость на себестоимость готовой продукции (реализованных товаров)

Фонды обращения – постоянно участвуют в обороте, постоянно меняют свою форму (Т-Д-Т). К ним относятся товарные запасы, готовая продукция на складах, денежные средства и документы, товары отгруженные, на ответственном хранении, дебиторская задолженность и краткосрочные финансовые вложения.

Фонды обращения – не участвуют в процессе производства, а обслуживают процесс обращения товаров. Основное их назначение – обеспечить платежными средствами ритмичность процесса обращения.

Оборотные средства организации можно классифицировать по различным признакам:

1. По функциональному назначению:

- оборотные фонды,
- фонды обращения.

Основными факторами, определяющими величину оборотных фондов, являются длительность производственного цикла изготовления продукции и реализации товаров, уровень организации труда, развития техники, совершенства технологий. Величина фондов обращения зависит в основном от условий реализации товаров, уровня организации торгового обслуживания, качества торговли.

2. По составу и характеру использования

2.1 запасы сырья, материалов, полуфабрикатов

2.2 запасы готовой продукции и товаров

2.3 дебиторская задолженность – сумма задолженности в пользу организации, предоставленная финансовыми обязательствами юридических и физических лиц

2.4 денежные активы (деньги в кассе, на расчетном и других счетах, финансовые вложения в виде ценных бумаг других хозяйствующих субъектов, государственные облигации, ценные бумаги, выпущенные местными органами власти)

2.5 прочие виды оборотных средств

3. По организации планирования:

- нормируемые,
- ненормируемые.

Основная цель нормирования – обеспечение бесперебойности торгово-производственного процесса. Нормирование оборотных средств является основой для источников их финансирования, выявление и привлечение которых выступает объектом финансового планирования

По нормируемым оборотным средствам рассчитываются экономически обоснованные нормативы в днях оборота или в абсолютной сумме: текущим товарным запасам, денежным средствам в кассе и в пути – в днях оборота; производственным запасам, незавершенному производству – в абсолютной сумме.

К ненормируемым оборотным средствам относят денежные средства на расчетном и других счетах, товары отгруженные, дебиторскую задолженность, финансовые вложения. Организация не может определить потребность в них в конкретный период времени.

4. По источникам формирования:

- собственные,
- заемные, из них привлеченные.

Источниками формирования оборотных средств и обеспечения его кругооборота являются собственные и заемные финансовые ресурсы.

Собственные оборотные средства – это часть собственных средств организации, авансированных в оборотные активы для обеспечения бесперебойного процесса производства и реализации товаров.

Собственными источниками формирования оборотных средств являются: прибыль, Уставный фонд, долевое участие в деятельности других организаций; средства, приравненные к собственным (устойчивые пассивы), временно свободные средства спецфондов, средства, полученные от дооценки товарно-материальных ценностей.

К устойчивым пассивам относят

- переходящую задолженность рабочим и служащим по заработной плате и по отчислениям, производимым от ФЗП во внебюджетные фонды;
- средства покупателей и заказчиков по полученным авансам;
- резерв предстоящих расходов и платежей;
- кредиторскую задолженность по товарам в пределах суммы, числящейся по балансу на начало планируемого периода.
- комитенты по расчетам (если имеется комиссионная торговля).

Устойчивые пассивы по сути приравниваются к собственным оборотным средствам организации, хотя юридически они не принадлежат организации, но они постоянно находятся в обороте организации и используются в качестве источника формирования собственных оборотных средств.

При недостаточности прибыли либо при непоступлении денежных средств от реализации на счета организации потребность в оборотных средствах может покрываться путем привлечения заемных источников: кредитов банка, кредиторской задолженности; средств, поступающих от вышестоящих организаций, а также дополнительным привлечением средств юридических и физических лиц (выданные векселя, дополнительная эмиссия акций и др.)

Структура оборотных средств представляет собой соотношение отдельных элементов в общей их сумме. Структура оборотных активов изменяется во времени.

Определение структуры и выявление тенденций изменения элементов оборотных средств дают возможность эффективно управлять ими.

На объем и структуру оборотных средств влияют внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам относятся:

1. Сфера деятельности организации (торговая, производственная, снабженческо-сбытовая, посредническая и т.д.);
2. Отраслевая принадлежность (находясь на стыке двух воспроизводственных фаз - производства и потребления - торговля формирует оборотные средства с учетом сезонности, неравномерности размещения и неритмичности производства, характера потребностей и структуры покупательского спроса);
3. Масштабы деятельности организации, определяемые размерами организации, объемом товарооборота или производства (на малых предприятиях - оборачиваемость выше);
4. Экономическая ситуация в стране и связанные с ней условия хозяйствования, инфляционные процессы;
5. Налоговая и кредитная политика государства, оказывающая влияние на эффективность использования оборотных средств. Недостаточная развитость рынка капиталов, значительная стоимость банковских кредитов, незначительные финансовые возможности большинства

торговых организаций затрудняют получение источников оборотных средств на приемлемых условиях.

6. Отсутствие у некоторых организаций налаженных хозяйственных связей между поставщиками и потребителями, что приводит к вынужденному накоплению запасов, значительному замедлению оборота.

Внутренними факторами выступают:

1. Объем и ассортиментная структура товарооборота. Чем больше объем товарооборота, тем больше при прочих равных условиях потребность в оборотных средствах. Чем больше в товарообороте товаров с более длительными сроками реализации, тем больше требуется и оборотных средств для финансирования товарных запасов по этим группам.
2. Условия и частота завоза товаров. Отдаленность поставщиков товаров вызывает необходимость в завозе больших партий товаров, что увеличивает потребность в оборотных средствах. Чем чаще завозятся товары, тем меньше потребность в оборотных средствах.
3. Организация коммерческой работы (развитие устойчивых хозяйственных связей на взаимовыгодных условиях, соблюдение договорной дисциплины, проведение мероприятий по управлению оборотными средствами);
4. Формы расчетов с поставщиками товаров (в случае предоплаты – растет потребность в оборотных средствах, на условиях консигнации – снижается потребность в оборотных средствах);
5. Организация и методы продажи товаров (активные формы торговли приводят к ускорению товарооборачиваемости и к снижению потребности в оборотных средствах).

8.2. Управление оборотными средствами в современных условиях.

Управление оборотными средствами заключается в воздействии на их объем и структуру и на источники формирования с целью повышения эффективности использования.

Основные задачи управления оборотными средствами:

1. оптимизация объема и структуры оборотных активов;
2. ускорение оборачиваемости оборотных средств;
3. анализ состояния и эффективности использования оборотных средств;
4. оперативный учет и анализ долговых обязательств;
5. нормирование и планирование оборотных средств;
6. планирование движения денежных средств во взаимосвязи с товарными запасами и состоянием задолженности.

Система управления оборотным капиталом состоит из управляющей и управляемой подсистем, которые соответственно представлены субъектами и объектами управления.

К **объектам управления** относятся активы, являющиеся объектом авансирования оборотных средств, источники их формирования, а также экономические отношения, возникающие в процессе кругооборота оборотных средств.

Субъекты управления – службы и органы управления, которые используют специфические методы целенаправленного воздействия на оборотных средства.

В процессе управления оборотными средствами осуществляется воздействие на их величину и источники формирования, сумму затрат по содержанию запасов и привлечению ресурсов, необходимых для обеспечения процесса и реализации товаров.

Непосредственное влияние на эффективность деятельности организации, оказывают обеспеченность оборотными средствами, длительность их оборота и издержки, возникающие в процессе их функционирования.

Косвенное воздействие на эффективность деятельности оказывают изменения в структуре оборотных средств и источниках их формирования.

Основными элементами механизма управления оборотными средствами являются:

1. Создание информационной базы для принятия управленческих решений, связанных с коммерческими сделками по закупке товаров;

2. Анализ состояния и структуры оборотных средств в сравнении с динамикой товарооборота и оценка эффективности использования оборотных средств;
 3. Оптимизация объема оборотных средств (посредством нормирования периода их оборота и суммы);
 4. Оптимизация структуры оборотных средств с учетом ликвидности отдельных их видов;
 5. Обоснование общей потребности в оборотных средствах и определение дополнительных источников финансирования оборотных активов или выявление излишка
 6. Обеспечение своевременного использования временно свободного остатка денежных средств для формирования эффективного портфеля краткосрочных финансовых вложений;
 7. Обеспечение минимизации потерь оборотных средств в процессе его использования
- Оборотные средства подвержены риску потерь: денежные средства – риску инфляционных потерь; краткосрочные финансовые вложения – риску потери части дохода в связи с неблагоприятной конъюнктурой финансового рынка, а также риску потерь от инфляции; дебиторская задолженность – риску невозврата или несвоевременного возврата, а также инфляционному; запасы товарно-материальных ценностей – потерям от естественной убыли и т.д.

8. Оптимизация структуры источников финансирования оборотных средств
 Определение оптимального соотношения источников финансирования оборотных средств имеет важное практическое значение для каждого субъекта.
 Единой точки зрения по этому вопросу среди экономистов не существует.

1. Если поддерживать собственные оборотные средства в минимальных пределах на конкретную дату, то может всегда возникнуть недостаток средств, что отрицательно отразится на результатах деятельности.

2. Если поддерживать среднюю величину собственных оборотных средств, то в силу характера средних величин могут возникнуть те или иные отрицательные явления.

3. При формировании оборотных средств полностью за счет кредита:
 - организация становится финансово зависимой от кредитора;
 - кредит становится источником формирования оборотных средств.

4. Если формировать оборотные средства за счет собственных и заемных источников возникает необходимость собственными источниками покрывать установленный минимум, необходимый для текущей деятельности, а сверх этого минимума – за счет кредита. По мнению сторонников этой теории, обеспечивается нормальная финансовая база оперативно-хозяйственной самостоятельности. Однако следует помнить, что заемные источники не могут выполнять функции собственных, так и собственные источники не могут заменить заемные средства в обороте. Основное назначение кредита – быть временным источником формирования оборотных средств.

Формирование оборотных средств должно происходить как за счет собственных, так и заемных источников, при условии, что привлеченные заемные средства должны обеспечивать высокую эффективность.

Выбор модели управления оборотными средствами предопределен хозяйственной идеологией организации с позиции приемлемого соотношения уровня доходности и риска финансовой деятельности.

Суть любой модели управления состоит в определении достаточного уровня и рациональной структуры оборотных активов (средств) с учетом необходимой потребности в оборотных средствах.

Различают следующие модели управления оборотными средствами

1. **Идеальная** (на практике встречается крайне редко) означает, что текущие активы по величине совпадают с текущими обязательствами, т.е. чистый оборотный капитал равен нулю, а долгосрочные пассивы соответствуют уровню внеоборотных активов. Данная модель

рискованна с точки зрения ликвидности, т.к. в экстремальной ситуации, когда необходимо будет рассчитаться с большинством кредиторов) организация вынуждена будет продать часть основных средств для покрытия текущей кредиторской задолженности.

2. **Агрессивная** характеризуется тем, что доля оборотных средств выше доли основных, а для текущих активов характерен длительный период оборачиваемости. Организация имеет большие запасы товаров, сырья, материалов, готовой продукции, дебиторскую задолженность. При этом за счет собственных средств и долгосрочных пассивов полностью финансируют внеоборотные активы и некоторой части (не более половины) постоянной части оборотных средств, т.е. тот минимум, который необходим для осуществления хозяйственной деятельности. При использовании агрессивной модели возникают проблемы в обеспечении текущей платежеспособности и финансовой устойчивости организации, поскольку в реальной жизни ограничиться лишь минимумом текущих активов невозможно. Вместе с тем эта модель позволяет осуществлять операционную деятельность с минимальной потребностью в собственных средствах, и обеспечивать при прочих равных условиях наиболее высокий уровень рентабельности.

3. **Консервативная.** Характеризуется низким удельным весом текущих активов в составе активов организации, небольшим периодом их оборачиваемости, а также полным отсутствием краткосрочной кредиторской задолженности в составе пассивов. Вся потребность в оборотных средствах покрывается за счет долгосрочных пассивов. Эта модель приемлема при условии глубокой проработки объемов продаж, четкой организации взаиморасчетов, налаженных связей с поставщиками сырья и материалов. Она способствует росту рентабельности активов. При этом не исключаются элементы риска в случае возникновения непредвиденных ситуаций в расчетах или при реализации товаров.

4. **Умеренная (компромиссная)** – представляет собой компромисс между агрессивной и консервативной моделями. В этом случае все параметры (рентабельность, оборачиваемость, ликвидность) являются усредненными. Модель предполагает, что текущие активы составляют половину всех активов организации. Внеоборотные активы, постоянная часть оборотного капитала и почти половина переменной части оборотных активов покрываются долгосрочными пассивами. Чистый оборотный капитал равен по величине сумме постоянной части оборотного капитала и половине его переменной части. Данная модель наиболее реальна, т.к. обеспечивает среднее для реальных хозяйственных условий соотношение между уровнем риска и уровнем эффективности использования финансовых ресурсов.

Каждую модель управления оборотными средствами отражает коэффициент чистых оборотных активов (собственных оборотных средствах). Минимальное его значение характеризует применение политики агрессивного типа, а высокое значение (стремящееся к единице) – политики консервативного типа.

Политика управления оборотными средствами получает свое отражение в системе разработанных в организации нормативов, обеспечивающих ее нормальную финансово-хозяйственную деятельность, сбалансированность товарных и денежных потоков.

8. 3. Планирование потребности торговых организаций в оборотных средствах.

Основу планирования потребности в оборотных средствах составляет нормирование, т.е. установление норм запасов по видам оборотных средств и расчет на этой основе с учетом прогнозируемого объема товарооборота общей потребности в оборотных средствах или норматива оборотных средств на планируемый период.

Особенностями нормирования оборотных средств в условиях рыночной экономики являются:

- каждая организация может самостоятельно устанавливать экономически обоснованные нормы товарных запасов и нормы запасов оборотных средств, авансируемых в эти запасы;

- проводить многовариантные расчеты норм запасов и нормативов и увязывать их с возможными источниками финансирования;
- устанавливать с учетом допустимой степени риска, приемлемый уровень надежности обеспечения запасами и оборотными средствами

Нормативом оборотных средств называются плановые запасы товарно-материальных ценностей в денежном выражении и денежные средства, необходимые торговой организации в планируемом периоде для нормальной торгово-хозяйственной деятельности.

Норматив оборотных средств рассчитывается самостоятельно торговыми организациями отдельно по каждой отрасли торговой деятельности на каждый квартал

Методика расчета потребности в оборотных средствах в розничной торговле.

Исходными данными для расчета являются:

- план розничного товарооборота без оборота комиссионной торговли
- нормы запасов по видам нормируемых оборотных средств
- прогнозируемый средний уровень дохода от реализации товаров и транспортных расходов (если они включаются в цену закупки)

Общая потребность в оборотных средствах включает потребность для финансирования товарных запасов, в нормируемых денежных средствах и прочих товарно-материальных ценностей:

Потребность для финансирования товарных запасов (Птз) определяется по формуле

$$\text{Птз} = \text{Тодн с/с} \times \text{Нтз},$$

где Тодн с/с – однодневный товарооборот по себестоимости,

Нтз – норматив товарных запасов, в днях оборота

Товарооборот по себестоимости (Тс/с) можно рассчитать 2-мя способами:

1.
$$\text{Тс/с} = \text{РТОб/к} - \text{Д} + \text{ТР},$$

где РТОб/к - розничный товарооборот без оборота комиссионной торговли,

Д – сумма дохода от реализации,

ТР – сумма транспортных расходов

2. исходя из удельного веса себестоимости (Ус/с) в розничной цене товара

$$\text{Ус/с} = 100 - \text{Уд} + \text{Утр},$$

Где Уд – средний уровень дохода от реализации,

Утр – транспортные расходы в % к товарообороту

Потребность в нормируемых денежных средствах определяется путем умножения однодневного товарооборота в розничных ценах на норму запасов денежных средств (в днях оборота).

Норматив по прочим товарно-материальным ценностям планируется в сумме с учетом оценки конкретных факторов, повлиявших на их величину и предстоящих изменений в размере и структуре их использования в торгово-производственном процессе.

Общая потребность в оборотных средствах уменьшается на сумму собственных оборотных средств (по данным баланса на начало периода) и сумму кредиторской задолженности поставщикам за товары. Результат означает дополнительную потребность в оборотных средствах или их излишек.

Рассмотрим представленную методику на конкретном примере. Исходные данные представлены в таблице 8.1.

Таблица 8.1. Данные для расчета потребности в оборотных средствах по розничной торговой организации

Показатели	Единицы измерения	IV квартал
Розничный товарооборот на 4 кв.	млн. руб.	6677,1
Уровень дохода от реализации, % к обороту	%	17,4
Транспортные расходы, % к обороту	%	1,2
Норматив запасов		
1. Товары	дни	22
2. Денежные средства	дни	1,3
3. Прочие активы	млн. руб.	513
Наличие собственных оборотных средств на начало 4 кв. планируемого года	млн. руб.	1756

Определим:

1) Удельный вес себестоимости:

$$100 - 17,4 + 1,2 = 83,8 \%$$

2) Объем товарооборота по себестоимости равен 5595,4 млн.руб. $\left(\frac{6677,1 \times 83,8}{100} \right)$

3) Потребность в оборотных средствах для финансирования товарных запасов – 1367,8 млн. руб. $\left(\frac{5595,4}{90} \times 22 \right)$

4) Потребность в нормируемых денежных средствах – 96,4 млн.руб. $\left(\frac{6677,1}{90} \times 1,3 \right)$

5) Общая потребность в оборотных средствах по торговой организации на 4 квартал планируемого года составит 1977,2 млн.руб. $(1367,8 + 96,4 + 513)$

6) Дополнительная потребность в источниках финансирования равна 221,2 млн. руб. $(1977,2 - 1756)$

Согласно расчетам торговой организации необходимо привлечь заемных источников финансирования оборотных средств в 4 квартале планируемого года на сумму 221,2 млн.руб.

Особенности планирования потребности в оборотных средствах в оптовой торговле:

1. Норматив оборотных средств и нормы запасов по нормируемым оборотным средствам рассчитывается только в оптовой торговле непродовольственными товарами. В продовольственной торговле ввиду сезонных колебаний в поступлении и реализации товаров потребность в оборотных средствах определяется на основе анализа динамики этого показателя за предыдущие годы с коррективом на изменение объема и структуры товарооборота.

2. В состав норматива оборотных средств входит только 2 элемента:

2.1 потребность для финансирования товаров;

2.2 потребность в прочих нормируемых активах

3. Основой для определения потребности в оборотных средствах в оптовой торговле непродовольственными товарами является складской товарооборот.

Потребность для финансирования товарных запасов определяется путем умножения однодневного складского оборота на норму товарных запасов.

Методика расчета потребности в оборотных средствах в общественном питании аналогична методике, применяемой организациями розничной торговли, но исходным

показателем для расчета является валовой товарооборот в продажных ценах. При определении уровня дохода от реализации необходимо учесть торговые надбавки на оптово-отпускные цены, скидки с розничной цены (алкоголь, табак и др.) и наценку.

При наличии производственной деятельности расчет потребности в оборотных средствах производится отдельно, исходя из планируемого выпуска продукции и норм запасов в днях по сырью, материалам, готовой продукции и незавершенному производству.

8. 4. Показатели эффективности использования оборотных средств

В экономической науке и практике оборотный капитал оценивают по показателям состояния на конкретную дату, а также по показателям использования за определенный период. Состояние оборотных средств (относительно источников и направления средств) характеризуется степенью и уровнем использования.

Под эффективным использованием оборотных средств понимается ускорение его оборачиваемости, повышение рентабельности оборотных активов, повышение уровня обеспеченности собственными оборотными средствами. Поэтому для оценки эффективности использования оборотных средств целесообразно использовать систему показателей.

Основные показатели эффективности использования оборотных средств:

- 1. Оборачиваемость оборотных средств** (в днях) позволяет судить о том, в течение какого времени оборотные средства проходят все стадии кругооборота в данной организации.

Оборачиваемость оборотных средств определяется путем деления средней суммы оборотных средств за период на однодневный фактический товарооборот в ценах себестоимости или средняя сумма оборотных средств за период умножается на количество дней в периоде (90, 360 дней) и результат делится на фактический товарооборот в ценах себестоимости.

- 2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств** дает представление не только о количестве оборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период, но и характеризует величину товарооборота в ценах себестоимости, приходящуюся на 1 рубль оборотных средств, т.е. отдачу оборотного капитала (средств). Определяется путем деления фактического товарооборота по себестоимости за период на среднюю сумму оборотных средств или количество дней в периоде делится на оборачиваемость оборотных средств в днях оборота.

- 3. Коэффициент эффективности использования оборотных средств (Рентабельность оборотных средств)** показывает, сколько рублей прибыли приходится на единицу стоимости оборотных средств, и находится во взаимосвязи с оборачиваемостью оборотных средств и оказывает влияние на рентабельность торговой организации.

Определяется путем деления прибыли на среднегодовую сумму оборотных средств и умножения результата на 100 .

Показатель рентабельности оборотных средств взаимосвязан с показателями рентабельности товарооборота и коэффициентом оборачиваемости оборотных средств:

Рентабельность оборотных средств определяется путем умножения рентабельность товарооборота на коэффициент оборачиваемости оборотных средств

- 4. Фондоотдача по оборотным средствам** характеризует величину товарооборота, полученную на 1 рубль оборотных средств и рассчитывается путем деления товарооборота в розничных ценах на среднегодовую сумму оборотных средств.

5. Фондоемкость оборотных средств (коэффициент загрузки средств в обороте)

характеризует величину оборотных средств, затраченных на 1 рубль товарооборота и определяется делением среднегодовой суммы оборотных средств на товарооборот в розничных ценах.

Чем меньше коэффициент загрузки средств в обороте, тем эффективнее используются оборотные активы, что способствует улучшению финансового состояния организации.

Для выявления конкретных причин изменения оборачиваемости в целом по торговой организации исчисляются показатели оборачиваемости по отдельным видам оборотных средств.

Экономический эффект от ускорения оборачиваемости оборотных средств заключается в высвобождении средств из оборота и использовании их на дальнейшее расширение основной деятельности, обновление ассортимента товаров, укрепление хозяйственных связей с поставщиками.

Под абсолютным высвобождением оборотных средств из оборота понимается снижение суммы оборотных средств в текущем году по сравнению с предшествующим годом при увеличении объемов продаж. Абсолютное высвобождение имеет место тогда, когда фактические остатки оборотных средств меньше нормативов или фактических остатков за предыдущий период при сохранении или увеличении объемов продаж. Следовательно, показатель абсолютного высвобождения оборотных средств из оборота либо вовлечения его в оборот характеризует, соответственно, уменьшение либо увеличение среднего за данный период объема оборотных средств за анализируемый период.

Относительное высвобождение из оборота оборотных средств (V_{отн}) имеет место, когда темпы роста объемов продаж опережают темпы роста оборотных средств (т.е. меньшим объемом оборотных средств обеспечивается больший объем реализации). Относительное высвобождение из оборота оборотных средств характеризует эффективность использования оборотных средств.

Относительное высвобождение из оборота оборотных средств рассчитывается по формуле:

$$V_{отн.} = T1/Д \times (O1 - O0),$$

где T1 - Товарооборот отчетного периода; Д - Количество дней в периоде

O0, O1 - Время обращения оборотного капитала базисного и отчетного периода.

Абсолютное и относительное высвобождение из оборота оборотных средств имеет единую экономическую сущность, означает экономию средств и позволяет обеспечить увеличение масштабов торговой деятельности без привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

Произведем анализ экономической эффективности использования оборотных средств торговой организации и определим сумму высвобожденных или дополнительно вовлеченных оборотных средств в результате изменения оборачиваемости на основе таблицы 8.2.

Таблица 8.2. Данные для расчета, млн. руб.

	Прошлый год	Отчетный год
1. Розничный товарооборот	7207	8776
2. Средний уровень дохода от реализации, в % к розничному товарообороту	16,9	17,5

3. Средний уровень транспортных расходов, % к товарообороту	1,8	1,92
4. Средний уровень транспортных расходов, % к товарообороту	106	192
5. Среднегодовая сумма оборотных средств	336,6	388,1

Показатели эффективности использования оборотных средств представим в таблице 8.3.

Таблица 8.3. Показатели эффективности использования оборотных средств торговой организацией

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменение
1. Оборачиваемость оборотных средств, дн.	19,8	18,8	- 1
2. Коэффициент оборачиваемости, обороты	18,2	19,1	+ 0,9
3. Фондоотдача оборотных средств, руб	21,4	22,6	1,2
4. Фондоёмкость оборотных средств, руб	0,05	0,04	- 0,01
5. Рентабельность оборотных средств, %	31,5	49,5	18

Как видно из таблицы 8.3 оборачиваемость оборотных средств в отчетном году ускорилась на 1 день; коэффициент оборачиваемости увеличился на 0,9 оборота. Фондоотдача по оборотным средствам возросла на 1,2 руб. в расчете на 1 руб. товарооборота, рентабельность оборотных средств повысилась на 18%. Относительное высвобождение из оборота оборотных средств составляет 24,4 млн. руб. ($8776 / 360 \times (-1)$).

В целом проведенный анализ свидетельствует об эффективном использовании организацией оборотных средств. Для более детального анализа проводится оценка воздействия факторов (изменения объема товарооборота и среднегодовой суммы оборотных средств) на оборачиваемость оборотных средств и их рентабельность, а также анализируется структура оборотных средств, источники их финансирования.

Высокая эффективность использования оборотных средств, ускорение их оборачиваемости предполагает оптимизацию состава оборотных средств, источников финансирования, разработку конкретных мероприятий по снижению и ликвидации сверхнормативных запасов, сокращению длительности торгово-производственного цикла, времени нахождения средств в расчетах, что требует проведения обоснованных мер в рамках политики управления оборотными средствами.

IV. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Глава 9. Расходы торговой организации

9.1. Экономическая сущность понятий «затраты», «расходы», «издержки», состав расходов организаций торговли.

Для осуществления торговой деятельности организации необходимо иметь материальные, трудовые и финансовые ресурсы в виде наличия материально-технической базы, персонала, которому необходимо выплачивать заработную плату, товаров, требующих затрат на закупку, хранение и реализацию и т.д. Затраты ресурсов в экономической деятельности характеризуют разными терминами «расходы», «затраты», «издержки», «потребление», «потери» и др. в зависимости от исторически конкретного периода времени,

сфер их применения и документов, в которых они предусматриваются. Разграничение между этими понятиями провести достаточно сложно, но определить их экономическую сущность в целях организации и управления хозяйственной деятельностью необходимо.

В соответствии с Инструкцией «Расходы организации» **расходами организации** признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению собственных источников организации за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества). Сопоставлением величины расходов с суммой полученного дохода рассчитывается финансовый результат отчетного периода – прибыль или убыток.

Затраты – это стоимостная оценка ресурсов, потребленных организацией в процессе производства и реализации товаров, продукции, выполнения работ, оказания услуг. Затраты, приводящие к получению в будущем экономических выгод, считаются активами организации и признаются расходами в период получения от них экономической выгоды. Затраты, не приводящие к получению экономических выгод, признаются расходами организации в период осуществления этих затрат;

Издержки обращения – это денежные расходы торговой организации, связанные с закупкой, транспортировкой, хранением, реализацией товаров и содержанием аппарата управления.

Согласно СТБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения» **затраты в торговле (экономические издержки в торговле)** – это денежная оценка суммарной величины затрат как относимых на издержки обращения, так и не учитываемых в их составе.

Издержки обращения (торговые издержки) – денежная оценка затрат, произведенных продавцом в процессе продвижения товаров к покупателю за определенный период времени. Различают материальные, финансовые, трудовые и иные затраты.

Издержки обращения связаны с доведением товаров от производства до розничной торговли и реализацией их населению.

Для торговых организаций расходы на реализацию практически идентичны издержкам обращения. Учет расходов на реализацию в торговле осуществляется на счете 44/3 - «Издержки обращения».

В практике учета и анализа в состав расходов торговой организации включаются:

- расходы по видам деятельности,
- операционные расходы,
- внереализационные расходы.

Расходы по видам деятельности в торговых организациях подразделяются на расходы оптовой, розничной торговли и общественного питания. К ним относятся и расходы по другим видам деятельности, которые могут осуществлять торговые организации.

Операционные расходы включают:

- расходы, связанные с продажей и прочим выбытием (ликвидацией, списанием, безвозмездной передачей) принадлежащих организации основных средств, нематериальных и иных активов, включая валютные средства;
- расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации в соответствии с законодательством;
- расходы, связанные с участием в уставных фондах других организаций, совместной деятельности по договору простого товарищества;
- расходы по операциям с тарой;
- проценты, уплаченные по краткосрочным и долгосрочным займам;
- отчисления в резервы;
- прочие расходы, признаваемые операционными.

В состав внереализационных расходов включаются:

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров, уплаченные или признанные организацией к уплате;

- убыток прошлых лет, выявленный в отчетном периоде;
- суммы дебиторской задолженности, по которым истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания;
- суммы недостач, потерь и порчи активов в соответствии с законодательством;
- отрицательные курсовые разницы, возникающие в связи с погашением дебиторской, кредиторской задолженности, в том числе задолженности по полученным кредитам, займам;
- расходы, связанные с рассмотрением дел в судах;
- не компенсируемые виновниками потери от простоев по внешним причинам;
- разницы между числящейся стоимостью акций (долей), выкупленных у акционеров, и их номинальной стоимостью или продажной стоимостью при аннулировании или продаже указанных акций;
- налог на добавленную стоимость, начисленный от внереализационных доходов в соответствии с законодательством;
- потери, расходы в связи с чрезвычайными обстоятельствами в хозяйственной деятельности;
- перечисление средств и передача имущества, связанные с благотворительной деятельностью;
- расходы на осуществление спортивных, оздоровительных мероприятий, отдыха, развлечений, мероприятий культурно-просветительского характера, шефской и социальной помощи;
- прочие расходы от операций, непосредственно не связанных с реализацией товаров и иного имущества, признаваемые внереализационными.

9.2. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения) как экономическая категория и их связь с издержками потребления и классификация.

Основным видом деятельности организаций торговли является реализация товаров. Поэтому преобладающую часть расходов составляют расходы на реализацию товаров или издержки обращения. Расходы на реализацию товаров (издержки обращения) – это есть выраженные в денежной форме затраты живого и овеществленного труда по осуществлению связи между производителем и потребителем или по доведению товаров от производителя до потребителя.

Расходы на реализацию (издержки обращения) по своему содержанию являются текущими затратами. Они расходуются каждый год полностью и требуют ежегодного авансирования. По своей экономической сути они отражают потребленную часть эксплуатируемых ресурсов (авансированной стоимости).

Значение расходов на реализацию (издержек обращения) заключается в том, что они призваны обеспечить нормальный процесс товарного обращения, реализацию предметов широкого потребления с целью удовлетворения запросов населения. Повышение эффективности расходов на реализацию, их формирование в общественно-необходимых размерах позволяет увеличить прибыль торговли, часть которой направляется на дальнейшее развитие и совершенствование ее материально-технической базы — необходимого условия улучшения качества торгового обслуживания.

Издержки обращения тесно связаны с издержками потребления. Издержки потребления – это затраты времени населения на приобретение товаров и организацию их потребления. В настоящее время издержки потребления превышают издержки обращения в связи с недостатками в организации торгового обслуживания, невысокой степенью готовности к потреблению реализуемых товаров. Совершенствование технологий торговли, внедрение в торговый процесс инновационных разработок, расширение торговли товарами высокой степени готовности, расширение послепродажного и гарантийного обслуживания приведут к постепенному сокращению издержек потребления.

Для осуществления планирования, учета, оперативного руководства, контроля за хозяйственной деятельностью, вскрытия внутренних резервов, а также обеспечения

сопоставимости расходов и затрат по торговым системам, организациям и предприятиям необходима их классификация.

Классификация расходов на реализацию товаров осуществляется по следующим признакам:

- 1) по экономическому содержанию:
 - материальные затраты;
 - расходы на оплату труда;
 - отчисления на социальные нужды;
 - амортизация основных средств и нематериальных активов;
 - прочие затраты;
- 2) по отраслям торговой деятельности:
 - расходы на реализацию товаров розничной торговли;
 - расходы на реализацию товаров оптовой торговли;
 - расходы на реализацию продукции общественного питания;
 - расходы по заготовкам сельскохозяйственной продукции;
- 3) по товарам и товарным группам (в разрезе продовольственных и

непродовольственных групп товаров);

- 4) по влиянию изменения объема товарооборота на сумму и уровень расходов:

- условно-переменные;
- условно-постоянные;

- 5) в соответствии с характером общественного труда, связанного с образованием стоимости:

- дополнительные;
- чистые;

- б) в зависимости от качества торгового обслуживания:

- связанные с повышением качества торгового обслуживания;
- несвязанные с повышением качества торгового обслуживания.

Экономическим элементом принято называть первичный однородный вид затрат на производство и реализацию продукции, который на уровне организации невозможно разложить на составные части. Положением по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), установлен единый для всех организаций перечень экономически однородных затрат.

В элементе «Материальные затраты» отражается стоимость сырья, материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов, природного сырья, топлива и энергии, работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними организациями (транспортные услуги, услуги по ремонту основных средств, контролю технологических процессов и др.), потери от недостачи материальных ресурсов в пределах норм и т.д.

В элементе «Расходы на оплату труда» отражаются выплаты по заработной плате, исчисленные исходя из сдельных расценок, тарифных ставок и должностных окладов, устанавливаемых в зависимости от результатов труда, его количества и качества, стимулирующих и компенсирующих выплат, включая компенсации по оплате труда в связи с повышением цен и индексацией заработной платы в соответствии с действующим законодательством; систем премирования рабочих, руководителей, специалистов и других служащих за производственные результаты, иных условий оплаты труда в соответствии с применяемыми в организации формами и системами оплаты труда.

В элементе «Отчисления на социальные нужды» отражаются обязательные отчисления по установленным законодательством нормам в фонд социальной защиты населения.

В элементе «Амортизация основных и нематериальных активов» отражается сумма амортизационных отчислений по основным средствам и нематериальным активам, используемым в предпринимательской деятельности, исчисленные исходя из амортизируемой стоимости основных средств и нематериальных активов в установленном порядке.

К элементу «Прочие затраты» относятся: налоги, сборы и отчисления, проценты по ссудам и займам, плата за охрану, подготовку и переподготовку кадров, расходы на рекламу, консультационные, информационные, аудиторские и маркетинговые услуги, лизинговые платежи, командировочные расходы и другие.

В статистической отчетности (5-3) прочие затраты получили достаточно подробную расшифровку и отражаются в следующем разрезе: арендная плата, вознаграждения за изобретения и рационализаторские предложения, платежи по страхованию, суточные и подъемные, начисленные налоги и отчисления, включаемые в себестоимость продукции, работ, услуг, отчисления в ремонтный фонд, представительские расходы, проценты по полученным кредитам и займам, оплата нематериальных услуг других организаций (связи, информационно-вычислительного обслуживания, вневедомственной охраны, рекламных агентств и аудиторских организаций, пассажирского транспорта, банков, науки, образования, здравоохранения, нотариальных контор и юридических организаций).

Поэлементная группировка затрат показывает, сколько произведено тех или иных видов затрат в целом по организации за определенный временной отрезок. Группировка затрат по экономическим элементам дает возможность устанавливать потребность в основных и оборотных фондах, определять величину фонда оплаты труда и т.д., однако не позволяет исчислять себестоимость производства и реализации отдельных товаров, устанавливать объем затрат конкретных структурных подразделений. Эта проблема решается посредством других группировок.

Расходы на реализацию, в общепринятой классификации, определяются и по отраслям деятельности, что обусловлено специфическими особенностями этих отраслей, а также по статьям расходов и видам затрат в соответствии с установленной номенклатурой.

Расходы на реализацию (издержки обращения) учитываются и планируются по статьям. Номенклатура статей издержек обращения и их содержание предусмотрены в Методических указаниях по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания, утвержденных приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 20.09.2002 г №86. Номенклатура включает 19 статей.

1. Транспортные расходы, связанные с доставкой товаров в организации торговли и общественного питания.
2. Транспортные расходы по доставке товаров покупателям.
3. Расходы на оплату труда персонала.
4. Расходы по аренде (лизингу) основных средств и нематериальных активов.
5. Расходы на содержание сооружений, помещений, инвентаря.
6. Амортизация основных средств и нематериальных активов.
7. Затраты и отчисления на ремонт основных средств.
8. Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов.
9. Расходы на топливо, газ и электроэнергию для производственных нужд в организациях общественного питания.
10. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров.
11. Расходы на торговую рекламу.
12. Проценты за пользование кредитами и займами.
13. Потери товаров при транспортировке, хранении и реализации в пределах норм, технологические отходы.
14. Расходы на тару.
15. Налоги, отчисления и сборы, включаемые в издержки обращения (производства).
16. Прочие нормируемые затраты, включаемые в издержки обращения (производства).
17. Расходы по обеспечению условий труда персонала.
18. Расходы по управлению и функционированию организации.
19. Прочие расходы.

Методические указания носят рекомендательный характер для торговых организаций всех форм собственности. Перечень расходов и порядок их включения в издержки обращения предприятий регулируются законодательными и нормативными актами, а также внутренними локальными нормативными актами самой организации. Номенклатура статей дает возможность учитывать и планировать издержки обращения по экономическим признакам. На основе данных учета можно контролировать выполнение расчетных показателей и вскрывать внутренние резервы экономии расходов.

По товарам и товарным группам расходы на реализацию могут учитываться в разрезе 35 групп продовольственных товаров и 49 групп непродовольственных товаров. Потоварный учет расходов позволяет определить рентабельность реализации каждой товарной позиции и тем самым планировать наиболее оптимальную структуру товарооборота, позволяющую наилучшим образом согласовать интересы торговой организации и потребителей.

В целях многовариантного анализа расходов и определения влияния изменения объема товарооборота на их сумму и уровень целесообразно из состава всех расходов на реализацию выделить две группы статей: условно-постоянные и условно-переменные. Поскольку учет в таком разрезе в большинстве торговых организаций не ведется, можно говорить лишь об условном распределении статей. Условность такого разграничения связана и с тем, что лишь в краткосрочном периоде можно говорить о постоянных расходах, поскольку его протяженность зачастую недостаточна для изменения производственных мощностей. В долгосрочном периоде почти всегда организация в состоянии изменить производственные мощности и, как правило, расходы в его пределах выступают в качестве переменных.

К условно-постоянным в краткосрочном периоде относят расходы, сумма которых не зависит от изменения объема товарооборота. Торговая организация будет нести эти расходы даже в случае прекращения процесса реализации товаров и в этом отношении данные расходы должны быть предметом постоянного контроля, поскольку оказывают непосредственное воздействие на величину критических характеристик организации и на ее устойчивость на рынке. Уровень условно-постоянных расходов обратно пропорционален объему товарооборота. К этим расходам относят: амортизацию основных средств и нематериальных активов, расходы по аренде (лизингу) основных средств, затраты и отчисления на ремонт основных средств, расходы на содержание сооружений, помещений, инвентаря, расходы на торговую рекламу.

Условно-переменные расходы изменяются, как правило, пропорционально объему товарооборота. Сумма их изменяется, а уровень остается постоянным или изменяется незначительно. К ним относят: транспортные расходы, расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров, проценты за пользование кредитами и займами (взятые на пополнение оборотных средств), расходы на газ, пар, электроэнергию для производственных нужд, потери товаров при транспортировке, хранении и реализации, расходы на тару.

В составе расходов выделяют также смешанные статьи, которые в чистом виде нельзя отнести ни к переменным, ни к постоянным, поскольку в их составе присутствуют элементы затрат и зависящие и независящие от объема товарооборота. К ним относят: расходы на оплату труда (в части тарифных окладов – это постоянные расходы, в части стимулирующих выплат – переменные), налоги, отчисления и сборы (часть налогов, исчисляемых от товарооборота – переменные расходы, часть налогов, рассчитываемых от дискретных величин – постоянные), прочие нормируемые затраты, расходы по обеспечению условий труда персонала, расходы по управлению и функционированию организации, прочие расходы.

На практике разделение смешанных расходов можно осуществлять методом прямого счета или методом «высокий-низкий». Алгоритм распределения расходов по данному методу следующий: выбираются самые высокие и низкие величины доходов и расходов, вычисляется разность между самыми большими и самыми малыми величинами по доходам и расходам отдельно; разность по расходам делят на разность по доходам и получают долю переменных расходов в общей сумме доходов, а доля постоянных определяется как разница между единицей и долей переменных расходов.

В составе себестоимости торговых организаций основной составляющей переменных расходов является покупная стоимость товаров.

Учитывая неоднородный характер труда, занятого в сфере обращения, расходы на реализацию подразделяются на чистые и дополнительные.

Часть расходов на реализацию связана с продолжением процесса производства в сфере товарного обращения (расходы на перевозку, хранение, подработку и упаковку). Это дополнительные расходы на реализацию, они обусловлены спецификой существования торговли как отрасли народного хозяйства. Труд работников торговли, занятых осуществлением этой функции, он увеличивает стоимость товаров и является источником возмещения расходов. Они дополняют затраты отраслей материального производства.

Однако к этим расходам относятся только рациональные затраты, так как стоимость определяется лишь общественно-необходимым трудом.

Другая часть расходов на реализацию связана с превращением товарной формы продукции в денежную и денежной — в товарную (затраты на осуществление процесса купли-продажи, ведение денежного хозяйства и учета, осуществление контроля и т.п.). Эти расходы не увеличивают стоимости товара и возмещаются за счет прибавочного продукта, созданного трудом занятых в материальном производстве людей (сюда включаются и процессы производства в сфере товарного обращения). Это — чистые расходы на реализацию.

Чистые расходы, связанные с улучшением качества торгового обслуживания населения и постепенным освобождением торговли от несвойственных ей производственных функций, особенно от расфасовки и упаковки товаров, в дальнейшем будут увеличиваться.

Чистые и дополнительные расходы в современных условиях являются необходимыми, но это не означает, что все затраты, складывающиеся в сфере товарного обращения, представляются общественно необходимыми.

Затраты, связанные с нерациональными перевозками и хранением товаров, не находящихся сбыта, нельзя считать общественно необходимыми. Они не связаны с увеличением вновь создаваемой стоимости и покрываются подобно расходам, связанным с актами купли-продажи товара за счет прибавочного продукта.

Каждая из вышеназванных групп расходов имеет свои особенности – в динамике, в структуре, по регионам и организациям, однако направления изменения общего уровня расходов на реализацию, отдельных статей затрат имеют определенные общие характеристики, закономерности развития и тенденции влияния на конечные результаты деятельности.

9.3. Показатели, характеризующие состояние и динамику расходов на реализацию, и факторы, влияющие на их величину.

Основными показателями, характеризующими состояние и динамику расходов на реализацию являются:

- 1) сумма и уровень расходов на реализацию:

$$URp = \frac{\sum Pp}{T} * 100;$$

где $\sum Pp$ - сумма расходов на реализацию за период, T - объем товарооборота за этот же период;

- 2) размер изменения уровня расходов на реализацию:

$$\Delta URp = URp_{отч} - URp_{баз}$$

где $URp_{отч}$ -уровень расходов на реализацию в отчетном периоде, $URp_{баз}$ - уровень расходов на реализацию в базисном периоде (прошлый год или по плану);

- 3) темп изменения уровня расходов на реализацию:

$$TUPp = \frac{URp_{отч}}{URp_{баз}} * 100;$$

4) сумма абсолютной (Δa) и относительной экономии (Δo) расходов на реализацию:

$$\Delta a = \sum P_{\text{ротч}} - \sum P_{\text{рбаз}},$$

$$\Delta o = \sum P_{\text{ротч}} - \frac{\text{Тотч} * \text{УРрбаз}}{100},$$

или

$$\Delta o = \sum P_{\text{ротч}} - \frac{= \sum P_{\text{рбаз}} * \text{Дт}}{100},$$

$$\Delta o = \text{Тотч} * \Delta \text{УРр} / 100,$$

где Дт - темп изменения или степень выполнения плана объема товарооборота.

Сумма относительной экономии издержек обращения может рассчитываться одним из трех способов.

На сумму и уровень расходов на реализацию влияют внешние и внутренние факторы. Среди внешних факторов, оказывающих определяющее влияние, можно выделить:

- объем производства товаров,
- жизненный уровень населения,
- уровень цен на товары,
- уровень цен и тарифов на услуги и работы.

К внутренним факторам относятся:

- объем товарооборота,
- ассортиментная структура товарооборота,
- оборачиваемость товаров,
- ценовая политика торговой организации,
- производительность и интенсивность труда торговых работников,
- состояние и эффективность использования материально-технической базы торговой организации,
- организация и технологии товародвижения,
- формы и методы продажи товаров.

9.4. Управление расходами на реализацию товаров

Инновационный рост экономики предполагает дальнейшее повышение эффективности труда, ускорение научно-технического прогресса, более полное использование имеющихся резервов и внедрение новых технологий как в сфере производства, так и в сфере обращения.

Раскрыть и привести в действие все источники и резервы интенсивного развития на основе комплексного использования экономических, социальных, научно-технических, организационных факторов призвана эффективная система управления экономикой.

Основной целью управления является согласование интересов потребителей с экономическими интересами торговли и оптимизация расходов на реализацию товаров. В качестве критерия оптимизации можно определить уровень культуры торговли, а также определение минимально допустимого и максимально возможного уровня качества торгового обслуживания. Данный критерий будет характеризовать состав и уровень расходов на реализацию товаров.

В современных условиях трудно представить экономическую систему без информационных связей. Задачи дальнейшего развития экономической системы требуют постоянного совершенствования информации для обеспечения ее оптимального функционирования.

Управление начинается с получения и восприятия информации, включает принятие решения на основе информации и завершается контролем выполнения этого решения также на основе соответствующей информации.

Из всей информации об объекте управления особое место всегда будет занимать экономическая информация с многообразными видами, способами и источниками ее получения.

Между учетом, контролем и анализом возникает органическая связь. Их взаимное проникновение обусловлено тем, что анализ и хозяйственный контроль — неотъемлемые части процесса управления. Контроль осуществляется непрерывно — от сбора первичной информации до составления отчетности.

Наиболее эффективное распределение и использование финансовых и трудовых ресурсов возможно только в условиях децентрализации, на основе такого всеобъемлющего критерия как эффективность. В плановых экономических системах показатели эффективности не имеют такого приоритетного значения, поскольку возможны предоставление предприятиям государственных дотаций, выделение дополнительных ресурсов.

Оптимальность процесса управления расходами в современных условиях ориентирована на комплексное воздействие со стороны множества служб, отделов, что требует создания информационной модели относительно конкретного объекта управления. Пользуясь термином «интегрированное управление» применительно к системе управления расходами на реализацию, целесообразно представить комплекс целенаправленных взаимодействий уровней управления как по вертикали, так и по горизонтали путем реализации всей совокупности функций, связанных с решением задач, отражающих процесс управления по стадиям возникновения затрат.

Создание организационных структур управления возможно несколькими путями. Первый путь — сосредоточение всех функций в одном экономическом центре, второй — ориентирован на децентрализацию функций управления, третий — создание интегрированных экономических центров управления.

Опыт современных систем управления расходами в развитых странах показывает возможности их адаптации к условиям управления хозяйственной деятельностью в национальной экономике.

В настоящее время наибольшее распространение получили две системы управления расходами на реализацию: система нормативного учета затрат и система «директ-кост».

Нормативный учет достаточно широко применялся при административно-командной системе хозяйствования. Нормативные затраты определялись на основе данных прошлых отчетных периодов путем подсчета ежедневных постоянных и переменных расходов. Нормативные расходы на предстоящий месяц определялись с учетом ожидаемого объема и структуры товарооборота. Ограниченность данного метода в использовании при разработке стратегий развития определялась тем, что основной блок информации характеризовал тенденции прошедшего периода, а не будущих ожиданий и предпочтений. Кроме того, значительно была ограничена возможность принятия самостоятельных решений.

В условиях децентрализации планирования большинство торговых организаций отказалось от нормирования и планирования расходов и затрат, лишив тем самым себя эффективного средства управления.

В зарубежной практике достаточно широко используется система «стандарт-кост». Основной ее задачей является учет потерь и отклонений в прибыли организации. Данный метод позволяет выявить возможные потери, снижающие прибыль, дает возможность прогнозировать будущие расходы, а также планировать на их основе объем продаж и уровень цен. При планировании определяется такая сумма затрат, которая позволяла бы организации бесперебойно осуществлять свою деятельность. Сущность метода состоит в определении максимально возможной суммы расходов для обеспечения безубыточной работы и в определении нормативов для составления плановых смет расходов. Фактическая сумма расходов исчисляется как сумма нормативных затрат, отклонений от норм и изменений норм.

Используя данный метод можно вести ежедневный анализ и контроль за соблюдением норм расходов по местам их возникновения.

Поскольку точно определить сумму расходов достаточно сложно, можно планировать и нормировать расходы в интервале:

$$R_{\text{мин}} < R_{\text{пл}} < R_{\text{макс}},$$

где $R_{\text{мин}}$ – минимальная сумма расходов,

$R_{\text{пл}}$ – плановая сумма расходов,

$R_{\text{макс}}$ – максимальная сумма расходов.

Максимальная сумма расходов – это расходы, которые обеспечивают организации безубыточную работу (покрывают все расходы и обязательные налоги и отчисления). Переход за границу максимальных расходов приведет к убыткам.

Минимальная сумма расходов – это нижний предел, за которым экономия затрат может привести к нарушению бесперебойности в обеспечении торговой деятельности.

Для оптимизации прибыли и уровня расходов используется система учета прямых затрат – «директ-костинг». Она основана на раздельном учете постоянных и переменных расходов в зависимости от объема товарооборота и маржинального дохода. В отличие от системы учета нормируемых расходов, она позволяет не только определять точку безубыточности, но и проводить анализ ассортимента товаров, определять влияние ассортиментной структуры товарооборота на величину прибыли, оптимальный уровень цен на товары и уровень конкурентоспособности организации. Учет, анализ и управление по данной модели позволяет постоянно контролировать главную цепочку: «затраты – объем реализации – прибыль». Если ввести несколько дополнительных показателей – критический уровень цены, критический уровень переменных затрат, критический уровень покупных цен – можно получить большое количество вариантов сочетания цены, объема продаж, переменных и постоянных затрат. Ценность этих расчетов состоит в том, чтобы определить область, с одной стороны, ограниченную минимальным критическим значением показателя, а с другой стороны – максимально допустимым значением, тем самым, определив зоны с разной степенью риска.

Использование маржинального анализа и управления на его основе позволяет определять оптимальный уровень товарных запасов и необходимую величину заемных средств, прибыль от реализации единицы товара и др. Однако применение данной системы не позволяет судить о доходности товарных групп и ассортиментных позиций. Для успешного принятия управленческих решений необходимо использовать преимущества обеих моделей, нивелируя тем самым их недостатки.

В современном обществе при определении оптимальной величины расходов на реализацию нельзя однозначно говорить о снижении и минимизации расходов, и это обусловлено несколькими закономерностями развития отрасли. Поскольку общая величина расходов неоднородна и при росте товарооборота ее переменная часть будет увеличиваться, соответственно минимизировать расходы при увеличении масштабов деятельности невозможно. Кроме того, ограниченность ресурсов и постоянное увеличение их стоимости приводит к разным пропорциям в изменении товарооборота и расходов на реализацию. В отдельные периоды расходы на реализацию будут увеличиваться большими темпами, нежели объемы продаж.

Задача снижения величины издержек потребления также не может решаться при снижении величины расходов на реализацию торговых организаций. Увеличение чистых расходов будет опережать темп снижения величины дополнительных в общей их сумме.

Режим оптимизации расходов представляет комплекс экономических, производственно-технических, организационных и других мер и условий, направленных на обеспечение наиболее рационального использования всех видов ресурсов на всех стадиях воспроизводства. Он предполагает применение прогрессивной техники и технологий, механизацию и автоматизацию труда, укрепление трудовой дисциплины, совершенствование стимулирования труда. Соблюдение этих принципов означает наиболее эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Осуществление режима оптимизации имеет не только экономическое значение, оно способствует воспитанию у людей сознания экономного и бережливого хозяйствования. Результаты осуществления оптимизации расходов дают возможность полнее обеспечить удовлетворение возрастающих потребностей нашего населения.

Усиливается роль фактора времени как одного из решающих условий экономического роста, ибо в конечном итоге связь экономии и бережливости сводится к экономии труда (живого и овеществленного), к повышению его эффективности, соответственно, к экономии времени.

Экономические законы и закономерности развития общества требуют осуществления строжайшего контроля над мерой труда и мерой потребления, над соотношением темпов роста производительности труда и средней заработной платы, над рациональным использованием рабочего времени. Все эти требования непосредственно связаны с проведением в жизнь экономии издержек потребления.

Соблюдение режима экономии нельзя рассматривать как разовое мероприятие. Подлинный режим экономии в торговле предполагает бережливое отношение к затратам времени покупателей, снижение издержек потребления, уменьшение издержкостности реализации конкретных товарных групп.

Соблюдение режима оптимизации требует четкой организации учета, контроля и анализа за ходом финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций.

Торговые организации еще имеют значительные внутренние возможности по оптимизации величины расходов, которые могут стать основой роста накоплений, направляемых на укрепление материально-технической базы, укрепление финансового состояния и повышение жизненного уровня населения и работников торговых организаций.

9.5. Анализ расходов на реализацию товаров

Одним из важнейших условий эффективного управления расходами на реализацию является постоянное проведение качественного анализа всех параметров хозяйственной деятельности и в том числе расходов и затрат.

Совершенствование системы управления расходами предполагает дифференциацию анализа на внутренний управленческий и внешний финансовый анализ. Внутренний управленческий анализ развивается как составная часть управленческого учета, т.е. информационно-аналитического обеспечения администрации, руководства предприятия. Внешний финансовый анализ представляется как составная часть финансового учета, обслуживающего внешних пользователей информации о предприятии, выступающих самостоятельными субъектами экономического анализа по данным, как правило, публичной финансовой отчетности.

По содержанию процесса управления выделяют: перспективный (прогнозный, предварительный) анализ, оперативный анализ, текущий (ретроспективный) анализ по итогам деятельности за тот или иной период. Такая классификация экономического анализа соответствует содержанию основных функций, отражающих временные этапы управления:

- 1) этап предварительного управления (функция планирования);
- 2) этап оперативного управления (функция организации управления);
- 3) заключительный этап управления (функция контроля). Все эти три вида анализа присутствуют в процессах управления хозяйственными объектами.

Перспективный анализ расходов проводится до осуществления хозяйственных операций. Он необходим для обоснования управленческих решений, прогнозирования будущих событий и предупреждения нежелательных результатов.

Ретроспективный анализ расходов проводится после совершения хозяйственных операций. Он используется для контроля выполнения плана, выявления неиспользованных резервов, оценки результатов деятельности.

Оперативный анализ расходов проводится сразу после совершения хозяйственных операций или изменения ситуации за короткие отрезки времени. Его цель – оперативно выявлять недостатки и воздействовать на хозяйственные процессы.

Итоговый анализ расходов проводится за отчетный период времени. Его ценность состоит в комплексном и всестороннем изучении деятельности организации за соответствующий период времени.

В содержание как внешнего финансового, так и внутреннего управленческого учета входит анализ хозяйственной деятельности, но его организация, объекты и методы в решении задач финансового и управленческого учета имеют свою специфику.

Результаты анализа расходов на реализацию требуются управленческому персоналу для принятия рациональных решений, соблюдения режима экономии, устранения излишних потерь, оптимального использования всех видов ресурсов.

В условиях оптимизации расходов на реализацию информация, полученная в процессе анализа, призвана решать следующие задачи:

- в системном порядке формировать информацию о расходах на реализацию по торговой организации в целом и в разрезе структурных подразделений;
- обеспечивать все уровни и звенья хозяйствования необходимой информацией;
- служить источником для выработки оптимальных управленческих решений.

Исходной информацией для анализа расходов на реализацию служит бухгалтерская, финансовая и статистическая отчетность:

- бухгалтерский баланс,
- отчет о прибылях и убытках (приложение 2 к бухгалтерскому балансу),
- отчет об изменении капитала (приложение 3 к бухгалтерскому балансу),
- основные сведения о выпуске товаров и услуг по видам деятельности (1-У),
- отчет о затратах на производство продукции (5-з),
- отчет о финансовых результатах (5-ф),
- отчет о составе средств и источниках их образования (2-ф),
- отчет об использовании денежных средств (1-ф),

а также данные оперативного и управленческого учета, другие источники учетной и не учетной информации.

В процессе анализа расходов на реализацию решаются следующие задачи:

- 1) устанавливается степень выполнения плана по общей сумме и уровню расходов, а также в разрезе статей;
- 2) устанавливается динамика суммы, уровня расходов по организации в целом и в разрезе статей расходов;
- 3) производится расчет и оценка влияния основных факторов на сумму и уровень расходов;
- 4) определяется влияние расходов на основные результаты хозяйственной деятельности;
- 5) выявляются резервы экономии и пути оптимизации расходов на реализацию.

Анализа расходов на реализацию проводится в определенной последовательности. Сначала ведется оценка состояния и динамики общей суммы и уровня расходов в целом по торговой организации, затем в разрезе структурных подразделений и конкретных статей расходов.

Каждый субъект анализа изучает информацию со своих позиций, исходя из своих интересов. Руководство организации может углубить анализ, используя не только данные отчетности, но и данные всей системы хозяйственного учета, управленческого и оперативного анализа, проводимого для целей управления.

Одной из важных задач анализа является оценка влияния основных факторов на сумму и уровень расходов на реализацию, степени выполнения плана и динамики товарооборота, изменения его состава и структуры, ускорения (замедления) товарооборачиваемости, изменения цен на товары и тарифов и ставок на услуги, эффективности труда и

использования материально-технической базы, условий и схем товародвижения и логистики, форм и методов продажи товаров.

Основным фактором, влияющим на сумму и уровень расходов, является объем товарооборота. Для определения влияния этого фактора все статьи подразделяются на условно-постоянные и условно-переменные.

По условно-переменным статьям устанавливается относительная сумма экономии или перерасхода путем сравнения пересчитанной суммы расходов по этим статьям с плановой суммой или за базисный период. Пересчитанная сумма расходов определяется путем умножения уровня условно-переменных расходов по плану или в базисном периоде на товарооборот отчетного периода и деления результата на 100. При изменении объема товарооборота уровень расходов по этим статьям остается неизменным или изменяется незначительно. Сравнение фактической суммы условно-переменных расходов с пересчитанной показывает влияние изменения объема товарооборота на сумму этих расходов. Изменение уровня расходов по этим статьям определяется полностью влиянием остальных (кроме объема товарооборота) факторов.

По условно-постоянным статьям расходов определяется только сумма абсолютной экономии за счет влияния прочих факторов, а изменение объема товарооборота оказывает влияние только на уровень данных расходов и определяется путем сравнения пересчитанного уровня с плановым или базисным. Пересчитанный уровень определяется как отношение суммы условно-постоянных расходов по плану или в базисном периоде к фактическому объему товарооборота. Если сравнить фактический уровень условно-постоянных расходов с пересчитанным, можно определить влияние прочих факторов (кроме объема товарооборота) на уровень условно-постоянных расходов.

Влияние состава и структуры товарооборота на уровень расходов на реализацию определяются методом процентных чисел, суть которого состоит в следующем. Отклонение удельного веса в отчетном периоде от базисного по составу или структуре товарооборота в разрезе товарных групп умножается на уровень расходов на реализацию по данной группе товаров в базисном периоде, и определяются процентные числа. Суммировав процентные числа по всем товарным группам, с учетом знаков и разделив их на 100, определяют размер изменения уровня расходов на реализацию за счет изменения состава или структуры товарооборота.

Влияние изменения цен на товары и тарифов на услуги на величину расходов определяется индексным методом. Уровень расходов на реализацию в процентах к товарообороту в сопоставимых ценах определяется по формуле:

$$УР_{рсоп} = (УР_{рф} - УР_{рн}) * И_{ц} + УР_{рн},$$

где $УР_{рсоп}$ – уровень расходов на реализацию к товарообороту в сопоставимых ценах,

$УР_{рф}$ – уровень расходов на реализацию фактический,

$И_{ц}$ – индекс изменения цен,

$УР_{рн}$ – уровень расходов на реализацию по статьям, не зависящим от изменения цен.

Влияние изменения цен на уровень расходов определяется по формуле:

$$УР_{рвс} = УР_{рф} - УР_{рсоп}$$

Влияние изменения тарифов на услуги других отраслей на уровень расходов определяется как правило в разрезе конкретных статей затрат по формуле:

$$УР_{рвт} = УР_{рф} - УР_{рф} / И_{т}$$

где $И_{т}$ – индекс изменения тарифов.

В процессе анализа расходов на реализацию могут быть широко использованы экономико-математические методы: уравнение гиперболы, уравнение множественной регрессии и др.

Конечной целью анализа расходов на реализацию является выработка комплекса мероприятий по оптимизации расходов и выявлению резервов их экономии. Экономия расходов является одним из наиболее быстрых способов прямого увеличения прибыли. Следует иметь в виду, что снижение расходов не является самоцелью, поскольку оно всегда

вызывает ухудшение качества торгового обслуживания в настоящем и в будущем ведет к снижению товарооборота, потере доли рынка и долгосрочному падению темпов роста прибыли. Снижение и оптимизация расходов должны осуществляться при одновременном повышении качества торгового обслуживания. Соответственно изыскание резервов экономии расходов должно опираться на статьи, не затрагивающие качества обслуживания покупателей. Это в основном расходы, связанные с использованием различных видов ресурсов, расходы, связанные с завершением процессов производства в сфере обращения и некоторые другие. Основными резервами экономии расходов являются:

- 1) увеличение объема товарооборота;
- 2) ускорение товарооборачиваемости;
- 3) интенсификация использования торговой и складской площадей;
- 4) повышение эффективности и интенсивности труда;
- 5) внедрение инноваций в технологии продажи и торгового обслуживания;
- 6) использование логистических систем;
- 7) внедрение эффективных форм стимулирования труда в торговле;
- 8) экономное использование топливно-энергетических ресурсов, замена их на местные источники;
- 9) установка счетчиков, терморегуляторов и др.;
- 10) соблюдение сроков текущего и капитального ремонтов;
- 11) профилактика и своевременная замена устаревшего оборудования;
- 12) усиление ответственности торговых работников за сохранность имущества и ценностей;
- 13) проведение своевременного анализа и контроля.

9.6. Прогнозирование и планирование расходов на реализацию товаров

Основными предпосылками для составления плана расходов на реализацию являются:

- 1) прогнозные расчеты объема товарооборота, выпуска продукции, транспортных перевозок и других видов работ;
- 2) планы развития материально-технической базы;
- 3) учет изменений в составе торговой сети, изменение специализации магазинов, режима работы и т.д.;
- 4) тарифы и ставки на услуги других отраслей народного хозяйства, ставки налогов и обязательных платежей в бюджет;
- 5) результаты экономического анализа за текущий и предшествующие годы.

План расходов на реализацию целесообразно составлять на год с ежемесячной разбивкой и на пять лет с годовой разбивкой. При составлении плана исходят из задач по повышению качества торгового обслуживания и обеспечения эффективной работы торговой организации.

При планировании величины расходов могут быть использованы различные методы: экономико-математические, экономико-статистические, расчетно-аналитический, метод технико-экономических расчетов (нормативный), метод оптимизации плановых решений и другие.

Наиболее часто применяется метод технико-экономических расчетов. Его суть состоит в том, что при планировании расходов по отдельным статьям используются различные нормативы затрат, нормы, ставки и пр. Нормы и нормативы расходов по отдельным статьям разрабатываются каждой торговой организацией самостоятельно с учетом объемов и специфики деятельности, по некоторым доводятся лимиты и предельные нормативы использования. Это позволяет более обоснованно подходить к процессу планирования и контролировать фактические расходы.

Торговым организациям рекомендуется предварительно определять максимально допустимые сумму и уровень расходов на реализацию для обеспечения получения целевой прибыли. При расчете максимально допустимых суммы и уровня могут быть использованы

любой из вышеперечисленных методов, который наилучшим образом отражает тенденции в развитии организации на перспективу. Затем в пределах максимально допустимых значений показателя расходов производится их планирование в разрезе отдельных статей. После определения величины затрат по статьям расходов может возникнуть необходимость корректировки общей величины расходов. Если эти корректировки не отвечают выполнению поставленных целей, следует уточнить расходы по тем статьям, которые в большей степени подконтрольны организации, а также разработать комплекс мер, позволяющих обеспечить выполнение этих условий. Если же общие сумма и уровень расходов удовлетворяют организацию, можно переходить к следующему этапу.

На практике в виду незначительной доли переменных расходов в общей их сумме, общую величину расходов определяют как сумму постоянных расходов в поэлементном разрезе и сумму переменных затрат, определенных путем умножения уровня переменных расходов на планируемый объем товарооборота.

Планирование расходов на реализацию может начинаться с плановых расчетов отдельных статей расходов по элементам затрат, после чего будут определяться их общий размер и уровень.

Рассмотрим методику планирования расходов по статьям.

1. Транспортные расходы

На этой статье предусматриваются расходы по перевозке товаров всеми видами транспорта (железнодорожным, автомобильным, водным, воздушным).

Расходы по железнодорожным перевозкам занимают в розничной торговле небольшой удельный вес и планируются только по тем товарам, которые завозятся на условиях «франко-станция отправления». Для расчета стоимости железнодорожных перевозок надо определить грузооборот в тоннах, включая вес тары. Затем в зависимости от вида перевозки (повагонная, контейнерная, мелкими партиями) и грузоподъемности вагона или контейнера определяется необходимое количество вагонов (контейнеров). Умножением их количества на тариф за один вагон (контейнер) на соответствующее расстояние получают стоимость транспортных расходов по перевозке железнодорожным транспортом. Кроме того, необходимо учесть стоимость услуг за сопровождение груза, подачу и подготовку вагона, содержание подъездных путей и другие расходы, которые могут возникать исходя из условий заключенных договоров поставки.

Чаще всего грузы в торговле перевозятся автомобильным транспортом. Поскольку такие перевозки занимают наибольший удельный вес в данной статье расходов, следует внимательно и четко планировать их величину. Товары могут завозиться в магазины на условиях кольцевого завоза (централизованная доставка), привлеченным или арендованным автотранспортом, а также собственным. Все эти особенности необходимо учитывать при планировании.

Расходы собственного автотранспортного хозяйства на данную статью не относятся, а учитываются на соответствующих статьях (расходы на оплату труда, амортизация).

Расходы по централизованной доставке товаров планируются исходя из плана поступления товаров и тарифа, определяемого в процентах к стоимости завозимых товаров. Если величина поставки в договоре указана в тоннах, стоимость перевозки определяется исходя из их массы, средней цены за тонну и тарифа.

При доставке товаров привлеченным транспортом (чаще всего на условиях почасового тарифа) стоимость расходов планируется с учетом количества машин, используемых для перевозки, количества часов работы машины в день, количества дней работы в планируемом периоде и тарифов за каждый час работы.

Если привлеченный автотранспорт оплачивается на договорной основе по тарифам за тонно-километр, то расчет расходов производится в зависимости от класса груза, тарифов и объема транспортного грузооборота. Все грузы (в зависимости от степени их грузоподъемности) подразделяют на 4 класса. Транспортный грузооборот определяется как сумма объема поступления товаров в тоннах, массы тары и объема повторных перевозок.

Тогда расходы по перевозке товаров можно рассчитать путем умножения транспортного грузооборота в тоннах на тариф перевозки за тонну на заданное расстояние, тариф устанавливается с учетом класса груза.

К рассчитанным на основе вышеизложенных способов расходам прибавляется стоимость погрузочно-разгрузочных работ, расходы по экспедированию, стоимость хранения груза на складах автотранспортных организаций.

Величина транспортных расходов постоянно снижается, поскольку подавляющее большинство поставщиков товаров стоимость транспортировки включают в цену товара. Торговые организации оплаченные ими затраты по доставке грузов также могут включать в стоимость товаров, тогда расходы по данной статье будут отсутствовать. Транспортные расходы сверх стоимости товаров оплачиваются и соответственно планируются лишь в отношении поставок от оптовых и посреднических структур.

2. Расходы на оплату труда

Расходы на оплату труда включаются в расходы на реализацию товаров в пределах суммы, предусмотренной в плане по труду и заработной плате (методика планирования рассмотрена в теме 7, п.7.10).

3. Отчисления на социальные нужды

Отчисления по данной статье планируются в размере 35% от величины расходов на оплату труда, как включаемых в расходы на реализацию, так и осуществляемых за счет чистой прибыли организации.

4. Расходы по аренде (лизингу) основных средств и нематериальных активов

При планировании расходов на аренду (лизинг) исходят из величины арендуемой площади и условий заключенных договоров аренды и лизинга. Если в планируемом периоде не предусматривается изменения арендуемой площади, ставок арендной платы и других расходов, то можно принять в качестве планируемой сумму расходов по данной статье за предшествующий период. При изменении параметров планирование производится отдельно по каждому виду расходов.

Сумма арендной платы определяется умножением размера арендуемой площади на ставку арендной платы (с учетом коэффициентов месторасположения, комфортности, качества среды, типа населенного пункта и др.) в планируемом периоде.

Расходы по лизингу планируются в соответствии с заключенным договором исходя из сумм погашения и лизинговых процентов.

5. Расходы на содержание сооружений, помещений и инвентаря

В статью включаются расходы на освещение, водоснабжение, отопление, охрану и др. Сумма расходов определяются на основе заключенных договоров, предусматривающих количество потребляемых ресурсов (часто в виде лимита их потребления), тарифы и ставки за одну потребляемую единицу. При планировании расходов по статье необходимо учитывать прогнозируемую величину инфляционных изменений стоимости ресурсов в предстоящем периоде.

6. Амортизация основных средств и нематериальных активов

Амортизационные отчисления рассчитываются исходя из норм амортизационных отчислений, нормативных сроков службы или сроков полезного использования объектов основных средств и среднегодовой их стоимости. Среднегодовая стоимость основных средств может быть определена по формуле:

$$C_n = \frac{O_{Cn}}{a} + \frac{V_v * M}{12} - \frac{V * (12 - M)}{12},$$

где C_n – среднегодовая стоимость основных средств (по группам),

O_{Cn} - стоимость основных средств на начало планового периода,

V_v – стоимость основных средств, вводимых в плановом периоде,

V – стоимость основных средств, выбывающих в плановом периоде,

М – число месяцев функционирования основных средств, вводимых в плановом периоде (начиная с месяца, следующего за месяцем ввода),

М1 – число месяцев функционирования основных средств, выбывающих в плановом периоде.

Если точно не известно, в каком месяце будут приобретены или ликвидированы основные фонды, то число месяцев их функционирования определяют как среднее по кварталам (1 квартал – 10,5 месяцев, 2 квартал – 7,5 месяцев, 3 квартал – 4,5 месяца, 4 квартал – 1,5 месяца).

Сумма амортизационных отчислений определяется по формуле:

$$I_n = \sum C_n * H_n,$$

где I_n – сумма амортизационных отчислений по соответствующей группе основных средств,

$\sum C_n$ – амортизируемая стоимость,

H_n – норма амортизационных отчислений по соответствующей группе основных средств.

При планировании амортизационных отчислений нематериальных активов исходят из стоимости их приобретения и срока полезного использования, установленного в организации по каждому виду нематериальных активов. Так например, величина амортизационных отчислений со стоимости лицензии определяется как 1/5 ее стоимости (срок действия лицензии на торговлю).

7. Затраты и отчисления на ремонт основных средств.

Основой для планирования отчислений на ремонт основных средств являются объемы ремонтных работ, предусмотренные в планируемом периоде. Расходы, предусмотренные в плановых сметах на проведение как текущего, так и капитального ремонтов, могут быть полностью отнесены на расходы по завершении работ или резервироваться и списываться частями на протяжении определенного отрезка времени. Ежемесячная сумма расходов при резервировании может определяться либо постоянной величиной, либо в процентах к товарообороту или к стоимости основных средств.

8. Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов

При планировании суммы износа отдельных предметов, учитываемых в составе оборотных средств, исходят из принятого порядка их списания, предусмотренного учетной политикой организации. При приобретении в планируемом периоде предметов и инвентаря стоимостью до одной базовой величины и сроком службы до одного года, на данную статью относится полная их стоимость. Если стоимость превышает базовую величину или продолжительность функционирования выходит за рамки обозначенного временного отрезка, на статью относится как правило 50% их стоимости (может быть 100% или 0% в зависимости от того, как предусмотрено учетной политикой).

Другие расходы планируются в пределах статьи поэлементно.

9. Расходы на топливо, газ и электроэнергию для производственных нужд

Эти расходы планируются только на предприятиях общественного питания и рассчитываются исходя из количества оборудования для приготовления пищи, его мощности, режима работы и действующих тарифов на все виды ресурсов.

10. Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров.

Планирование осуществляется отдельно по каждому элементу, а общая величина расходов определяется суммированием расходов по всем их видам.

При определении расходов на упаковку товаров необходимо исходить из норм расходования упаковочных материалов на единицу упаковываемых товаров в стоимостном или натуральном выражении. Конечная сумма определяется умножением нормы расходов упаковочных материалов на объем фасуемых товаров. Плата за услуги фасовочных цехов рассчитывается аналогично. Расходы по временному хранению товаров на чужих складах планируются на основании заключенных договоров с учетом размера арендуемой площади и ставок арендной платы.

Расходы по содержанию холодильного оборудования и его техническому обслуживанию планируются также на основе заключенных договоров и зависят от его состояния и степени износа.

Если объемы услуг и тарифы по данной статье в течение планируемого периода не будут меняться, то при планировании можно использовать трендовую модель или метод экстраполяции, предполагающие распространение тенденций, сложившихся в прошедших периодах, на будущее. Учитывая, что данная статья является условно-переменной можно предположить прямо пропорциональное изменение суммы расходов в зависимости от изменения товарооборота и определить их величину путем умножения прогнозируемого товарооборота на сложившийся их уровень.

11. Расходы на торговую рекламу

Планируются исходя из плана рекламных мероприятий на будущий период, но в соответствии с установленными нормами отнесения их на себестоимость. Для вновь создаваемых организаций, добивающихся известности и положения на рынке, расходы на рекламу целесообразно планировать в пределах максимально возможной суммы, ибо изменение ее в сторону снижения лишь увеличит реальную прибыль по сравнению с прогнозируемой. Для организаций, давно функционирующих на рынке, рекламные расходы, как правило, постоянны, учитываются только изменения в проводимой рекламной политике.

При прогнозировании расходов по статье необходимо помнить, что необоснованно заниженная сумма затрат на рекламу не позволит достичь прогнозируемого объема товарооборота, прибыли и не обеспечит достижения поставленных целей.

12. Проценты за пользование кредитами и займами

Если организация планирует использование краткосрочных кредитов, то при расчете объема привлекаемых заемных средств исходят из однодневного кредитуемого оборота по себестоимости в планируемом периоде и норматива оборачиваемости запасов и затрат. Потребность в кредитах определяется как разница между общей потребностью в оборотных средствах и наличием собственных оборотных средств. Сумма процентов за кредиты рассчитывается путем умножения потребности в кредитах на ставку банковского процента и деления результата на 100. Краткосрочные ссуды выгодны в том случае, если ставка банковского процента ниже общего уровня экономической рентабельности.

При постоянной потребности в кредитных ресурсах расходы по статье могут прогнозироваться по сложившемуся уровню (при неизменных процентных ставках по кредитам) к прогнозируемому объему товарооборота.

13. Потери товаров при перевозке, хранении и реализации

Расходы по данной статье планируются по среднему уровню, сложившемуся за предшествующий период, поскольку полностью зависят от объема и структуры товарооборота. При изменении структуры товарооборота расходы планируются в разрезе товарных групп или посредством поправочных коэффициентов, рассчитанных по методу процентных чисел или иными методами.

14. Расходы на тару

Определяются обычно исходя из сложившегося их уровня и планируемого объема товарооборота, и в подавляющем большинстве случаев устанавливаются как процент от объема поставленных товаров.

15. Налоги, отчисления и сборы

Расчеты производят отдельно по каждому виду налогов и сборов (налог на землю, экологический налог, госпошлины и сборы) исходя из ставок налогов и платежей и налогооблагаемой базы, предусмотренной законодательством.

16. Прочие расходы

Данная статья комплексная и включает различные расходы.

Прочие нормируемые затраты планируются в поэлементном разрезе в зависимости от тактики и политики, которую будет проводить организация в плановом периоде. Для

простоты расчетов на практике расчеты по статье ведутся исходя из предела (лимита), который может быть включен в состав затрат и учтен в налогооблагаемой прибыли и цене.

Расходы по обеспечению условий труда персонала, управлению и функционированию организации и прочие планируют в разрезе элементов исходя из планов подготовки и переподготовки кадров, охраны труда и техники безопасности, выданных предписаний и предложений, графиков прохождения медосмотров персоналом, обслуживания вычислительной техники и локальной сети и др. С учетом того, что это все смешанные статьи, при неизменном характере затрат в прогнозируемом периоде, постоянные элементы расходов по ним можно предусмотреть в фиксированной сумме, а переменные определить в процентах к объему прогнозируемого товарооборота.

Суммировав расходы по всем статьям, определяют общую сумму расходов торговой организации, которую необходимо сравнить с ранее рассчитанной предельной величиной.

Глава 10. ДОХОДЫ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

10.1. Понятие, значение и виды доходов в торговле

В рыночной экономике экономическую основу функционирования торговых организаций составляют доходы, которые играют важную роль в системе социально-экономических отношений в обществе. В них отражаются как финансовые последствия решений в области государственной ценовой политики, стратегии и тактики ценообразования организации, так и влияние конъюнктуры рынков, на которых осуществляют предпринимательскую деятельность субъекты торговли.

Доходы следует рассматривать как экономическую категорию и как показатель торгово-предпринимательской деятельности.

Внедрение в отечественную практику принципов международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) привело к трансформации понятия дохода. В соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету «Доходы организации», утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 26 декабря 2003 г. №181, доход – это экономическая выгода в денежной или натуральной форме, учитываемая в случае возможности ее оценки в той мере, в которой эту выгоду можно оценить. В свою очередь, экономическая выгода представляет способность имущества содействовать притоку денежных средств или иных активов, и уменьшению обязательств, что выражается в увеличении капитала.

Как экономическая категория доходы выполняют ряд функций:

1) воспроизводственную; 2) регулирующую; 3) стимулирующую; 4) распределительную; 5) оценочно-информационную.

Воспроизводственная функция проявляется в обеспечении постоянного возобновления процесса реализации товаров в хозяйственной системе страны на расширенной основе в целях количественного, качественного и структурного совершенствования национальной экономики.

Регулирующая функция определяет степень реализации экономических интересов как участников сферы товарного обращения, так и общества в целом.

Стимулирующая функция заключается в формировании экономической заинтересованности торговых организаций в устойчивом развитии, повышении качества реализуемых товаров, увеличении спроса на них. Реализация этой функции обеспечивается варьированием в цене надбавками, скидками, наценками, дифференциацией ставок налоговых платежей и т.д.

Распределительная функция состоит в распределении и перераспределении создаваемых валового внутреннего продукта (*ВВП*) и национального дохода (*НД*) между организациями, отраслями, регионами, социальными группами населения в результате товарообмена.

Оценочно-информационная функция означает, что доходы используются торговыми субъектами для учета и расчета отчетных стоимостных показателей, разработки планов и прогнозов. Информационная составляющая проявляется в доведении до всех участников товародвижения сведений о доходности различных секторов потребительского рынка.

Являясь важным качественным показателем деятельности организаций торговли, доходы отражают уровень хозяйствования, результаты коммерческой, финансово-экономической работы. Их значение на микроуровне заключается в следующем:

- 1) должны обеспечивать безубыточность деятельности торговой организации на основе возмещения расходов;
- 2) формируют прибыль, необходимую для производственного и социального развития торговой организации путем реализации принципов самокупаемости и самофинансирования;
- 3) являются источником средств для выполнения финансовых обязательств организаций торговли перед государством.

На макроуровне социально-экономическое значение доходов выражается в том, что они:

- 1) являются одним из важных показателей в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой;
- 2) отражают относительную долю торговли в сумме цен товаров народного потребления;
- 3) способствуют формированию средств государственного и местного бюджетов, внебюджетных фондов за счет выплаты налогов, сборов (пошлин).

Доходы являются важным условием обеспечения конкурентоспособности торговой организации на рынке, формирования ее положительного имиджа, инвестиционной привлекательности и инновационной активности. С другой стороны, возможности организации в получении доходов зависят от рациональности и автоматизации торгово-технологических процессов, степени использования имеющегося экономического потенциала, структуры осуществления затрат и т.д.

В стоимостном выражении доходы организации представляют собой сумму денежных средств, получаемых организацией из различных источников. Размер полученных доходов определяется исходя из цен сделки. В случае получения дохода в натуральной форме, его величина определяется исходя из рыночных цен. Таким образом, величина доходов торговой организации, получаемых от различных видов деятельности, является функцией от объема проведенных соответствующих операций (торговых, производственных, посреднических) (O) и уровня установленных на них цен, тарифов ($Ц$) в соответствии с договорами и контрактами за определенный период времени:

$$Д = f(O, Ц).$$

Управление доходами в сфере товарного обращения обусловливается реализацией экономической стратегии в части товарного и ресурсного обеспечения, финансирования торговой деятельности, мотивации торгового персонала и оплаты его труда, налоговой, дивидендной, балансовой, инвестиционной и инновационной политик. Это предопределяет необходимость их системной классификации.

В качестве основного классификационного признака Инструкцией «Доходы организации» признается вид деятельности, осуществление которой позволило получить доход. По этому признаку доходы подразделяются на:

- 1) доходы по видам деятельности, которые регламентируются уставом организации и подразделяются согласно общегосударственному классификатору ОКРБ 005-2006 «Виды экономической деятельности», утвержденному постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 28 декабря 2006 г. № 65 (ОКЭД);
- 2) операционные доходы;
- 3) внереализационные доходы.

Таким образом, доходы торговой организации включают:

1) доходы от основной деятельности – реализации товаров (*Др*). Сюда относятся хозяйственные операции по реализации товаров, а также собственной продукции общественного питания, совершающиеся постоянно и являющиеся предметом деятельности торговой организации. По отраслям торговой деятельности они могут быть: в розничной торговле, в оптовой торговле, в общественном питании.

2) доходы от других видов деятельности (*Дд*)– от реализации готовой продукции (полуфабрикатов, отходов) по причине собственного производства, выполнения работ (например, ремонтно-строительных) по заказу сторонних потребителей, оказания платных торговых (доставка товаров на дом, раскрой тканей, сборка и установка мебели, рекламно-информационные услуги) и прочих (оказание транспортных услуг автотранспортом торговой организации) услуг за вычетом налога на добавленную стоимость (*НДС*) и других обязательных платежей из выручки;

3) операционные доходы (*До*) – доходы от отдельных операций, не относящихся к видам деятельности организации, без учета денежных средств и иного имущества, не считающихся доходами организации. Операционные доходы по своему характеру и условиям получения не являются основным видом деятельности и их поступление, как правило, носит нерегулярный характер. К ним относятся:

а) доходы от операций с имуществом (после вычета из них остаточной стоимости основных средств и налога на добавленную стоимость): доходы, связанные с продажей отдельных видов основных средств; доходы за предоставление за плату во временное пользование активов организации, включая права, возникающие из патентов на изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности; арендная плата за сдачу в аренду (субаренду, лизинг) помещений, оборудования и т.д.;

б) доходы от финансовых операций: проценты за хранение средств на счетах банков; доходы по ценным бумагам; суммы к получению дивидендов (процентов) по облигациям, депозитам; доходы от участия в уставных фондах других организаций; доходы от совместной деятельности, восстановление резерва по сомнительным долгам и т.д.;

в) прочие операционные доходы.

4) внереализационные доходы (*Двн*) – доходы, которые не связаны с доходами, включаемыми в выручку от реализации товаров (продукции, работ, услуг) и иного имущества и не входящие в состав операционных доходов. Это несистематические, непредвиденные, носящие непроизводственный характер доходы, а также доходы, которым не соответствуют или отсутствуют соответствующие расходы. В их состав входят:

а) излишки товарно-материальных ценностей, выявленные при инвентаризации;

б) списание кредиторской и депонентской задолженности за истечением сроков исковой давности;

в) прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;

г) сумма дооценки активов;

д) доходы, связанные с передачей безвозмездно принадлежащих организации основных средств, нематериальных активов, валютных ценностей, ценных бумаг и иных активов;

е) штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров полученные, присужденные судом;

ж) положительные курсовые разницы;

з) поступления в возмещение причиненных организации убытков;

и) доходы, связанные с чрезвычайными обстоятельствами и др.

Таблица 10.1 – Классификация доходов торговой организации

Признак классификации доходов	Вид доходов
1. Характер получения доходов	1. Доход от реализации товаров (продукции, работ, услуг) и собственности организации 2. Доходы от использования собственности и

	капитала торговой организации.
2. Источники формирования	1. Доходы от торговой деятельности и платных торговых услуг 2. Доходы от производственной деятельности 3. Доходы от посреднической деятельности 4. Доходы от инвестиционно-кредитной деятельности 5. Доходы от реализации имущественных и интеллектуальных прав 6. Чрезвычайные доходы 6. Другие виды доходов
3. Полнота и место отображения доходов	1. Бухгалтерские доходы 2. Скрытые доходы
4. Временной фактор	1. Доходы отчетного периода 2. Доходы будущих периодов
5. Характер налогообложения	1. Налогооблагаемый доход 2. Доход, не подлежащий налогообложению
6. Уровень для формирования прибыли	1. Доход, достаточный для формирования прибыли 2. Доход, не достаточный для формирования прибыли
7. Отрасль торговой деятельности	1. Доходы розничной торговли 2. Доходы оптовой торговли 3. Доходы общественного питания

Согласно Закону Республики Беларусь «О налогах на доходы и прибыль» доходы, подлежащие налогообложению, делятся на доходы, связанные с производством и реализацией продукции, товаров (работ, услуг), и доходы от внереализационных операций.

В статье 34 Налогового кодекса Республики Беларусь «Доходы и источники их получения» отмечено, что доходы плательщика могут быть отнесены к доходам от источников в Республике Беларусь или к доходам от источников за ее пределами.

Доходами организаций не считаются:

1) суммы налога на добавленную стоимость (НДС), акцизов, налога с продаж, других обязательных платежей, поступивших в составе торговой выручки, операционных и внереализационных доходов;

2) суммы задатков, авансов, предоплаты за товары (продукцию, работы, услуги) и стоимость полученного в залог имущества;

3) вклады других организаций в уставный фонд;

4) суммы, поступившие от третьих лиц в пользу комитента по договорам комиссии или консигнации, доверителя по договорам поручения;

5) поступления имущества, в том числе денежных средств, ранее переданных третьим лицам на условиях возвратности, в том числе получаемых в качестве погашения ранее предоставленных займов.

10.2. Доходы от реализации товаров в организациях торговли и факторы, влияющие на их величину

Доходы от реализации товаров являются основным видом доходов торговых организаций. В общих доходах торговли они занимают самый высокий удельный вес – более 80%.

Как экономическая категория доход от реализации – это часть стоимости товара, предназначенная для возмещения расходов на реализацию товаров, формирования прибыли и выполнения финансовых обязательств перед государством.

Как экономический показатель доход от реализации – это сумма всех торговых (розничных и оптовых) надбавок, скидок от реализации товаров и наценок на собственную продукцию (сырье) и часть покупных товаров организаций общественного питания.

Экономическое содержание доходов от реализации товаров обусловлено характером выполняемых торговлей функций по реализации произведенных потребительных стоимостей, требующих осуществления различных операций технологического характера. Отсюда вытекает неоднородность экономического содержания доходов торговли. Часть из них предназначена для возмещения расходов, связанных со сменой форм стоимости, другая их часть отражает стоимость прибавочного продукта, созданного производительным трудом работников торговли, занятых продолжением процесса производства в сфере обращения. Соотношение этих частей определяется не только соотношением производительного и непроизводительного труда в торговле, но и других расходов при осуществлении разнородных функций торговли, а также части дохода, передаваемого сферой материального производства для покрытия чистых издержек обращения и получения прибыли от чисто торговых операций.

На уровне отрасли доходы от реализации товаров принимают форму чистого дохода (чистой продукции), т.е. вновь созданной стоимости, включающей заработную плату и прибыль.

Отражая исторически сложившуюся финансовую значимость не столько выручки, сколько приращения к стоимости реализованных товаров, действующая практика для организаций торговли предусматривает особый порядок формирования доходов от реализации. Если доходами от реализации принято считать выручку от реализации товаров, то в торговле из этой выручки следует исключить стоимость реализованных товаров. Согласно форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках», порядок заполнения которой изложен в Инструкции о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 14.02.2008 № 19, определение доходов от реализации, остающихся в распоряжении торговой организации, показан на рисунке 10.1:

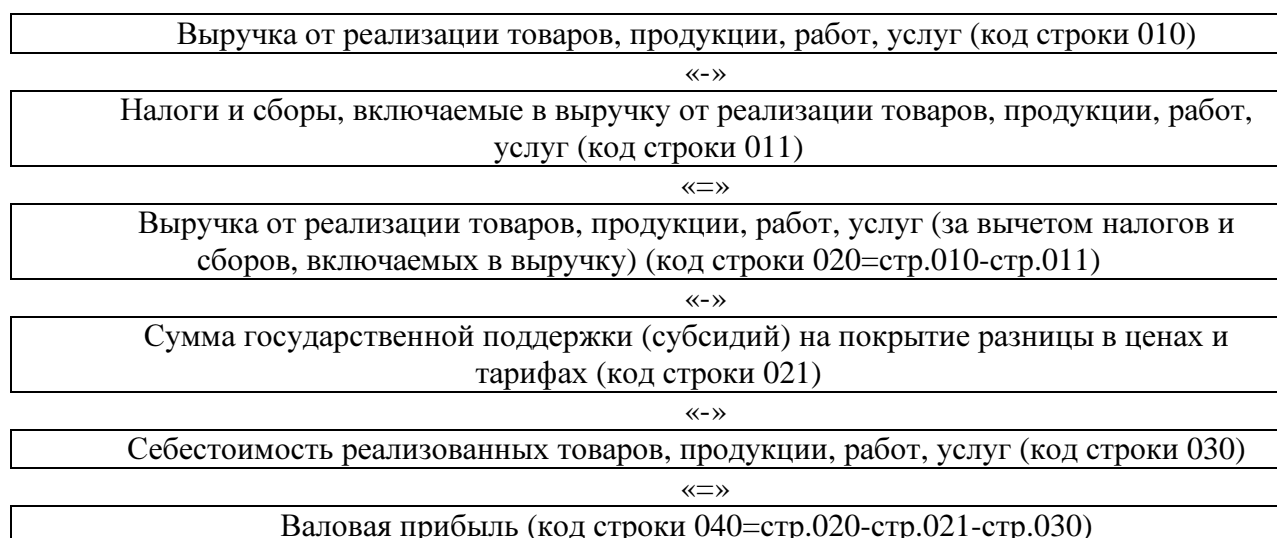


Рисунок 10.1 – Схема формирования дохода от реализации в торговой организации

Разницу между показателем статьи «Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за вычетом налогов и сборов, включаемых в выручку (строка 020) за исключением суммы полученной организацией государственной помощи на покрытие разницы в ценах и тарифах (строка 021) и показателем статьи «Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг» (статья 030) отражает статья «Валовая прибыль» (строка 040). В

экономической литературе в отношении данного показателя употребляется также термин «валовой доход».

Таким образом, на уровне организации торговли доходы от реализации товаров – это разница между денежной выручкой от реализации товаров по розничным (оптовым) ценам за минусом налогов и сборов (пошлин) и их покупной стоимостью. Эта разность представляет собой сумму реализованных:

- торговых надбавок (скидок) – в розничных торговых организациях;
- оптовых и снабженческо-сбытовых надбавок (скидок) – в оптовых торговых организациях;
- наценок на собственную продукцию (сырье) и часть покупных товаров, а также торговых надбавок (скидок) на покупные товары – в организациях общественного питания.

В распоряжении торговых организаций остается не весь доход от реализации товаров. Из него в 2008 году производятся отчисления в виде сбора в Республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки по ставке 2%, сумма которого включается в стр.011 формы № 2 «Отчет о прибылях и убытках».

Доход от реализации товаров измеряется в абсолютном (руб.) и относительном (%%) выражениях. Его показателями являются сумма и уровень.

Уровнем дохода от реализации товаров называется отношение суммы дохода от реализации товаров к сумме товарооборота, выраженное в процентах.

$$УДр = \frac{Др}{Т} \times 100,$$

где $УДр$ – уровень дохода от реализации товаров в %, $Др$ – сумма доходов от реализации товаров или валового дохода, $Т$ – объем товарооборота.

В розничной торговле уровень доходов от реализации учитывается, анализируется и планируется по отношению к розничному товарообороту без налога на добавленную стоимость (*НДС*), налога с продаж и других обязательных платежей, в оптовой торговле – по отношению к оптовому или складскому товарообороту с участием в расчетах, в общественном питании – к общему (валовому) товарообороту общественного питания.

Уровень дохода от реализации показывает долю торговли в розничной цене товара и характеризует уровень затрат, связанных с реализацией товаров и прибыли от этих операций, т.е. сколько рублей дохода получено с каждых 100 р. проданных товаров.

Размер уровня дохода от реализации различен в отдельных отраслях торговой деятельности, что обусловлено функциями, выполняемыми каждой отраслью, и местом отрасли в отраслевом разделении труда. Наибольший – в общественном питании, наименьший – в оптовой торговле.

Также отличается уровень дохода от реализации товаров в торговых организациях одинакового отраслевого профиля, что зависит от структуры товарооборота.

Программой развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006-2010 гг. предусматривается рост уровня дохода от реализации в розничной торговле с 17,2% в 2005 г. до 17,5% в 2010 г., в общественном питании – с 31,6 до 31,7 % соответственно.

Относительный размер доходов может быть рассчитан также отношением их суммы к другим показателям торговой деятельности. В условиях происходящих изменений определенный экономический интерес представляют показатели уровня доходов, исчисленные по отношению к основным и оборотным средствам, среднесписочной численности работников. Рассчитывается удельный вес расходов на реализацию товаров в общей сумме доходов. В зарубежной литературе для оценки уровня торгового дохода используется показатель «торговая маржа», который определяется делением доходов на оборот товаров по закупочной цене и умножением результата на 100.

ПРИМЕР. Товарооборот розничной торговой организации за отчетный год составил 14 750 млн р. налог на добавленную стоимость и другие обязательные платежи определены в

сумме 1 950 млн р. Себестоимость проданных товаров по данным бухгалтерской отчетности составила 10 800 млн р.

Сумма дохода от реализации товаров равна:

$$Др = 14\,750 - 1\,950 - 10\,800 = 2\,000 \text{ млн р.}$$

Уровень дохода от реализации равен:

$$УДр = \frac{2000}{12800} \times 100 = 15,63\%.$$

В аналогичном порядке определяется сумма доходов от реализации организациях оптовой торговли и общественного питания.

На доход от реализации товаров оказывают влияние внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам относятся:

- степень насыщенности рынка товарной массой: увеличение степени насыщенности потребительского рынка приводит к относительному снижению уровня цен, что, в свою очередь, ведет к уменьшению темпов роста чистого дохода при наращивании объемов реализации товаров;

- покупательная способность потребителей: высокая покупательная способность способствует положительной динамике процесса реализации товаров, а значит, приводит к росту суммы и уровня доходов от реализации товаров;

- денежные доходы населения: увеличение (снижение) денежных доходов населения увеличивает (уменьшает) покупательную активность населения, и, соответственно, приводит к росту (снижению) объемов и товарооборота, и доходов торговли;

- уровень цен на товары, тарифов и ставок за услуги, цен на материальные ресурсы: рост или снижение цен и тарифов, как правило, вызывает увеличение или снижение как выручки, так и дохода от реализации;

- ценовая, налоговая и денежно-кредитная политики, проводимые государством и регионом: их основные направления определяются законодательными и нормативными правовыми актами. В данном случае, выступая инструментом сдерживания общего уровня цен, инструментарий государственного регулирования обуславливает поддержание необходимых макроэкономических пропорций: между потреблением и накоплением, нормой прибыли в сфере производства и товарного обращения;

- нормы торговых надбавок (скидок), наценок общественного питания: с увеличением и или уменьшением их размеров пропорционально изменяется сумма доходов от реализации, и как следствие, их уровень;

- нормативы или ставки отчислений от доходов: здесь имеет место обратная зависимость дохода, остающегося в распоряжении торговой организации, от роста (снижения) их норм;

Внутренние факторы включают факторы прямого и косвенного влияния. К первой группе относятся:

- объем товарооборота: чем больше объем товарооборота, тем больше сумма дохода от реализации за счет реализации большей товарной массы при прочих равных условиях;

- состав и ассортиментная структура товарооборота: изменение состава и структуры товарооборота может вызывать и уменьшение, и увеличение суммы и уровня дохода от реализации товаров, что определяется изменением соотношения в общем объеме реализации товаров с более высокой и низкой торговой надбавкой;

- уровень цен закупки товаров у поставщиков: их влияние основывается на том, что основой формирования розничной цены являются или отпускная цена предприятия (в случае приобретения товаров у изготовителя) или оптовая цена (при закупке у посредников). Отсюда возможно и абсолютное, и относительное снижение (увеличение) суммы реализованных торговых надбавок и скидок за счет разницы в ценах, по которым приобретает товар;

- экономическая обоснованность норм торговых надбавок: самостоятельность в установлении торговых надбавок (наценок) в современных условиях требует от торговых

организаций, с одной стороны, не допустить потерь в объеме дохода, а с другой – сохранить цены на конкурентоспособном уровне;

- звенность товародвижения: если увеличивается доля поставки товаров через оптово-посреднические звенья, то это приводит к уменьшению суммы дохода и снижению его уровня, поэтому целесообразно использовать поставки товаров по прямым связям;

- выбор поставщика и условия поставки товаров: правильный выбор поставщика определяет приемлемые цену поставки товаров, форму оплаты, обеспечивает гарантированную частоту и комплектность поставок, долю фасованных товаров, размеры уценки, переоценки и товарных потерь, тем самым способствуя стабильности и доходности работы торговой организации.

Вторая группа факторов включает:

- товарооборачиваемость, методы продажи товаров, производительность труда, издержкостоемость. Эти факторы влияют на объем товарооборота, а через него – и на величину доходов.

- количество и качество предоставляемых дополнительных услуг при продаже товаров, определяемые профилем торговой организации и профессионализмом руководства. Доход от реализации товаров, как показывает практика, увеличивается в среднем на 2% от поступлений за оказанные услуги. Однако следует иметь в виду, что косвенное влияние бесплатно оказываемых услуг и консультаций покупателям, оказывается значительно весомее;

- организация торгово-технологических процессов, использование достижений маркетинга и научно-технического прогресса, качество управления торговой организацией и торгового обслуживания населения, применяемых ресурсов. Механизм влияния этих факторов на количественные и качественные показатели доходов опосредован параметрами объема товарооборота.

Условия конкуренции на рынке потребительских товаров, уровень развития инфраструктуры рынка, инфляция, политическая и экономическая стабильность в стране, демографическая ситуация и другие внешние межотраслевые и народнохозяйственные факторы воздействуют не только на внутренние условия образования доходов торговой организации, но и на конечные финансовые результаты деятельности отраслей сферы товарного обращения.

10.3. Источники образования дохода от реализации. Экономическая сущность и функции торговых надбавок

Источники образования дохода:

* в розничной торговле:

- торговые надбавки, устанавливаемые в процентах на оптовую цену товаров

- торговые скидки с розничной цены товара, они установлены на товары, реализуемые по фиксированным розничным ценам (хлеб массовых сортов - 10% (для потребкооперации - 15%), белая водка и спирт - 12 % (18%), табачные изделия - 22%, сахар-песок - 13%). Скидки так же предназначены для покрытия издержек и получения прибыли.

- комиссионные вознаграждения за реализацию товаров в комиссионных магазинах и отделах

* в оптовой торговле:

- оптовые надбавки - предназначены для покрытия издержек оптовых организаций при реализации товаров со складов и получения прибыли

- доходы от торгово-посреднических операций - в частности по дилерским сделкам и при реализации товаров на условиях консигнации (продавцы товаров предоставляют оптовой организации определенный процент со стоимости реализованных товаров)

- доходы от оказания дополнительных услуг розничной торговле или производственным предприятиям

* общепит:

- торговые надбавки
- торговые скидки
- наценка на продукцию собственного производства и часть покупных товаров, предназначенная для покрытия издержек производства; размеры наценок зависят от категории предприятия общепита:

- * предприятие-люкс (наценка не более 200-250%)

- * высшей категории (150-200%)

- * первой категории (120-150%)

- * второй категории (50-100%)

- * третьей категории (30-60%)

С ростом благосостояния возрастают требования к качеству торгового обслуживания, что ведет к росту доли торговых надбавок в цене товара. В развитых странах доля оптово-сбытовых и торговых надбавок в цене товара составляет в среднем 15-70%, а по престижным товарам продажная цена может превышать покупную в 2-10 раз.

Сумма торговой надбавки в розничной торговле определяется путем умножения отпускной цены предприятия-изготовителя без НДС на норму торговой надбавки и деления результата на 100.

Размеры торговых надбавок устанавливаются в % к отпускным ценам без НДС, размеры торговых скидок – в % к фиксированной розничной цене.

ПРИМЕР: Цена изготовителя товара составляет 100 р. за единицу, торговая надбавка - 30%, налог на добавленную стоимость - 10%.

Сумма НДС = $100 \times 0,1 = 10$ р.

Отпускная цена предприятия-изготовителя с учетом НДС = $100 + 10 = 110$ р.

Сумма торговой надбавки = $\frac{100 \times 30}{100} = 30$ р.

Розничная цена без НДС = $100 + 30 = 130$ р.

НДС = $\frac{130 \times 10}{100} = 13$ р.

Продажная цена товара (розничная цена с НДС) = $130 + 13 = 143$ р.

Сумма НДС, уплачиваемая магазином = $13 - 10 = 3$ р.

В настоящее время предельные размеры торговых надбавок устанавливаются как правило, только на социально значимые товары. По остальным же торговая и оптовая надбавки предельным размером не ограничиваются и формируются с учетом складывающейся в период реализации конъюнктуры рынка.

Таким образом, по своей сущности оптовая и торговая надбавки, а также торговая скидка предназначены для покрытия расходов на реализацию товаров торговыми организациями, уплаты всех установленных налогов и неналоговых платежей и получения прибыли.

Торговые надбавки и скидки выполняют учетную, распределительную и стимулирующую **функции**.

В качестве экономической категории торговая надбавка является ценой за услуги, оказываемые торговлей отраслям материального производства по реализации продукции. В этом заключается основное назначение торговых надбавок.

В условиях формирования рыночных отношений повышается роль цены и такого ее элемента, как торговая надбавка (скидка), отражающая хозяйственные интересы торговых организаций.

На изменение уровня дохода существенное влияние оказывает изменение структуры товарооборота (увеличение доли товаров с более высоким уровнем торговых надбавок ведет к повышению среднего уровня валового дохода, и наоборот), которое определяют способом процентных чисел с применением приема абсолютных разниц.

При поставке муки, крупы, масла животного и некоторых других товаров в расфасованном виде поставщики могут взимать с магазинов наценку за их предварительную расфасовку. В связи с этим увеличение или уменьшение объема поставки товаров в расфасованном виде оказывает определенное влияние на валовой доход. Влияние указанного фактора на реализованные торговые надбавки, также как и предыдущего, определяют прямым счетом.

При покупке товаров через оптовые предприятия и других посредников торговое предприятие отдает им часть торговой надбавки, что уменьшает его валовой доход. Влияние изменения звенности товародвижения на валовой доход изучают по договорам поставки товаров, счетам-фактурам и данным учета поступления товаров. В связи с тем, что существуют определенные расхождения в формировании цен на товары, поставляемые из различных источников, целесообразно организовать учет валовых доходов в зависимости от того, по каким каналам поступает товар на торговое предприятие для его последующей реализации конечному потребителю.

Между торговой скидкой и торговой надбавкой существует взаимосвязь. Поэтому величину торговой скидки, а значит, и уровень дохода, можно определить исходя из торговой надбавки и, наоборот.

$$Tc = \frac{T_n}{100 + T_n} \times 100, \quad T_n = \frac{Tc}{100 - Tc} \times 100,$$

где Tc – размер торговой скидки, выраженный в процентах к розничной цене, T_n – размер торговой надбавки, выраженный в процентах к отпускной цене.

Средний уровень торговой надбавки определить путем расчета средней арифметической взвешенной по формуле:

$$\bar{x} = \frac{x_1 \cdot y_1 + x_2 \cdot y_2 + \dots + x_n \cdot y_n}{y_1 + y_2 + \dots + y_n} \quad \text{или} \quad \bar{x} = \frac{\sum xf}{\sum f},$$

где \bar{x} - средняя арифметическая взвешенная;

x_1, \dots, x_n - конкретные величины вариантов признака x ;

y_1, \dots, y_n - веса (f) соответствующих величин.

10.4. Анализ доходов торговой организации

Таблица 10.2 -. **Выполнение плана за отчетный год и общая динамика дохода от реализации универмага «Полесье», млн.р.**

Показатели	Прошлый год	Отчетный год			Отклонение от		В % к прошлому году
		план	фактически	% выполнения плана	плана	прошлого года	
1	2	3	4	5	6	7	8
Розничный товароборот: -в действующих ценах -в сопоставимых ценах							
		×		×	×		
Доход от реализации товаров: -в действующих ценах -в сопоставимых ценах							
		×		×	×		
Средний уровень дохода, % к товарообороту				-			-

Среднесписочная численность работников, чел.							
Доходы на 1 работника							

Таблица 10.3 - *Выполнение плана дохода от реализации универсама «Полесье» по месяцам, кварталам и полугодиям за отчетный год, млн.р.*

Периоды	Розничный товароборот в действующих ценах				Доход от реализации				Средний уровень дохода, % к обороту		
	план	факт	отклонение от плана	% выполнения плана	план	факт	отклонение от плана	% выполнения плана	план	факт	отклонение от плана
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Таблица 10.4. *Выполнение плана дохода от реализации структурными подразделениями универсама «Полесье» за отчетный год, млн.р.*

Структурные подразделения	Розничный товароборот в действующих ценах				Доход от реализации, сумма			Средний уровень дохода, % к обороту			Отклонение от плана по сумме дохода		
	план	факт	отклонение от плана	% выполнения плана	план	факт	% выполнения плана	план	факт	отклонение от плана	всего	в т.ч. за счет изменения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Таблица 10.5 - *Выполнение плана дохода от реализации товаров в ассортиментном разрезе универсама «Полесье» за отчетный год, млн.р.*

Товарные группы	Розничный товароборот в действующих ценах				Доход от реализации сумма			Средний уровень дохода, % к обороту			Отклонение от плана по сумме дохода	
	план	факт	ТКЛО	ВЫП	план	факт		план	факт	ТКЛО	всего	в т.ч. за счет изменения

ИЛИ

$$\text{Б) } \text{ТС} = \frac{\text{ТН}}{100 + \text{ТН}} \times 100 \quad \Sigma \text{ВД} = \frac{\text{Тб} / \text{ндс, нп} \times \text{ТС}}{100}$$

Задачи анализа дохода от реализации или дохода:

- определить выполнение плана по ДРТ и его динамику в целом по предприятию и по структурным подразделениям;
- установить причины роста (снижения) ДРТ;
- выявить за счет каких товаров и товарных групп произошел рост (снижение) суммы и уровня валового дохода;
- определить влияние основных факторов на величину дохода;
- провести анализ по месяцам, декадам, кварталам, полугодиям в разрезе подведомственных подразделений, в сравнении с достижениями конкурентов;
- разработать комплекс мер по изысканию дополнительных ресурсов.

Общую тенденцию развития валового дохода специалисты рекомендуют оценивать с учетом соответствия оптимальному соотношению индекса роста дохода (I_{вд}) и индекса роста товарооборота (I_т):

$$I_{вд} > I_{т}$$

Величина дохода находится в прямой пропорциональной зависимости от двух основных факторов:

- 1) изменения объема розничного товарооборота;
- 2) изменение среднего уровня валового дохода.

Их влияние на доход измеряют приемом абсолютных разниц по следующим формулам:

$$1) \Delta \text{Дт} = (\Delta \text{Т} * \text{УД б}) / 100,$$

где $\Delta \text{Дт}$ – размер влияния изменения объема товарооборота;

$\Delta \text{Т}$ – размер изменения объема товарооборота по сравнению с базисным (планом или фактом прошлого) периодом;

УД б – базисный уровень дохода (плановый или фактический за прошлый период).

$$2) \Delta \text{Вдвд} = (\text{УВДф} - \text{УВД б}) * \text{Тф} / 100,$$

где $\Delta \text{Вдвд}$ – размер влияния среднего уровня валового дохода;

УД ф, УД б – соответственно уровни валового дохода отчетного (фактического) и базового периодов, в % к товарообороту,

Тф – фактический товарооборот за анализируемый период.

Большое влияние на доход оказывает изменение розничных (продажных) цен на товары. При повышении цен соответственно растет сумма реализованных торговых надбавок и скидок, при снижении – наоборот. Для измерения этого фактора на валовой доход необходимо прирост объема товарооборота за счет повышения розничных цен на товары умножить на базисный уровень валового дохода (плановый или фактический за прошлый период) и разделить на 100.

Одновременно определяют и анализируют доход, остающийся в распоряжении торгового предприятия. Сумма дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, находится в прямой зависимости от изменения общей суммы реализованных торговых надбавок и в обратной – от налогов и других обязательных платежей, взимаемых за счет дохода. Их влияние на сумму валового дохода, остающегося в распоряжении торгового предприятия, определяется прямым счетом.

Для расчета равномерности выполнения плана валового дохода применимы формулы:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}} ; \quad V = \frac{\delta \times 100}{\bar{x}} ; \quad K_{равн.} = 100 - V ,$$

где δ - среднеквадратическое отклонение;

x - процент выполнения плана дохода за каждый месяц или квартал отчетного года;

\bar{x} - процент выполнения плана дохода по универмагу за год;

n - число месяцев (кварталов) изучаемого периода;

V - коэффициент вариации (неравномерности);

Кравн. - коэффициент равномерности.

Конечная цель анализа дохода – изыскать резервы, определить пути увеличения валового дохода, разработать соответствующие мероприятия.

Основные резервы роста дохода:

- рост объема товарооборота (прямая зависимость);
- ускорение товарооборачиваемости;
- постоянный анализ и контроль за динамикой и структурой товарооборота;
- выяснение причин снижения реализации тех или иных товаров и принятие оперативных мер по устранению недостатков;
- комплексный анализ структуры товарооборота, товарных запасов и товарного обеспечения;
- изыскание дополнительных источников товарных ресурсов;
- развитие активных форм продажи товаров с учетом сезонности производства, потребления отдельных товаров и товарных групп;
- расширение дополнительных услуг;
- умелое использование механизма ценообразования, т.е. оперативное регулирование размеров надбавок с учетом конъюнктуры рынка, изменения хозяйственной ситуации;
- широкое использование прямых связей;
- улучшение использования торговых площадей при всемерном применении прогрессивных форм обслуживания.

10.5. Планирование и прогнозирование доходов торговли

План-прогноз дохода – это, прежде всего, определение общей суммы и общего уровня дохода по предприятию при заданных (прогнозных) ограничениях, исходя из целевых ориентиров. Как правило, он составляется торговым предприятием самостоятельно на год с поквартальной разбивкой.

Исходными предпосылками для составления плана являются:

- план-прогноз розничного товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре;
- договоры на поставку товаров;
- нормы торговых надбавок и скидок;
- издержкоемкость реализуемых товарных групп;
- нормативные документы об отчислениях от валового дохода;
- расчеты потребностей в прибыли, необходимой для развития предприятия;
- материалы экономического анализа валового дохода;
- учет возможных резервов увеличения дохода.

С этой целью применяются следующие **методы:**

1. метод технико-экономических расчетов;
2. расчетно-аналитический метод;
3. экономико-статистические методы (скользящей средней, коэффициента эластичности дохода от товарооборота и др.);
4. экономико-математические методы;
5. исходя из потребностей в прибыли.

Пояснения. 1. Среди экономико-статистических методов прогнозирования (скользящая средняя, с учетом коэффициента эластичности, производственная функция) метод сглаживания динамического ряда с помощью скользящей средней получил наиболее

широкое распространение. Суть его заключается в выравнивании динамического ряда уровня или суммы дохода в сопоставимых ценах за 5-6 периодов и распространении выявленной тенденции на перспективу при условии отсутствия резких изменений в работе торговых организаций и предприятий.

Средние значения уровней дохода (или цепных темпов прироста суммы валового дохода) можно рассчитать по формулам:

$$\bar{K}_1 = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3}; \quad \bar{K}_2 = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3}; \quad \bar{K}_3 = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3}, \text{ и так далее,}$$

где $K_1, \dots, K_5, \dots, K_n$ - динамический ряд показателей уровня дохода (или цепных темпов прироста суммы дохода);

$\bar{K}_1, \dots, \bar{K}_5, \dots, \bar{K}_n$ - показатели выровненного ряда;

n - число периодов.

Среднегодовое изменение уровня дохода (или темпов прироста суммы дохода) находится следующим образом:

$$\bar{\Delta} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1}.$$

Прогнозируемый уровень дохода (темп прироста суммы дохода) в планируемом году равен:

$$K_{n+1} = \bar{K}_n + 2\bar{\Delta}.$$

Прогнозирование с использованием коэффициента эластичности суммы валового дохода от объема товарооборота предусматривает расчет коэффициента эластичности по формуле:

$$K_{\text{э}} = \frac{\Delta D}{D_B} : \frac{\Delta T}{T_B},$$

где $K_{\text{э}}$ - коэффициент эластичности дохода от товарооборота, ΔD - изменение дохода в отчетном или текущем периодах по сравнению с базисным, D_B - доход торговой организации в базисном периоде, ΔT - изменение объема товарооборота в текущем (отчетном) году по сравнению с базисным, T_B - товарооборот в базисном году.

Планируемый темп прироста суммы дохода определяется так:

$$T_{\text{ВД}} = T_T \times K_{\text{э}},$$

где $T_{\text{ВД}}$ - темп прироста суммы дохода, T_T - темп прироста товарооборота в прогнозируемом периоде.

2. *Трендовые модели* основываются на математическом выравнивании и экстраполяции ряда динамики по уравнению тренда *методами выбранных точек, средних, уменьшенных средних, экстремумов, наименьших квадратов, полулогарифмической функции* и др. Для учета влияния факторов, не имеющих количественной определенности, путем сплошной нумерации количества наблюдений в трендовые уравнения вводится фактор времени (t). При этом надежность прогнозов зависит от устойчивости тенденции, в зависимости от которой различают следующие виды трендовых моделей:

$$y = a_0 + a_1 t \text{ (линейная);}$$

$$y = a_0 + a_1 t + a_2 t^2 \text{ (полиномиальная);}$$

$$y = a_0 + a_1 \lg t \text{ (логарифмическая);}$$

$$y = a_0 \times a^t \text{ (степенная) и т.д.}$$

3. *Факторные модели* представляют более широкие возможности с позиций учета внутренних взаимосвязей. Они позволяют перейти от кинематического описания к моделированию движущих сил, формирующих уровень и динамику исследуемого показателя. Их сущность заключается в выражении в виде функции зависимости

прогнозируемого показателя от одного или нескольких факторов-аргументов. К простейшим относятся однофакторные модели, базирующиеся на наиболее часто применяемых уравнениях регрессии. При многофакторном моделировании наиболее часто применяют уравнения регрессии линейного, параболического, полулогарифмического и логарифмического типов.

Экономико-математическую модель, выражающая функциональную зависимость валового дохода от изменения динамики розничного товарооборота, основана на использовании линейного уравнения регрессии

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2X_2 ,$$

где Y – темп изменения дохода, X_1 - темп роста розничного товарооборота, X_2 - изменение удельного веса непродовольственных товаров в общем объеме товарооборота, a_0, a_1, a_2 - параметры уравнения.

2. КРИТИЧЕСКАЯ ВЕЛИЧИНА ДОХОДА:

$$D_{\text{крит}} = \frac{\text{ИОпост}}{K_{\text{п}}} \times 100 \quad K_{\text{п}} = \frac{\text{УД} - \text{УИОпер}}{\text{УД}} \times 100 \quad \text{или}$$

$$D_{\text{крит}} = \frac{\sum \text{ИОпост}}{1 - \frac{\sum \text{ИОпер}}{\sum D}}$$

3. ЗАПАС ФИНАНСОВОЙ ПРОЧНОСТИ

$$Z_{\text{ФП}} = \frac{D_{\text{пл}} - D_{\text{крит}}}{D_{\text{пл}}} \times 100$$

Глава 11. Прибыль и рентабельность

11.1. Сущность, виды прибыли и источники ее образования

В рыночной экономике прибыль занимает центральное место, выражая разносторонние экономические связи в воспроизводственном процессе и выступая в качестве цели предпринимательской деятельности. Стремление к увеличению прибыли превращает ее в главную движущую силу и основной источник экономического и социального развития не только отдельных организаций, но и страны в целом.

Прибыли принадлежит основное место в общей системе стоимостных показателей и рычагов управления экономикой. Она является мерилем эффективности деятельности организации, источником ее развития, самофинансирования, материального поощрения труда работников, источником выплаты процентов по вкладам, дивидендов и др. Прибыль – это основной показатель оценки результатов деятельности организации в условиях развития рыночных отношений.

Отечественные и зарубежные экономисты рассматривают прибыль с различных точек зрения. Как результативный (оценочный) показатель она характеризует эффективность деятельности организации, успех предпринимательской деятельности и является экономической основой для расширения деятельности организации.

Различные общественно-исторические условия развития стран послужили созданию различных теорий, понятий и трактовок прибыли.

В экономической литературе рассматриваются несколько теорий прибыли:

- теория классиков политической экономии (Сэй, Дж.Б.Кларк),
- теория «воздержания», «ожидания», «риска» (М.Сениор),
- теории, трактующие прибыль как трудовой доход (Дж.Милль, Бастиа),
- марксистская теория прибыли и др.

Единым для всех авторов является утверждение о том, что прибыль представляет собой разницу, отклонение, остаток, и «нечто», содержащееся в выручке от продажи. Разногласия возникают лишь при попытке установить, из каких же компонентов состоит это «нечто».

Теоретические взгляды меркантилистов основывались на исследовании внешней торговли. Они утверждали, что возникновение прибыли связано с внешней торговлей и является результатом того, что товары за границей продаются по более высоким ценам, чем их приобретают внутри страны.

Трактовка прибыли как трудового дохода предпринимателей была выдвинута еще в XIX веке. Свое развитие она получила в трудах немецкого ученого В.Рошера, который определил прибыль как предпринимательскую заработную плату. Во второй половине XIX века английский экономист А.Маршалл сводил предпринимательскую прибыль к плате за надзор и управление производством, считая ее разновидностью заработной платы или трудовым доходом.

Согласно теории «воздержания», «ожидания», «риска» прибыль представляет собой вознаграждение предпринимателя за его воздержание, ожидание, отсрочку потребления, риск. Воздержание заключается в том, что предприниматель отказывается от немедленного потребления имеющихся у него средств или борется со своим желанием израсходовать имеющийся капитал, или подвергается переживаниям, рискуя, ожидая эффекта от вложенного в производство капитала.

Среди экономистов, поддерживающих эту теорию, особую известность получил английский ученый Н.Сениор. Он утверждал, что стоимость товаров определяется издержками производства, которые сводятся к двум видам «пожертвования» - труду и воздержанию. Н.Сениор подразделял прибыль на предпринимательский доход и процент, причем сводил вознаграждение за «воздержание» к проценту, а предпринимательским доходом считал вознаграждение за деятельность предпринимателя.

Экономист Пронский Л.М. доказывает, что прибыль одного предпринимателя – это всегда убытки кого-то другого. Чтобы никто не разорился, никто не должен получать прибыль. В этом случае все товары должны продаваться по «стоимости», т.е. по той цене, в которую обходится их производство. А если кто-то продает выше стоимости, значит, кто-то другой лишается возможности окупить свои расходы.

Теорию стоимости обобщил К.Маркс и дал понятие прибавочной стоимости как неоплаченной стоимости товара, созданной трудом наемных рабочих и присваиваемой собственником.

Прибыль в торговле рассматривается в двух аспектах: как экономическая категория и как экономический показатель. Как экономическая категория прибыль означает денежное выражение стоимости прибавочного продукта, созданного производительным трудом работников отрасли, а также части прибавочного продукта, созданного в отраслях материального производства и передаваемого в торговлю через систему торговых надбавок, скидок.

Как экономический показатель прибыль представляет собой разницу между доходами и расходами торговых организаций.

Роль прибыли в современных условиях заключается в следующем:

- б) прибыль - это главная цель предпринимательской деятельности и основа для экономического развития отрасли и экономики в целом;
- 7) прибыль и рентабельность - критерии эффективности хозяйственной деятельности;

- 8) прибыль - основной внутренний источник формирования финансовых ресурсов организации и источник удовлетворения социальных потребностей трудового коллектива;
- 9) прибыль – основной защитный механизм от угрозы банкротства;
- 10) прибыль – главный источник возрастания рыночной стоимости организации (предприятия).

Прибыль позволяет удовлетворить экономические интересы государства, организации, работников и собственников. Объектом экономических интересов государства служит та часть прибыли, которую организация уплачивает в виде налога на прибыль и которую общество использует для развития экономики страны. Экономические интересы организации удовлетворяются за счет чистой прибыли. Она является основным источником финансирования расходов, связанных с производственным и социальным развитием. Экономические интересы работников связаны с материальным стимулированием и социальными выплатами, источником которых является также чистая прибыль организации. Собственники также заинтересованы в увеличении прибыли организации, поскольку увеличиваются дивиденды, обеспечивается рост их капитала.

Прибыль выполняет три основные функции:

- 1) оценочная (прибыль используется для оценки эффективности деятельности субъектов хозяйствования);
- 2) распределительная (через прибыль и рентабельность решается задача наиболее эффективного распределения ресурсов среди альтернативных видов деятельности);
- 3) стимулирующая (получение и рост прибыли является основным стимулом развития экономики).

Источники образования прибыли в рыночной экономике многочисленны, они взаимосвязаны между собой и выделить чистое их содержание достаточно сложно.

В большинстве случаев получение прибыли – это результат реализации товара и услуги, основанной на привлечении труда и капитала. Кроме того, источниками образования прибыли являются предпринимательская способность, внедрение различных инноваций, достижение оптимальных объемов деятельности, способность к риску, стечение благоприятных обстоятельств. Доказано, что прибыль организации возрастает при экономии постоянных расходов, а также прибыль растет до тех пор, пока процентная ставка по банковским кредитам будет ниже рентабельности вложенного капитала.

Прибыль тесно связана с жизненным циклом организации. Оценка жизненных циклов с позиции прибыльности показывает, что она должна за период от «рождения» до «зрелости» обеспечить достижение максимальной прибыли, на стадии «выживания» - обеспечить поиск новшеств, способствующих омолаживанию организации.

С бухгалтерской точки зрения прибыль состоит из двух составляющих. Первая – это прибыль от основной и других видов деятельности, вторая – потенциальная прибыль (доход от владения ценными бумагами). Разновидностью потенциального дохода выступает чрезвычайный доход, который складывается из дохода от реализации активов и использования сумм, высвобожденных при использовании ускоренной амортизации.

В качестве источников образования прибыли как конечного финансового результата хозяйственной деятельности торговых организаций выделяют: доходы от реализации товаров (продукции, услуг), доходы от операционной деятельности и доходы от внереализационных операций.

В зависимости от методов учета в экономической теории и практике различают следующие виды прибыли: экономическую, бухгалтерскую, реальную, номинальную, нормальную (удовлетворительную), максимальную, недополученную, чистую, налогооблагаемую, и другие.

Экономическая прибыль – разность между доходом и экономическими (явными и неявными) расходами (издержками).

Бухгалтерская прибыль представляет собой разность между величиной дохода и явными расходами.

Реальная прибыль – это номинальная прибыль, скорректированная с учетом инфляции.

Номинальная прибыль характеризует фактически полученный ее размер при действующих ценах на товары и тарифах на услуги.

Минимальной считается такая прибыль, которая после уплаты налогов обеспечивает организации минимальный уровень рентабельности на вложенный капитал, равный среднему проценту ставки банков по депозитам, сложившейся за исследуемый период.

Под нормальной прибылью понимается минимальное вознаграждение предпринимателя, удерживающее его в выбранной им сфере деятельности. Если получаемая прибыль меньше нормальной, то капитал и предприниматель устремляются в другую сферу.

Недополученная прибыль – прибыль, которую могла бы получить организация при более выгодном использовании ресурсов.

Прибыль от реализации товаров – это разница между доходами от реализации, за вычетом отчислений, уплачиваемых в целевые фонды и расходами по реализации товаров.

Прибыль от операционной деятельности – прибыль, полученная как разница между операционными доходами и расходами.

Прибыль от внереализационных операций – прибыль, полученная как разница между внереализационными доходами и расходами.

Прибыль (общая прибыль) торговой организации формируется как сумма прибыли от реализации, прибыли от операционной деятельности и прибыли от внереализационных операций.

Налогооблагаемая прибыль – прибыль, подлежащая налогообложению по установленной ставке. При этом облагаемая налогом прибыль уменьшается на сумму исчисленного налога на недвижимость и льготную (прибыль не облагаемую налогами по установленной ставке) величину прибыли.

Чистая прибыль – это прибыль, полученная как разница между общей величиной прибыли и налогами, уплачиваемыми из прибыли (налог на недвижимость, налог на прибыль, налог на доходы от мероприятий, облагаемых налогом на доходы, местные налоги).

11.2. Понятие рентабельности и методы ее определения

Для оценки эффективности функционирования торговых организаций, проведения сравнительного анализа недостаточно знать только абсолютную величину полученной прибыли, поскольку одна и та же величина прибыли может быть получена при задействовании разного объема ресурсов (основных и оборотных средств, трудовых ресурсов; единовременных и текущих). Для этих целей используется относительная ее величина, определяемая показателями рентабельности, т.е. отношением прибыли к объему ресурсов, затраченных на ее получение, или объемным показателем деятельности.

Рентабельными являются те торговые организации, которые в результате хозяйственной деятельности получают прибыль. Однако при оценке рентабельности важно знать сравнительные или предельные характеристики, обеспечивающие возможность оценки.

В настоящее время в качестве общепринятых показателей рентабельности используются следующие.

Рентабельность оборота – это отношение прибыли от реализации к объему товарооборота (розничного, оптового, валового), выраженное в процентах.

$$P_o = \frac{Pr}{T} * 100;$$

где Пр – прибыль от реализации,

Т- товарооборот.

Преимуществом этого показателя является тот факт, что он показывает непосредственную связь величины прибыли от объемов хозяйственной деятельности, уровня доходов и расходов. Недостатком данного показателя является отсутствие взаимосвязи между величиной прибыли и используемых для ее получения ресурсов.

Экономическая рентабельность – это отношение прибыли (общей или чистой) к объему вложенных организацией средств, выраженное в процентах. Данный показатель характеризует величину прибыли, полученную на каждый рубль вложенных средств.

$$P_{\text{э}} = \frac{\Pi}{\text{ОФ} + \text{Об}} * 100;$$

где Π – прибыль (общая или чистая),

ОФ- средняя за период сумма основных средств,

Об- средняя за период сумма оборотных средств.

Рентабельность основных средств – это отношение прибыли к средней за период стоимости основных средств (первоначальной или восстановительной). Показатель характеризует величину прибыли, приходящуюся на один рубль основных средств.

$$P_{\text{оф}} = \frac{\Pi}{\text{ОФ}} * 100;$$

где Π – прибыль,

ОФ- средняя за период сумма основных средств

Рентабельность оборотных средств – это отношение прибыли к средней за период стоимости оборотных средств. Показатель характеризует величину прибыли, приходящуюся на один рубль оборотных средств (собственных, заемных и привлеченных).

$$P_{\text{об}} = \frac{\Pi}{\text{Об}} * 100;$$

где Π – прибыль,

Об- средняя за период сумма оборотных средств.

Рентабельность реализованной продукции, товаров – это отношение прибыли от реализации к расходам на реализацию, выраженное в процентах. Характеризует величину прибыли, полученную на один рубль текущих затрат.

$$P_{\text{о}} = \frac{\Pi_{\text{р}}}{R_{\text{р}}} * 100;$$

где $\Pi_{\text{р}}$ – прибыль от реализации,

$R_{\text{р}}$ - расходы на реализацию товаров.

Рентабельность затрат живого труда могут характеризовать два относительных показателя:

$$P_{\text{ж}} = \frac{\Pi}{\text{ФЗП}} * 100;$$

где Π – прибыль,

ФЗП- расходы на оплату труда.

Данный показатель характеризует величину прибыли, полученную с каждого рубля средств, израсходованных на оплату труда. Поскольку средства на оплату труда это есть стоимость рабочей силы, то в силу этого он и является мерой оценки эффективности затрат живого труда.

$$P_{\text{ж/ч}} = \frac{\Pi}{\text{Ч}} ;$$

где П – прибыль,

Ч- среднесписочная численность работников.

Данный показатель условно можно отнести к показателям рентабельности, целесообразно его отнести к показателям прибыльности, поскольку он не соотносит прибыль с объемными или стоимостными показателями. Он характеризует величину прибыли, приходящуюся на одного работника.

Рентабельность собственного капитала – это отношение чистой прибыли к средней за период сумме собственного капитала организации и характеризует величину чистой прибыли, полученную с одного рубля собственных средств.

$$P_c = \frac{ЧП}{СК} * 100 ;$$

где ЧП – чистая прибыль,

СК- средняя за период сумма собственного капитала.

Рентабельность вложенного капитала – это отношение прибыли (общей) к средней за период сумме вложенного капитала и характеризует прибыль, полученную с одного рубля вложенных средств.

$$P_v = \frac{П}{ВК} * 100 ;$$

где П – прибыль,

ВК- средняя за период сумма вложенного капитала.

Показатель рентабельности вложенного капитала может служить индикатором привлекательности отрасли и организации при сравнении его с величиной банковского процента по депозитам сроком на пять лет как минимальной рентабельностью на вложенный капитал. Если величина показателя рентабельности вложенного капитала меньше банковского процента, то это означает, что вложение капитала в данную организацию или отрасль невыгодно или организация неэффективно использует имеющиеся ресурсы.

В качестве показателя прибыльности используется также показатель маржи прибыли, который определяется отношением величины чистой прибыли к доходам от реализации, и характеризует долю чистой прибыли в доходах.

$$Mn = \frac{ЧП}{Др} ;$$

где ЧП – чистая прибыль,

Др- доходы от реализации.

При характеристике рентабельности необходимо иметь в виду, что наряду с показателями рентабельности используется понятие прибыльности торговой деятельности. Понятие прибыльности шире понятия рентабельность. К показателям прибыльности относятся не только показатели рентабельности, но и относительные показатели, исчисляемые как отношение прибыли к различным параметрам, характеризующим потенциал организации (торговая, складская и общая площадь (прибыль/площадь), среднесписочная численность работников и количество торгово-оперативных работников (прибыль/численность) и др.). Кроме того, показатели прибыльности имеют качественную составляющую оценки помимо чисто количественных характеристик и значений. Если торговая организация по каким-либо объективным причинам в какой-то период не имеет прибыли, то показатели рентабельности не представляется возможным исчислить. Тогда для оценки результатов деятельности можно рассчитать показатели прибыльности и доходности, приняв за основу расчетов доходы от реализации товаров за минусом отчислений от их величины. Подобная оценка позволяет принять решение о возможности дальнейшего функционирования организации.

11.3. Методика анализа прибыли и рентабельности

В современных условиях важнейшей задачей торговых организаций является получение прибыли в объеме, достаточном для дальнейшего развития, решения производственных и социальных задач. Решение этой задачи возможно при условии эффективного управления процессом формирования прибыли. Механизм управления прибылью включает следующие элементы:

- 1) учет и экономический анализ прибыли и рентабельности;
- 2) экономически обоснованное прогнозирование и планирование прибыли и других финансовых показателей;
- 3) разработку конкретных мероприятий по достижению целевого объема прибыли;
- 4) организацию действенного контроля за выполнением разработанных мер и принятие соответствующих управленческих решений в зависимости от изменяющейся хозяйственной ситуации.

Исходной информацией для анализа прибыли служит бухгалтерская, финансовая и статистическая отчетность:

- бухгалтерский баланс,
- отчет о прибылях и убытках (приложение 2 к бухгалтерскому балансу),
- отчет об изменении капитала (приложение 3 к бухгалтерскому балансу),
- основные сведения о выпуске товаров и услуг по видам экономической деятельности (1-У),
- отчет о финансовых результатах (5-ф),
- отчет о составе средств и источниках их образования (2-ф),
- отчет об использовании денежных средств (1-ф),

а также данные оперативного и управленческого учета, другие источники учетной и не учетной информации.

Основной целью анализа является выявление неиспользованных резервов увеличения прибыли и повышения рентабельности.

В процессе анализа прибыли и рентабельности решаются следующие задачи:

- 1) устанавливается степень выполнения плана по общей сумме прибыли и в разрезе ее видов, а также структурных подразделений и отраслей деятельности;
- 2) определяется динамика суммы прибыли и уровня рентабельности по организации в целом и в разрезе структурных подразделений и отраслей деятельности;
- 3) производится расчет и оценка влияния основных факторов на сумму прибыли и рентабельность;
- 4) изучаются пропорции и конкретные направления использования и распределения прибыли, и оценивается их эффективность.

Анализ прибыли и рентабельности проводится в определенной последовательности. Сначала производится оценка состояния и динамики общей суммы прибыли и уровня рентабельности в целом по торговой организации, затем в разрезе структурных подразделений и видов деятельности. При этом особое внимание следует уделять опыту работы тех структурных подразделений, которые достигли высоких финансовых результатов, а также предприятий, допустивших снижение прибыли или убытки. С этой целью составляют аналитические таблицы с использованием метода группировок (по прибыли на одного работника, на одно место, на один квадратный метр торговой площади и др.) Анализ прибыли и рентабельности за год дополняют изучением ее по кварталам и месяцам, оценкой влияния факторов на эти показатели.

При изучении динамики прибыли исчисляются базисные и цепные темпы роста (снижения). Проводится сравнение прибыли и рентабельности данной организации с показателями конкурентов и со среднеотраслевыми показателями.

При анализе прибыли и рентабельности широко используются экономико-математические, экономико-статистические и другие методы. Для оценки и учета влияния

факторов большое распространение получил корреляционно-регрессионный анализ. В уравнение множественной регрессии наиболее целесообразно включать такие факторы как товарооборот, производительность и эффективность труда, фондоотдачу, товарооборачиваемость, средний уровень торговых надбавок. Возможен и другой набор факторов. Сравнение рассчитанных показателей с фактическими позволяет выявить резервы повышения эффективности хозяйствования.

Каждый субъект анализа изучает информацию со своих позиций, исходя из своих интересов. Руководство организации может углубить анализ, используя не только данные отчетности, но и данные всей системы хозяйственного учета, управленческого и оперативного анализа, проводимого для целей управления.

Важным этапом анализа является оценка влияния факторов на прибыль и рентабельность. На прибыль и рентабельность влияет множество факторов. Их можно разграничить на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся экономическая ситуация в стране, уровень развития экономики, обеспеченность продовольственными ресурсами, меры государственного регулирования деятельности организаций, инфляция, изменение тарифов, ставок, торговых надбавок и др.

Внутренние факторы являются объектом управления самой организацией и непосредственно отражаются на результатах деятельности и коммерческой (деловой) активности субъекта. К ним относятся: объем, состав, структура товарооборота, эффективность использования ресурсов, уровень расходов на реализацию товаров, система материального стимулирования труда работников и др.

В процессе анализа определяется прежде всего влияние факторов, формирующих прибыль. Это объем товарооборота, уровень доходов и расходов на реализацию товаров, уровень отчислений, уплачиваемых из дохода, прибыль от операционной деятельности и внереализационных операций. При этом первые четыре фактора определяют величину прибыли от основной деятельности – прибыль от реализации, а остальные два – общую величину прибыли по организации. На рентабельность влияют структура товарооборота, уровень средней торговой надбавки и издержкостоемкости реализации отдельных товаров.

Влияние изменения объема товарооборота на сумму прибыли рассчитывается по формуле:

$$\Delta\Pi_t = \frac{(T_{отч} - T_{баз}) * R_{об}}{100},$$

где $T_{отч}$ – товарооборот отчетного периода,

$T_{баз}$ – товарооборот базисного периода,

$R_{об}$ – рентабельность оборота в базисном периоде.

Для устранения влияния изменения цен на товары при расчете необходимо товарооборот и прибыль привести в сопоставимый вид.

Влияние изменения среднего уровня доходов от реализации товаров на прибыль определяется по формуле:

$$\Delta\Pi_t = \frac{(U_{дотч} - U_{дбаз}) * T_{отч}}{100},$$

где $T_{отч}$ – товарооборот отчетного периода,

$U_{дотч}$ – уровень дохода от реализации в отчетном периоде,

$U_{дбаз}$ – уровень дохода от реализации в базисном периоде.

Влияние изменения уровня отчислений от доходов на сумму прибыли можно рассчитать по формуле:

$$\Delta\Pi_t = \frac{(V_{ототч} - V_{отбаз}) * T_{отч}}{100},$$

где $T_{отч}$ – товарооборот отчетного периода,

Уоттч – уровень отчислений от дохода от реализации в отчетном периоде,

Уотбаз – уровень отчислений от дохода от реализации в базисном периоде.

Влияние изменения уровня расходов на реализацию товаров определяется по формуле:

$$\Delta\Pi\text{т} = \frac{(\text{Уротч} - \text{Урбаз}) * \text{Тотч}}{100},$$

где *Тотч* – товарооборот отчетного периода,

Уротч – уровень расходов на реализацию в отчетном периоде,

Урбаз – уровень расходов на реализацию в базисном периоде.

Влияние изменения прибыли по операционной деятельности и внереализационных операций определяются прямым счетом по формуле:

$$\Delta\Pi\text{т} = \text{Поотч} - \text{Побаз}$$

где *Поотч* – прибыль от операционной деятельности или внереализационных операций в отчетном периоде,

Побаз - прибыль от операционной деятельности или внереализационных операций в базисном периоде.

Совокупное влияние всех факторов должно соответствовать сумме отклонений прибыли отчетного периода от суммы ее в базисном периоде. Следует отметить, что товарооборот и доход от реализации оказывают на прибыль прямо пропорциональное влияние, а расходы и отчисления от доходов – обратно пропорциональное.

Влияние изменения структуры товарооборота определяется методом процентных чисел. По каждой товарной группе определяются отклонения в структуре товарооборота в отчетном году от прошлого периода. Полученное отклонение умножается на уровень рентабельности каждой товарной группы в базисном периоде, определяется процентное число. Сумма процентных чисел по всем товарным группам делится на 100. Полученный результат характеризует влияние изменения структуры товарооборота на уровень рентабельности.

Анализ операционных и внереализационных расходов и доходов проводят по отдельным их видам, уделяя особое внимание изучению причин образования внереализационных и операционных расходов и разрабатывают меры по их сокращению и предупреждению.

11.4. Методы прогнозирования и планирования прибыли

При планировании прибыли следует учесть, что этот показатель является главной целью всей деятельности организации и мерой ее эффективности, обеспечивающей основу развития организации в перспективе.

В качестве исходной информации при планировании прибыли используются социально-экономические показатели города и района, материалы анализа прибыли и рентабельности за предшествующие годы, планы товарооборота, доходов и расходов на планируемый год.

В процессе планирования прибыли используются различные методы, с помощью которых можно определить оптимальный вариант прогноза прибыли на предстоящий период с учетом условий деятельности, перспектив дальнейшего развития.

К основным методам планирования прибыли в современных условиях относятся: метод экстраполяции, метод прямого счета, экономико-статистические методы, метод целевого формирования прибыли, нормативный метод, расчетно-аналитический метод, экономико-математические методы, метод оптимизации плановых решений, метод «СVP», метод прогнозирования денежного потока, метод факторного моделирования и др.

Метод экстраполяции является наиболее простым методом планирования. Он основан на результатах горизонтального (трендового) анализа динамики прибыли за ряд лет и

выявлении тенденции ее развития. Недостаток данного метода заключается в том, что он не учитывает изменения факторов внешней и внутренней среды, влияющих на прибыль в планируемом периоде. Этот метод может быть использован лишь на относительно короткий прогнозный период.

Метод прямого счета является относительно простым и достаточно надежным методом планирования прибыли, но может быть использован только в том случае, если предварительно уже обоснованы планы товарооборота, доходов и расходов организации. При использовании этого метода плановая сумма прибыли от реализации определяется как разность между доходами от реализации товаров за вычетом отчислений и расходами от реализации товаров. Недостаток этого метода в том, что он основан на одновариантном расчете планируемых показателей.

Нормативный метод является одним из простых методов планирования. В качестве норматива может быть применена норма прибыли на вложенный капитал. Вложенный капитал определяется как прогнозируемая сумма основных и оборотных средств.

Метод «СVP» или метод планирования прибыли с использованием системы «взаимосвязь расходов, товарооборота и прибыли» позволяет определить виды прибыли при наличии той же информации, которая используется при применении метода прямого счета. При использовании этого метода первоначально определяется точка безубыточности в плановом периоде, а затем сумма маржинального дохода (сумма прибыли и постоянных расходов). Этот метод планирования может быть использован для оперативной корректировки плана прибыли в случае изменения условий хозяйственной деятельности и плановых объемных показателей.

Метод целевого формирования прибыли на плановый период позволяет обеспечить наибольшую взаимосвязь плановых показателей со стратегией деятельности торговых организаций. Суть этого метода заключается в определении потребности в собственных финансовых ресурсах, формируемых за счет чистой прибыли. Определение прибыли на плановый период этим методом служит базой для планирования других показателей деятельности организации: дохода от реализации и товарооборота.

Метод прогнозирования денежного потока широко используется в странах с развитой рыночной экономикой. Этот метод базируется на планировании потока денежной наличности, т.е. поступления денежных средств в организацию по периодам. Прибыль определяется как сумма прироста денежного потока за этот период.

Метод факторного моделирования позволяет осуществить многовариантные расчеты прибыли на плановый период путем последовательного применения заданных значений отдельных факторов. С учетом степени влияния отдельных факторов строится многофакторная регрессионная модель.

Проверка обоснованности выбранного оптимального плана-прогноза прибыли может быть осуществлена на основе индексной модели, ориентированной на эффективное функционирование организации:

$$I_p > I_t > I_{рес} > I_{фзп},$$

где I_p – индекс изменения прибыли,

I_t – индекс изменения товарооборота,

$I_{рес}$ – индекс изменения суммы основных фондов и оборотных средств,

$I_{фзп}$ – индекс изменения фонда заработной платы.

11.5. Распределение и использование прибыли

Экономически обоснованное распределение и использование прибыли имеет важное значение не только с точки зрения интересов торговой организации, но и общества в целом. Для торговой организации прибыль – основной источник развития, для бюджета- источник образования его доходной части.

Систем распределения прибыли должна обеспечивать рациональные отношения с госбюджетом и создавать условия для дальнейшего развития. Прибыль, получаемая торговой организацией распределяется на две части:

- первая часть в виде налогов и обязательных отчислений направляется в бюджет и внебюджетные фонды,
- вторая часть, оставшаяся после уплаты налогов поступает в распоряжение организации.

Порядок распределения и использования прибыли, остающейся в распоряжении организации определяется ею самостоятельно в учредительных документах или иных локальных нормативных правовых актах (в том числе протоколах общих собраний).

За счет чистой прибыли, остающейся в распоряжении организации могут формироваться следующие фонды: фонд накопления, фонд потребления, резервный фонд, фонд риска, фонд выплаты дивидендов и другие. Чистая прибыль, направляемая в фонды, определяется в процентах от ее общей величины или в абсолютном выражении.

Фонд накопления создается для финансирования развития организации: на финансирование воспроизводства основных фондов (модернизация, новое строительство, реконструкция, приобретение оборудования, погашение долгосрочных ссуд и процентов по ним), а также на пополнение собственных оборотных средств и др. Фонд накопления представляет собой источник средств организации, аккумулирующий прибыль и другие источники для создания нового имущества, приобретения оборудования и оборотных средств и свидетельствует о росте имущества фирмы.

Фонд потребления направляется на следующие цели: выплату премий и вознаграждений, пособий, трудовых и социальных льгот, выдачу беспроцентных ссуд, оплату дополнительных дней отпуска, оказание материальной помощи, приобретение путевок, выплату дивидендов и др. Фонд потребления выступает источником средств, зарезервированных для осуществления мероприятий по социальному развитию и материальному поощрению трудового коллектива.

Резервный фонд создается, как правило, акционерными обществами для выплаты дивидендов по привилегированным акциям в случае недостаточности прибыли, для покрытия и погашения кредиторской и депонентской задолженности и др. цели.

За счет чистой прибыли оказывается благотворительная и спонсорская помощь, уплачиваются штрафные санкции и любые расходы, не относящиеся на себестоимость.

Действующий порядок распределения и использования прибыли может не предусматривать формирования фондов. Тогда полученная прибыль используется общей массой согласно смете или иного документа, регламентирующего порядок, полномочия и возможные направления использования прибыли.

Вопросы распределения и использования чистой прибыли для республиканских и коммунальных унитарных предприятий, государственных объединений и хозяйственных обществ, с долей государства в уставном фонде, регулируются государственными органами управления. Начиная с 2007 года эти предприятия и организации осуществляют распределение и использование чистой прибыли по следующим направлениям:

- перечисление части чистой прибыли собственнику имущества;
- резервирование части чистой прибыли в соответствии с законодательством и уставом;
- накопление чистой прибыли для финансирования инвестиций во внеоборотные активы (приобретение основных средств, приобретение нематериальных активов, погашение займов и кредитов банков и процентов по ним, жилищное строительство, пополнение оборотных средств);
- потребление, связанное с расходами на выдачу займов работникам и выплату вознаграждения по итогам работы за год;
- покрытие убытков в соответствии с законодательством;
- уплата отчислений (членских взносов) в связи с вхождением в состав объединений.

Республиканские унитарные предприятия, имущество которых находится на праве хозяйственного ведения, отчисляют в республиканский бюджет ежемесячно часть прибыли,

остающейся после уплаты налогов, других обязательных платежей и формирования в установленном порядке фонда накопления. Размер отчислений установлен в зависимости от фактического уровня рентабельности и колеблется, как видно из нижеприведенных данных, от 5 до 30 процентов.

Уровень рентабельности за отчетный месяц	Размер отчислений части чистой прибыли
До 20 процентов включительно	5 процентов
Свыше 20 до 25 процентов включительно	10 процентов
Свыше 25 до 30 процентов включительно	15 процентов
Свыше 30 до 50 процентов включительно	20 процентов
Свыше 50 процентов	30 процентов

Уровень рентабельности для определения размера отчислений определяется как отношение прибыли, полученной в отчетном месяце от реализации товаров (работ, услуг), к расходам на их реализацию.

Для предприятий государственной формы собственности расходы на потребление ограничены 40 процентами от суммы чистой прибыли и внереализационных расходов.

Кроме того, государственные предприятия и организации, в уставном фонде которых имеется доля государства, ежеквартально отчитываются о распределении и использовании чистой прибыли и расходах на потребление государственному комитету по имуществу Республики Беларусь.

Организации, включенные в Государственный реестр субъектов естественных монополий и Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках, осуществляют расходы на потребление по сметам, рассчитанным в пределах нормативов, определенных в количестве бюджетов прожиточного минимума для трудоспособного населения.

Уровень рентабельности реализованной продукции, товаров, работ, услуг, %	Расходы на потребление	
	на выплаты персоналу, включая выплаты компенсирующего и стимулирующего характера, расходы на выдачу ссуд и займов работникам, в том числе на строительство жилья, выплату вознаграждения по итогам работы за год	социального характера, в том числе на осуществление спортивных, оздоровительных мероприятий и иных мероприятий культурно-просветительного характера
От 0 до 5	1	1
Свыше 5 до 10	3	2
Свыше 10 до 15	10	3
Свыше 15 до 20	13	4
Свыше 20 до 25	15	6
Свыше 25	18	7

Организации частной формы собственности самостоятельно определяют направления распределения и использования прибыли в соответствии с учредительными документами или решениями собственника. При формировании фондов в акционерных обществах помимо других фондов как правило предусматривается создание резервного фонда.

ГЛАВА 12. ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВЛИ

12.1. Роль и сущность финансовых ресурсов и механизм их управления

Для осуществления текущей хозяйственной деятельности торговой организации необходимо наличие финансовых ресурсов. В наиболее общем виде финансовые ресурсы — это денежные средства, находящиеся в распоряжении торговой организации и имеющиеся у нее резервы. Образование финансовых ресурсов представляет собой результат функционирования финансов торговой организации.

Финансы торговой организации являются частью финансовой системы государства и как экономическая категория представляют собой систему экономических отношений, осуществляющих реальный оборот денежных средств. Они включают процесс образования, распределения и использования средств. Финансы возникают в процессе формирования различных фондов, необходимых для осуществления хозяйственной деятельности, производства и реализации товаров и услуг, образования собственных финансовых ресурсов, привлечения внешних источников финансирования, их распределения и использования. Основное назначение финансов в том, чтобы обеспечить торговую организацию необходимыми ресурсами для развития товарооборота и осуществления других видов хозяйственной деятельности, организовать нормальный кругооборот средств.

Таким образом, **финансовые ресурсы торговых организаций** представляют собой денежные средства, формируемые в результате операционной, инвестиционной, финансовой деятельности и находящиеся в постоянном движении с целью обслуживания кругооборота всех средств организации.

Роль финансовых ресурсов состоит в том, что они позволяют реализовать основные принципы ведения торгового бизнеса, выражающиеся в следующих **принципах организации финансовой деятельности**:

1. экономическая самостоятельность в принятии управленческих и хозяйственных решений;
2. самофинансирование;
3. материальная заинтересованность в результатах деятельности;
4. материальная ответственность за результаты работы;
5. минимизация рисков.

Финансовые ресурсы являются экономической основой организации торговой деятельности на принципах самофинансирования. Объемы и темпы развития товарооборота зависят от обеспеченности финансовыми ресурсами. В свою очередь, рост товарооборота при правильном использовании механизма управления финансами обеспечивает увеличение и рост финансовых ресурсов для дальнейшего расширения хозяйственной деятельности.

Современные условия заставляют несколько шире взглянуть на роль финансов и направления их использования. Управление деятельностью любого субъекта торговли должно учитывать изменения в конъюнктуре рынка, хозяйственной ситуации, динамику цен и т.д. При этом значительно возрастает влияние фактора риска, который обуславливает изменение спроса, цен, ссудного процента. Поэтому важной задачей финансовой службы является умение оценивать степень риска в условиях неопределенности на основе прогнозирования вероятных количественных и качественных изменений в конъюнктуре рынка.

Основное назначение финансовых ресурсов – выполнение обязательств перед собственниками, бюджетом и внебюджетными учреждениями, банковской системой, страховыми компаниями и т.д.; покрытие текущих затрат; инвестирование в капитальные вложения и ценные бумаги; удовлетворение социально-культурных потребностей работников; спонсорство и благотворительные цели; формирование и поддержание деловой репутации организации. Таким образом, можно сказать, что финансовые ресурсы торговых

организаций используются на все этапы и направления торгово-хозяйственного процесса, обеспечивая возмещение затрат и создание собственных источников финансирования.

Состояние финансовых ресурсов торговых организаций зависит от большого числа факторов, определяющим среди которых является макроэкономическое состояние экономики государства и отрасли. К сожалению, практика финансовой деятельности организаций торговли Республики Беларусь не всегда соответствует указанным принципам. Основной проблемой, с которой в настоящее время сталкивается большинство из них, является недостаток собственных оборотных средств. Так, на 01.09.2007г. 51,2 % торговых организаций республики не имели собственных оборотных средств, у 16,9 % организаций оборотные средства ниже норматива. Обеспеченность собственными оборотными средствами организаций торговли при минимальном нормативе 10 % составила 2,2 %, тогда как по экономике республики в целом она достигла 13,8 %. Низким остается и коэффициент текущей ликвидности, который характеризует достаточность средств для ведения текущей хозяйственной деятельности и своевременного погашения обязательств.

Основной причиной такого положения является низкий уровень рентабельности всех видов деятельности торговых организаций. Так, рентабельность продаж за 8 мес. 2007г. по торговле республики составила 2,5 %, хотя по сравнению с аналогичным периодом 2006 г. она незначительно возросла. Чистая прибыль, которая в настоящее время является единственным источником пополнения собственных оборотных средств и развития, составила около 1,5 % к выручке, что явно недостаточно. Как результат – наличие значительных сумм просроченной кредиторской задолженности, которая по состоянию на 01.09.2007г. составила 375,5 млрд. руб. или 1,3 % к себестоимости реализованных товаров. В связи с этим возрастает важность грамотного управления финансовыми ресурсами.

Управление финансовыми ресурсами (чаще именуемое финансовым менеджментом) представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов субъекта хозяйствования и организацией оборота денежных средств. Его главная цель – обеспечить максимизацию благосостояния собственников в текущем и перспективном периоде, что выражается в максимизации рыночной стоимости.

Финансовый менеджмент реализует свою цель путем осуществления определенных **функций**, объединенных в 2 группы:

1. Функции финансового менеджмента как управляющей системы:

- разработка финансовой стратегии организации, как неотъемлемой части общей стратегии развития;
- формирование эффективных информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов принятия управленческих решений;
- осуществление анализа различных аспектов финансовой деятельности организации;
- осуществление планирования финансовой деятельности организации по основным направлениям;
- разработка действенной системы стимулирования реализации принятых управленческих решений в области финансового менеджмента;
- осуществление эффективного финансового контроля за реализацией принятых управленческих решений.

2. Функции финансового менеджмента как специальной области управления организацией торговли:

- управление активами (оборотными, внеоборотными и составом активов);
- управление капиталом (собственным, заемным и оптимизация структуры);
- управление инвестициями (реальными и финансовыми);
- управление денежными потоками (по операционной, инвестиционной и финансовой деятельности);

- управление финансовыми рисками (составом, профилактикой и страхованием);
- антикризисное финансовое управление (устранение неплатежеспособности, восстановление финансовой устойчивости, обеспечение финансового равновесия, санация).

Механизм финансового менеджмента представляет собой систему основных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений в области финансовой деятельности организации. Основные элементы механизма финансового менеджмента торговой организации:

1. государственное нормативно-правовое регулирование финансовой деятельности;
2. рыночный механизм регулирования финансовой деятельности;
3. внутренний механизм регулирования отдельных аспектов финансовой деятельности;
4. система конкретных методов и приемов осуществления управления финансовой деятельностью.

Эффективный механизм финансового менеджмента позволяет в полном объеме реализовать стоящие перед организацией цели и задачи, способствует результативному осуществлению функций и принципов управления финансовыми ресурсами. В условиях развития рыночных отношений **основными задачами управления финансовыми ресурсами** торговой организации является обеспечение:

- формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития организации;
- наиболее эффективного использования сформированного объема финансовых ресурсов в разрезе основных направлений деятельности;
- оптимизации денежного оборота;
- максимизации прибыли при предусмотренном уровне финансового риска;
- минимизации уровня финансового риска;
- постоянного финансового равновесия организации в процессе ее развития.

12.2. Источники формирования финансовых ресурсов

Учитывая, что потребность в финансовых ресурсах возникает как в процессе создания, так и функционирования торговой организации, источники их формирования следует рассматривать на этих двух этапах. На этапе создания торговой организации финансовые ресурсы образуются путем первоначального инвестирования. При этом создается уставный фонд и накапливаются средства, необходимые для функционирования. Источники формирования уставного капитала и размеры его различаются в зависимости от организационно-правовой формы деятельности. В унитарных предприятиях это средства, выделяемые собственником, в акционерных обществах – выпуск и реализации акций, а в иных обществах и товариществах – сумма долей учредителей,

Однако в процессе развития возникает потребность в приросте используемого капитала за счет различных источников. *С учетом структуры капитала* торговых организаций **источники финансовых ресурсов можно разделить** на три группы: собственные, заемные и привлеченные (см. рис. 13.1). Их основное отличие состоит в условиях привлечения средств и режиме использования.

Собственные средства могут привлекаться как из внешних, так и внутренних источников, они полностью принадлежат организации, следовательно их привлечение и использование носит бесплатный характер. Среди внешних источников формирования собственных ресурсов основное место принадлежит привлечению дополнительного паевого (путем дополнительных взносов в уставной фонд) или акционерного (дополнительная эмиссия акций) капитала.

Однако гораздо чаще используются внутренние источники формирования собственных финансовых ресурсов. По степени важности основное место среди них

занимает прибыль, остающаяся в распоряжении организации, которая является источником отчисления средств на развитие, пополнение собственных оборотных средств и другие цели.

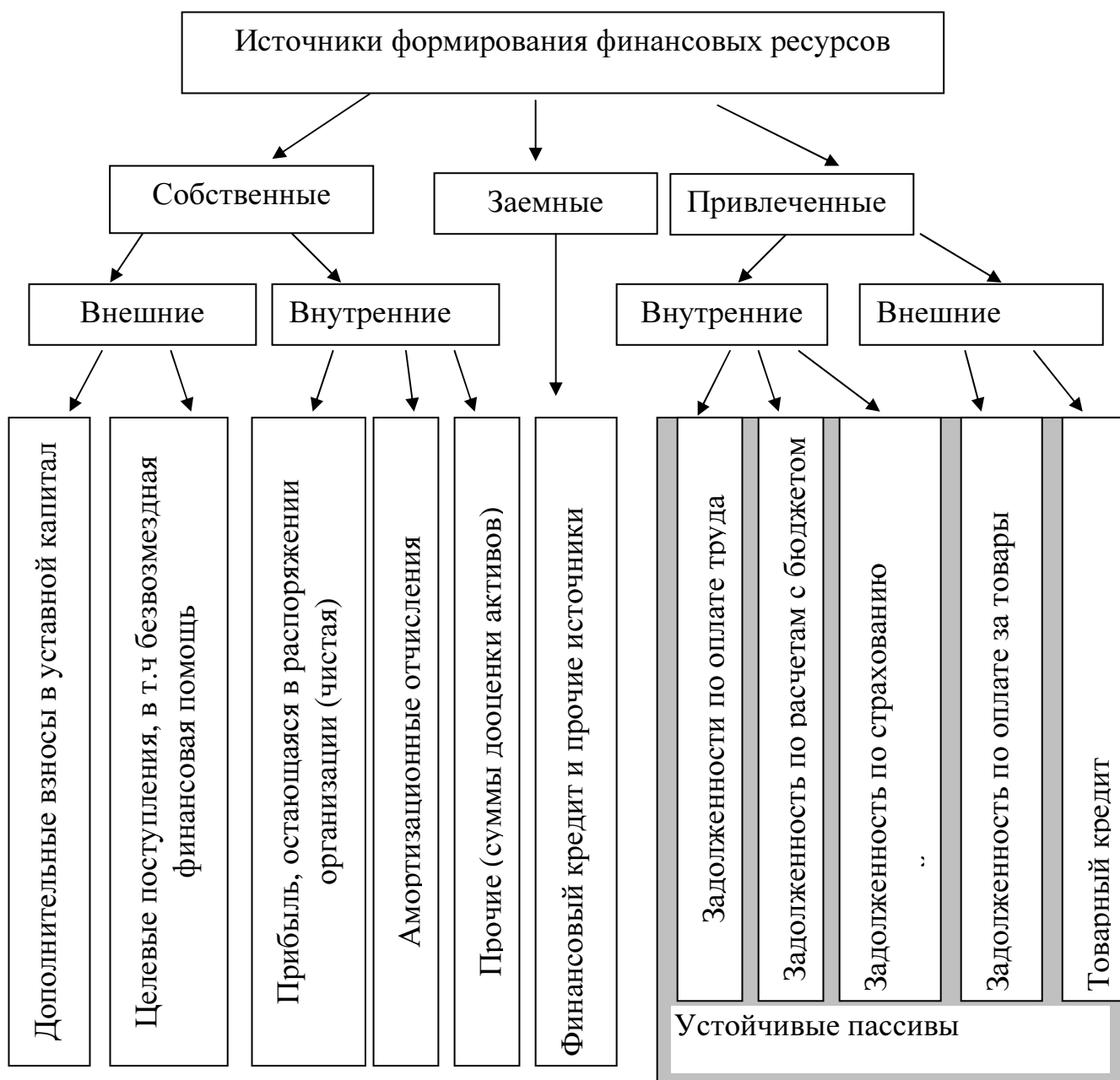


Рис. 12.1. Классификация источников формирования финансовых ресурсов

Однако на практике, в связи с низкой прибыльностью многих организаций (см. п.16.1), размер этого источника невелик. Большое значение в настоящее время имеют для торговых организаций амортизационные отчисления и суммы дооценки основных средств, нематериальных активов, запасов товаров и других материальных ценностей, особенно в случае наличия у организации дорогостоящих основных средств и нематериальных активов. Размер этих сумм в значительной степени зависит от избранной организацией амортизационной политики.

Заемные средства привлекаются только из внешних источников на определенный период на условиях платности и возвратности. Основная роль среди них принадлежит финансовому кредиту (банковский, налоговый кредит, денежный кредит других субъектов предпринимательской деятельности). Могут иметь место также прочие источники (выпуск

облигаций, предоставление на беспроцентной основе средств государственных и негосударственных программ и фондов и др.).

Привлеченные средства не принадлежат организации, однако используются ею в финансово-хозяйственном обороте длительное время, в связи с чем получили название устойчивых пассивов. Как правило, их использование осуществляется на безвозмездной основе, хотя иногда плата является скрытой. Большую часть привлеченных средств занимают внешние источники, представляющие собой средства поставщиков ресурсов, закупленных на условиях последующей оплаты разной периодичности. В составе внутренних источников основное место занимает прирост устойчивых пассивов. Механизм их образования состоит в том, что начисление соответствующих средств осуществляется ежедневно, а выплаты — с определенной периодичностью.

Классификация источников финансовых ресурсов **отражается в бухгалтерском балансе**. В частности, в бухгалтерском балансе, введенном в действие с 2008г., собственные источники финансовых ресурсов отражаются в III разделе «Капитал и резервы» и включают также «Резервы предстоящих расходов» (стр. 640 раздела V). Заемные источники финансовых ресурсов отражаются в IV разделе «Долгосрочные обязательства» и включают «Краткосрочные кредиты и займы» (с. 610 раздела V). Привлеченные источники финансовых ресурсов отражаются в строках 620 «Кредиторская задолженность», 630 «Задолженность перед участниками (учредителями)», 650 «Прочие краткосрочные обязательства» раздела V «Краткосрочные обязательства».

В настоящее время в подавляющем большинстве торговых организаций размер заемных и привлеченных финансовых ресурсов превосходит внутренние. Объективной причиной этого является сам характер торговой деятельности, заключающийся в быстром обороте средств, вложенных главным образом в товарные запасы. Субъективной причиной является неудовлетворительное финансовое положение многих торговых организаций, связанное с низкой рентабельностью и недостаточным уровнем развития материально-технической базы. Недостаток собственных ресурсов вынуждает организации использовать заемные и привлеченные средства, что порой даже выгодно. В связи с этим управление привлечением средств из внешних источников является одной из важнейших функций торгового менеджмента.

12.3. Управление привлечением финансовых ресурсов из внешних источников.

Процесс управления привлечением средств из внешних источников в торговой организации включает следующие **основные этапы**.

Анализ привлечения и использования средств в предплановом периоде. Его целью является выявление состава и форм привлечения средств организацией и эффективности их использования. В процессе анализа нужно установить:

- динамику общего объема оборотных средств, заемного и привлеченного капитала;
- сопоставить темпы изменения собственного, заемного и привлеченного капитала, валюты баланса и товарооборота;
- проанализировать оборачиваемость и рентабельность собственного, заемного и привлеченного капитала.

2. Определение целей привлечения средств из внешних источников в плановом периоде. Основными целями могут быть:

- пополнение планируемого объема постоянной части оборотных активов;
- обеспечение формирования переменной части оборотных активов;
- формирование недостающего объема инвестиционных ресурсов для финансирования строительства и реконструкции;
- обеспечение финансирования потребностей социального характера;
- другие временные нужды.

3. Определение предельного объема заемных и привлеченных средств. Критерием определения необходимого объема является выгодность (эффективность) привлечения средств из разных источников с целью формирования эффективной структуры капитала. При этом основным требованием является достижение максимального эффекта финансового левереджа, который рассчитывается по формуле:

$$\text{ЭФЛ} = (1 - \text{Днп}) * (\text{РК} - \text{ССК}) * \text{ЗПК} / \text{СК}, \quad (16.1)$$

где ЭФЛ - эффект финансового левереджа, заключающийся в приросте рентабельности собственного капитала при данной структуре капитала;

Днп – доля налогов и неналоговых платежей, уплачиваемых из прибыли;

РК - уровень рентабельности вложенного капитала торговой организации,

ССК – средневзвешенная стоимость заемного и привлеченного капитала организации;

ЗПК, СК - сумма или удельный вес заемного и привлеченного и собственного капитала.

Например, имущество торговой организации составляет 20960 млн. руб., из них за счет собственных средств сформировано 14260 млн. руб., за счет заемных и привлеченных 6700 млн. руб. В составе заемных и привлеченных 7,9 % составляют долгосрочные заемные средства, стоимость которых с учетом платы за обслуживание кредита банком установлена в размере 16% годовых; 11,2 % - краткосрочные кредиты по ставке 15 %; 80,9 % - кредиторская задолженность, по которой в течение прошлого периода допущены просрочки платежа и выплаты штрафов в размере 0,5 % от общей суммы задолженности. Таким образом, средняя стоимость привлечения средств составит $(7,9 * 16 + 11,2 * 15 + 80,9 * 0,5) / 100 = 3,35$ %. Доля налогов, сборов и платежей из прибыли, рассчитанная по Отчету о прибылях и убытках в среднем за два последних года, составляет 32,2 %. Рентабельность активов составляет 7,8 %. Таким образом, ЭФЛ в данной организации равен $1,42 \% = (1 - 0,322) * (7,8 - 3,35) * (6700 / 14260)$. То есть, дополнительное увеличение доли заемных и привлеченных средств на 1 % дает увеличение рентабельности собственного капитала в размере 1,42 %, что делает выгодным привлечение внешних источников финансирования. В данном случае выгодность использования заемных и привлеченных средств обеспечена за счет положительной разницы рентабельности капитала и низкой стоимости привлечения средств, т.е. так называемого дифференциала финансового рычага. Размер же этой выгоды зависит от размера плеча финансового рычага, который представляет собой соотношение заемного, привлеченного и собственного капитала. Однако каким бы ни было плечо финансового рычага в случае, если дифференциал финансового рычага представляет собой отрицательную величину, использование заемных и привлеченных средств неэффективно.

Между дифференциалом и плечом финансового рычага существует взаимосвязь: чем меньше плечо финансового рычага, тем более рисковыми становятся финансовые операции с такой организацией. Поэтому кредиторы страхуют свои финансовые риски, устанавливая повышенную ставку за предоставление средств такой организации, тем самым снижая дифференциал рычага. Задача состоит в том, чтобы произвести многовариантные расчеты и выбрать оптимальное соотношение собственного, заемного и привлеченного капитала, обеспечивающее положительный эффект финансового рычага.

4. Определение соотношения средств, привлекаемых на кратко- и долгосрочной основе. В настоящее время деление кредитов на краткосрочные и долгосрочные носит условный характер и применяется только для целей финансовой и статистической отчетности и оценки кредитных рисков. В частности, к краткосрочным кредитам банков относятся кредиты со сроком полного погашения, первоначально установленным кредитным договором, до одного года включительно, а также кредиты, предоставленные по возобновляемым кредитным линиям и при овердрафтном кредитовании, за исключением кредитов с первоначально установленным в кредитном договоре сроком погашения хотя бы одной части кредита свыше одного года. К долгосрочным кредитам относятся все иные кредиты. Как правило, на период более 1 года предоставляются кредиты для

инвестиционных целей, тогда как кредитование под текущие нужды осуществляется на основе краткосрочных кредитов или по кредитной линии.

Кредиторская задолженность в торговых организациях всегда носит краткосрочный характер, хотя действующим балансом предусмотрено выделение долгосрочной (более 1 года) и краткосрочной (менее 1 года) кредиторской задолженности, отраженное соответственно в строках 701 и 702. Таким образом, соотношение краткосрочных и долгосрочных заемных средств определяется целями кредитования. При этом следует помнить, что отнесение заемных и привлеченных средств к краткосрочным или долгосрочным оказывает влияние на уровень ликвидности организации.

5. Определение форм привлечения средств. Учитывая, что долгосрочное кредитование носит исключительно характер финансового кредита, на этом этапе в первую очередь решают вопрос об использовании привлеченных или заемных средств в пределах необходимой суммы кратко­срочно привлекаемых. Сначала следует проанализировать и рассмотреть все возможности использования *привлекаемых* финансовых ресурсов, учитывая их преимущество перед финансовыми. *Финансовый кредит* осуществляется в прямой денежной форме и используется в настоящее время многими торговыми организациями ограниченно. Этот кредит предоставляется банками, финансовыми органами, другими хозяйствующими субъектами, государственными и негосударственными фондами. Классификация форм финансового кредита представлена на рис. 12.2.

6. Определение состава кредиторов. Он определяется целями и формами привлечения средств. Основными кредиторами являются обычно постоянные поставщики торговой организации, с которыми установлены длительные коммерческие связи, а также обслуживающий банк.



Рис. 12.2. Классификация форм привлечения финансовых кредитов

7. Формирование эффективных условий привлечения средств. К числу этих условий относят срок предоставления кредита или период отсрочки платежа, ставку процента за пользование ресурсами, условия выплаты суммы процента, условия выплаты основной суммы долга, прочие условия, связанные с привлечением средств. Все они оговариваются в кредитном договоре или договоре поставки.

8. Обеспечение эффективного использования средств. Критерием эффективности является разница между периодом использования конкретного варианта привлекаемых

средств (с начала поступления до окончательного погашения всей суммы) и периодом обращения активов, на формирование которых они привлекались. Чем выше положительное значение этой разницы, тем эффективней использование привлеченного кредита.

9. Обеспечение своевременных расчетов по полученным средствам. Обеспечение своевременных расчетов по привлеченным финансовым ресурсам осуществляется путем постоянного контроля за сроком платежей, особенно перед поставщиками. С целью обеспечения своевременных расчетов по наиболее крупным финансовым кредитам можно заранее зарезервировать специальный возвратный фонд. Платежи по обслуживанию кредитов и возврату кредиторской задолженности включаются в платежный календарь и контролируются в процессе текущего мониторинга финансовой деятельности торговой организации.

12.4. Привлеченные ресурсы как важнейший финансовый источник торговых организаций

В современной хозяйственной практике привлеченные ресурсы являются одним из важнейших источников финансирования торговой деятельности. Как внутренняя, так и внешняя кредиторская задолженность характеризуют наиболее краткосрочный вид используемых средств. Кредиторская задолженность характеризуется рядом **особенностей**:

1. В большинстве случаев (а для внутренней задолженности всегда) она является бесплатным источником привлечения средств.

2. Сумма формируемой организацией задолженности напрямую зависит от объема хозяйственной деятельности и, в первую очередь, товарооборота, поэтому правильное прогнозирование объемов деятельности позволяет спрогнозировать и рассчитать этот источник финансирования.

3. Размер задолженности зависит от установленной периодичности выплат, т.е. поддается управлению организацией.

Управление привлеченными средствами из внутренних и внешних источников имеет особенности. Основной целью управления **внутренней кредиторской задолженностью** является обеспечение своевременного начисления и выплаты средств, входящих в ее состав. Несмотря на кажущуюся выгоду задержки платежей по этой категории средств, она приводит к снижению производительности труда, росту текучести кадров, наличию штрафов по платежам в бюджет, ухудшению делового имиджа организации. Поэтому увеличение внутренней кредиторской задолженности допустимо только в связи с увеличением объемов деятельности организации.

Основным **внешним источником** привлеченных ресурсов торговых организаций в мировой практике является **товарный кредит**, выражаемый в форме отсрочки платежа за поставленные товары. Он представляет собой самую маневренную форму финансирования наименее ликвидной части их оборотных активов — товарных запасов. **Особенности товарного кредита:**

1. позволяет автоматически сглаживать сезонную потребность в финансировании оборотных активов. Особенно возрастает роль товарного кредита при импорте товаров в процессе осуществления торговой организацией внешнеэкономической деятельности;
2. стоимость товарного кредита, как правило, ниже стоимости финансового;
3. имеет наиболее простой механизм оформления;
4. не предусматривает наличия материального или финансового обеспечения и позволяет свободно распоряжаться товарами;
5. целевое использование товарного кредита носит узкий характер и ограничено во времени;
6. имеет высокую степень риска, т.к. результаты привлечения средств в виде товаров сильно связаны с изменением рыночной конъюнктуры. Поэтому в процессе его привлечения должны быть исключены внефинансовые формы воздействия на торговую организацию

со стороны кредиторов (навязывание ненужного ассортимента товаров и продукции низкого качества, требование прекращения отношений с конкурентами продавца и т.д.).

Основными формами товарного кредита являются товарный кредит с отсрочкой платежа по условиям контракта, кредит с оформлением векселем, кредит по открытому счету, в форме консигнации. Коммерческий кредит выражается в виде договора, заключенного хозяйствующими субъектами, в котором определяются сроки его получения (период возврата), сумма денежных средств, подлежащая возврату, а иногда и плата за пользование средствами. В ее качестве выступает скидка, которую предоставляет поставщик при условии досрочной оплаты товара («skonto»). Цена коммерческого кредита при досрочной оплате определяется по формуле:

$$Ц_k = \frac{C}{100 - C} * \frac{360}{P_k - P_d} * 100 ,$$

где C_k – цена коммерческого кредита, %

C – размер скидки, %

P_k и P_d – соответственно период предоставления кредита и период досрочной оплаты, дн.

Например, поставщик поставил торговой организации товары на условиях отсрочки платежа на срок 30 дн. на сумму 25 млн. руб. В договоре установлено, что если деньги поступят в течение первых 10 дней, то покупатель получит скидку в размере 3 %. Тогда, цена коммерческого кредита составит 55,7 %. Т.е., она значительно выше общеустановленной стоимости финансовых кредитов, поэтому организации выгоднее воспользоваться им для досрочного погашения платежа.

В то же время, наличие скидок «skonto» пока не получило широкого распространения в практике хозяйствования отечественных организаций. Поэтому использование привлеченных ресурсов в виде отсрочки платежа по договору выгодно для торговли. Отсутствие платы за отсрочку платежа устраняет один из важнейших принципов кредитования – платность. Поэтому в практике договоры, заключенные на условиях отсрочки платежа, без указания в них стоимости кредита, не признаются договорами коммерческого кредитования. Это заставляет рассматривать их как самостоятельный вид внешних привлеченных источников финансирования.

Управление внешними источниками привлечения финансовых ресурсов предполагает прежде всего организацию эффективной коммерческой деятельности связанную с формированием ассортимента товаров, оперделением выгодных условий поставки, частоты завоза и прочих факторов.

Размер привлеченных средств устанавливается на основе расчета среднего периода кредиторской задолженности за ряд лет по формуле:

$$\overline{T_{кз}} = \frac{Скз}{Оос} \quad (12.3)$$

где $\overline{T_{кз}}$ – средний период наличия кредиторской задолженности, дн.;

$Скз$ – средняя сумма остатка кредиторской задолженности;

$Оос$ – однодневный объем реализации товаров по себестоимости.

Аналогично может быть рассчитан показатель по каждому виду задолженности. Анализ его динамики за ряд периодов, например по задолженности за товары, становится ориентиром для установления отсрочек платежа в заключаемых договорах.

12.5. Порядок кредитования торговых организаций

Несмотря на то, что использование банковских кредитов связано со значительными затратами средств, лишь небольшая часть торговых организаций обходится без них. При выдаче кредитов банки руководствуются Банковским кодексом Республики Беларусь,

Инструкцией о порядке предоставления (размещения) банками денежных средств в форме кредита и их возврата, внутренними нормативными документами.

Основными принципами и условиями кредитования являются платность, срочность, возвратность, материальная обеспеченность. Однако, в последнее время правовые ограничения, связанные с банковским кредитованием, постепенно ослабевают. В частности, принцип целевого использования банковского кредита и материальной обеспеченности уже не являются обязательными.

Организация имеет право получать кредиты в любом банке с уведомлением банка, где открыт расчетный счет, при этом последний производит сводную проверку задолженностей по ссудам, полученным в разных банках. При этом кредитование торговых организаций в настоящее время осуществляется только с карт-счета и счета-контокоррента, которым является текущий счет с установлением определенного режима функционирования. Поэтому часто в кредитном договоре или договоре на расчетно-кассовое обслуживание содержится норма о том, что организация должна перевести свой расчетный счет в банк-кредитодатель.

В настоящее время банками предоставляются торговым организациям следующие основные виды кредитов:

- единовременное предоставление денежных средств;
- открытие кредитной линии, в т.ч. возобновляемой, с правом на получение и использование в течение обусловленного срока денежных средств с установлением лимитов выдачи и задолженности в пределах общей суммы кредита;
- овердрафт - предоставление кредита на сумму, превышающую остаток денежных средств на текущем (расчетном) счете в безналичном порядке либо путем перечисления банком денежных средств в оплату расчетных документов, представленных организацией;
- микрокредит, предоставляемый по упрощенной процедуре, при условии, что совокупная сумма (для кредитных линий - лимит денежных средств) по всем действующим кредитным договорам, заключенным между банком и организацией, не превышает 7500 базовых величин.

Основу взаимоотношений торговой организации и банка составляет **кредитный договор**, в котором предусматриваются:

1. цели кредита - если кредит выдается под гарантию Правительства Республики Беларусь или поручительство местного органа власти. В остальных случаях указание цели необязательно;

2. сумма и валюта кредита. Ее расчет отличается в зависимости от цели кредита. Так, если кредит выдается под инвестирование или под финансирование конкретной сделки, то сумма его определяется суммой этой сделки. Но чаще торговые организации кредитуются под текущую потребность в товарно-материальных ценностях (товарных запасах). В этом случае расчет потребности в кредитных ресурсах производится следующим образом (табл. 16.1):

В договоре может быть предусмотрено предоставление дополнительного кредита сверх основной суммы при наличии у банка свободных кредитных ресурсов, но по более высокой процентной ставке (овердрафт).

Таблица 12.1. Расчет потребности в кредитных ресурсах на квартал по торговой организации, млн. руб.

Показатели	По расчету кредитополучателя	Принято банком
1. Прогнозируемая выручка от реализации товаров, включая НДС и прочие платежи из выручки	14200	
2. Однодневная выручка (п. 1 / 90)	158	
3. Норматив запасов и затрат, дн.	65	
4. Прогнозируемая сумма запасов и затрат (п.2*п.3)	10270	
5. Собственные источники формирования оборотных		

активов на конец квартала	3110	
6. Кредиторская задолженность по товарным операциям на конец квартала	3400	
7. Невзысканная в срок дебиторская задолженность	5	
8. Потребность в кредите (п.4-п.5-п.6-п.7)	3755	
9. Плановый размер кредита	3755	
10. Предельно допустимый размер превышения планового размера кредита	Устанавливается банком исходя из кредитоспособности	

3. Размер процентов за пользование кредитом и порядок их уплаты, а также размер платы за пользование кредитом и порядок ее внесения. Размер процентов может быть предусмотрен в виде фиксированной величины (твердая процентная ставка) или формулы, связанной с какой-либо изменяемой величиной (плавающая процентная ставка). Вариантами порядка уплаты процентов являются: полностью в день возврата кредита; равномерными взносами в период его возврата (аннуитеты). Уплата процентов за пользование кредитом в день предоставления кредита, а также авансом действующими документами запрещена.

4. условия погашения основного долга, которые оказывают большое влияние на размер реально используемых средств. Существуют три основных варианта амортизации основного долга: частями в течение кредитного периода; сразу по окончании кредитного периода; по истечении некоторого времени после окончания кредитного периода.

5. способ обеспечения исполнения обязательств по кредитному договору, среди которых выделяют залог недвижимого и движимого имущества организации или третьего лица, имущественных прав, поручительство, банковскую гарантию, гарантийный депозит денег, страхование риска невозврата кредита и иные способы;

6. права и обязанности, экономическую ответственность сторон.

Форма кредитного договора устанавливается каждым банком самостоятельно на основе типовой формы, рекомендованной Нацбанком (*например, в Приложении 1 приведен Типовой кредитный договор Приорбанка на открытие кредитной линии торговым организациям*).

Учитывая, что условия кредитного договора являются весьма существенными как для организации, так и для банка, его заключению предшествует предварительная работа. В частности, банк производит проверку правоспособности и кредитоспособности организации. С этой целью организация предоставляет ряд документов, перечень которых в настоящее время каждый банк устанавливает самостоятельно. Как правило, это бухгалтерская отчетность за период, установленный банком, копии договоров в подтверждение кредитуемых сделок, бизнес-планы развития организаций. Если кредит предоставляется не в обслуживающем банке, то дополнительно предоставляются копии всех правоустанавливающих документов.

На основе этих документов, а также дополнительно собранных сведений банк производит **оценку кредитоспособности**, т.е. возможности и целесообразности предоставления кредита и вероятности своевременного возврата долга. Оценку кредитоспособности банки также осуществляют на основе самостоятельно разработанных и утвержденных правил. Учитывая, что кредитоспособность торговой организации зависит от многих факторов, для ее оценки изучают и анализируют следующие вопросы:

- финансово-экономическое состояние организации (коэффициенты ликвидности, обеспеченности собственными средствами, финансовой устойчивости, оборачиваемости (эффективности), рентабельности и др.);

- кредитная история (своевременность расчетов по ранее полученным кредитам, качество представленных отчетов и др.). В частности, в случае наличия просроченной задолженности по ранее выданным кредитам (за исключением случаев, установленных законодательством) кредит банком организации не выдается;

- положение организации на рынке (конкурентоспособность, деловая репутация, конкурентная среда, устойчивые рынки сбыта товаров способность кредитополучателя в процессе реализации проекта генерировать достаточные средства для погашения кредита.

Со своей стороны торговая организация должна провести оценку эффективности привлечения финансового кредита на предложенных условиях. Для этого можно воспользоваться формулой расчета платы за кредит:

$$\Pi = \frac{K}{100} * \frac{C}{360} * T \quad (12.4)$$

где Π – стоимость кредита, руб.

K – сумма кредита, руб.

C – годовая процентная ставка, %

T – период использования кредита, дн.

Например, торговая организация открыла в банке кредитную линию с лимитом в размере 3700 млн. руб. под 18 % годовых (с учетом платы за обслуживание кредита). Тогда стоимость кредита на квартал составит 166,5 млн. руб. Эту сумму торговая организация должна предусмотреть в качестве расходов по статье «Проценты за пользование кредитом».

Учитывая большое различие вариантов выплаты процентов и основной суммы долга по кредиту, торговой организации следует подходить к выбору банка и оформлению кредитов более обоснованно. Выгодность кредита на конкретных условиях можно определить по показателю «грант-элемент»:

$$ГЭ = 100 - \sum_{t=1}^n \frac{ПР + ОД}{БК (1 + i)^n} * 100$$

где ГЭ- грант-элемент, характеризующий размер отклонений стоимости конкретного финансового кредита от среднерыночных условий, %

ПР – сумма уплачиваемого процента в конкретном интервале (n) кредитного периода;

ОД – сумма амортизируемого основного долга в конкретном интервале (n) кредитного периода;

БК – общая сумма банковского кредита;

i – средняя ставка процента за кредит, сложившаяся на финансовом рынке по аналогичным кредитам;

n – конкретный интервал кредитного периода, по которому осуществляется платеж средств банку;

t – общая продолжительность кредитного периода, выраженная числом входящих в него интервалов.

Пример. При средней стоимости аналогичных кредитов в размере 18 % организация может получить кредит в размере 3600 млн. руб. на 3 мес. в различных банках на следующих условиях:

а) годовая процентная ставка 17 % (месячная 1,4%), проценты за кредит и основная сумма долга выплачиваются в конце каждого месяца. Грант-элемент составит $100 - \left(\frac{3600 * 1,4\% + 1200}{3600 * (1 + 0,18)^1} + \frac{3600 * 1,4\% + 1200}{3600 * (1 + 0,18)^2} + \frac{3600 * 1,4\% + 1200}{3600 * (1 + 0,18)^3} \right) = 24,5 \%$;

б) годовая процентная ставка 18 % (месячная 1,5 %), проценты за кредит выплачиваются в конце каждого месяца, а основная сумма в конце года. Грант-элемент составит $100 - \left(\frac{3600 * 1,5\%}{3600 * (1 + 0,18)^1} + \frac{3600 * 1,5\%}{3600 * (1 + 0,18)^2} + \frac{3600 * 1,5\% + 3600}{3600 * (1 + 0,18)^3} \right) = 36 \%$. Как

видно из расчетов, эффективность привлечения кредита по второму варианту выше, несмотря на более высокую процентную ставку.

Погашение кредита осуществляется путем перечисления выручки от реализации товаров и услуг с расчетного счета на счет банка. При недостаточности у торговой организации средств для погашения кредита действует следующая очередность: вне очереди осуществляются платежи в счет погашения банковских кредитов, выданных на выплату задолженности по зарплате и сумм обязательных страховых взносов; в первую очередь с приоритетом над всеми другими платежами данной группы идут платежи в счет погашения обеспеченных залогом обязательств, а также в платежи в погашение обязательств государства и выданных под его гарантии (топливно-энергетические ресурсы); во вторую очередь исполняются все остальные платежи в счет погашения банковских кредитов.

В случае непогашения (несвоевременного погашения) кредита у банка имеется достаточно широкий арсенал мер воздействия. В частности, банки могут: 1) направлять своих представителей в качестве наблюдателей за хозяйственной деятельностью организаций, не обеспечивающих своевременного возврата кредитов и выполнения договоров залога; 2) осуществлять контроль за движением средств в иностранной валюте и белорусских рублях по всем счетам организации; 3) взыскивать в бесспорном порядке с текущего счета средства в счет погашения просроченных кредитов; 4) принимать решения о приостановлении выдачи средств на выплату заработной платы работникам аппарата управления организации сверх минимального потребительского бюджета на одного работающего; 5) требовать от организации полной информации о счетах, открытых в иных банках, и перевода имеющихся на них средств в белорусских рублях и иностранной валюте на текущие счета; реализовать имущество залогодателя с направлением вырученных средств на погашение кредитов; принимать участие в разработке программы выхода неплатежеспособной организации из кризисной ситуации. Кроме того, могут применяться различные схемы реструктуризации задолженности.

На открытие возобновляемой кредитной линии торговым организациям

КРЕДИТНЫЙ ДОГОВОР № _____
(типовая форма)

г. _____
« _____ » _____ 200__ г

«ПРИОРБАНК» Открытое акционерное общество, именуемое в дальнейшем "КРЕДИТОДАТЕЛЬ", в лице _____, действующего на основании Положения

(должность, Ф.И.О. должностного лица)
о филиале и доверенности¹ № _____ от _____, с одной стороны, и _____, именуемое в дальнейшем "КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ", в лице директора _____, действующего на основании Устава, с другой стороны, совместно именуемые СТОРОНЫ, заключили настоящий договор о нижеследующем:

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. КРЕДИТОДАТЕЛЬ открывает КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЮ возобновляемую кредитную линию с лимитом _____ выдачи _____ в сумме _____

(цифрами и прописью)

и лимитом задолженности _____ белорусских рублей

(цифрами и прописью)

для _____
(указать целевое назначение)

¹ № и дата доверенности указывать ОБЯЗАТЕЛЬНО !!!

сроком до «__» _____ 200__ года, с уплатой _____ процентов годовых за пользование кредитом. КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ обязуется возвратить КРЕДИТОДАТЕЛЮ полученную сумму денежных средств и уплатить проценты за пользование кредитом.

1.2. Для предоставления кредита открывается счет № _____.

1.3. Сроки и порядок предоставления и погашения кредита, уплаты процентов за пользование им:

1.3.1. Кредит предоставляется по частям после предоставления КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕМ обеспечения, достаточного для удовлетворения требований КРЕДИТОДАТЕЛЯ. Кредитная линия является возобновляемой, при погашении части задолженности КРЕДИТОДАТЕЛЬ предоставляет КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЮ кредит в пределах свободного остатка кредитной линии и срока, предусмотренного в пункте 1.1.

1.3.2. Выдача кредита осуществляется в соответствии с заключенными договорами (контрактами) путем оплаты предоставленных КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕМ платежных поручений, акцептованных платежных требований продавца (поставщика) за полученные товары (выполненные работы (услуги)), включая транспортные услуги, сумму налога на добавленную стоимость по кредитуемым ценностям и стоимость возвратной тары, платежных инструкций на предварительную оплату (авансовый платеж), открытие аккредитивов, оформленных в соответствии с законодательством, являющихся неотъемлемой частью настоящего договора.

1.3.3. Сроки погашения кредита устанавливаются не далее _____ дней² с даты оплаты расчетных документов

количество дней

за счет кредита банка.

1.3.4. Проценты за пользование кредитом уплачиваются в следующем порядке³:

период начисления процентов: с 1 по 30 число месяца;

сроки уплаты процентов: до _____ числа каждого месяца, но не позднее последнего рабочего дня;

до _____ числа месяца, следующего за отчетным;

порядок уплаты процентов: единовременный платеж раз в месяц;

ежедекадно за фактический период пользования кредитом.

1.3.5. Погашение кредита и процентов производится³:

платежным поручением КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ;

платежным требованием или мемориальным ордером КРЕДИТОДАТЕЛЯ путем списания денежных средств с: гарантийного депозита текущего (расчетного) счета КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ текущего (расчетного) счета обособленного подразделения КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ.

II. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА СТОРОН

2.1. КРЕДИТОДАТЕЛЬ обязуется:

2.1.1. Произвести выдачу кредита в сумме и в сроки, оговоренные в настоящем договоре, с открытием счета по учету кредитной задолженности КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ.

2.1.2. Не погашенную в установленный срок сумму кредита и процентов за пользование им перенести на соответствующие счета по учету просроченной задолженности.

2.2. КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ обязуется:

2.2.1. Полностью использовать кредит для целей, предусмотренных настоящим договором, производить погашение кредита и начисленных процентов, а также осуществлять все расчеты и платежи в сроки и на условиях, оговоренных договором.

2.2.2. Осуществлять свою деятельность строго в соответствии с учредительными документами, не допуская использования кредита на цели запрещенные законодательством Республики Беларусь.

2.2.3. Производить погашение кредита по мере реализации товаров, оплаченных за счет кредита в сроки не далее _____ дней¹ с момента оплаты расчетных документов за счет кредита.

количество дней

2.2.4. В течение периода пользования кредитом представлять КРЕДИТОДАТЕЛЮ и обеспечить их достоверность:

- ежеквартально до _____ числа месяца, следующего за отчетным кварталом бухгалтерский баланс по основной деятельности с приложениями к нему.

- отчет по розничной торговле (форма № 3-торг), отчет о товарообороте и запасах товаров (форма №1-торг), приложение к балансу предприятия за год (форма № 3) в сроки, предусмотренные для сдачи статистической отчетности Министерством статистики и анализа Республики Беларусь;

- и по требованию КРЕДИТОДАТЕЛЯ для оценки финансового состояния предприятия расшифровки отдельных показателей деятельности предприятия, отдельных статей актива и пассива баланса по

² устанавливается индивидуально, исходя из срока оборачиваемости товаров;

³ устанавливается индивидуально в соответствии с порядком, принятым в филиале, в тексте договора отмечается .

¹ устанавливается индивидуально, исходя из срока оборачиваемости товаров;

установленной форме, а также статистическую отчетность установленных Министерством статистики и анализа Республики Беларусь форм.

2.2.5. В случае изменения своего наименования, адреса, правового статуса либо реорганизации в течение трех календарных дней письменно сообщать КРЕДИТОДАТЕЛЮ о произошедших изменениях.

2.2.6. При наступлении сроков возврата кредита и процентов по нему обеспечить на текущем счете наличие необходимых средств для погашения задолженности и предоставить уполномоченному банку платежные инструкции на перечисление денежных средств.

2.2.7. При предварительной оплате (авансовом платеже) предоставить КРЕДИТОДАТЕЛЮ документальное подтверждение целевого использования кредита (накладные, акты, импортные декларации и т.д.) не позднее 5 календарных дней с момента истечения срока исполнения должником обязательств, установленных договорами (контрактами) и законодательством Республики Беларусь.

2.2.8. В течение 5 рабочих дней с момента выявления КРЕДИТОДАТЕЛЕМ факта нецелевого использования кредита погасить сумму, использованную не по целевому назначению.

2.2.9. Произвести полное погашение кредита и начисленных процентов по нему в случае ликвидации либо реорганизации, перехода на расчётно-кассовое обслуживание в другой банк, а также в случае нарушения условий настоящего договора либо договоров, заключенных в обеспечение надлежащего исполнения обязательств КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ.

2.2.10. Предоставить банку по месту открытия текущего (расчетного) счета заявление на предварительный акцепт платежных требований КРЕДИТОДАТЕЛЯ с оплатой в день поступления их в банк.

2.2.11. В обеспечение исполнения обязательств по своевременному возврату кредита и процентов за пользование им предоставить КРЕДИТОДАТЕЛЮ

(указать способ обеспечения исполнения обязательств)

оформив соответствующий (-щие) договор (-ы) согласно законодательству Республики Беларусь.

2.2.12. По требованию КРЕДИТОДАТЕЛЯ, при возникновении просроченной задолженности по кредиту и начисленным процентам, осуществить в соответствии с законодательством реализацию предмета залога, направив выручку от реализации (продажи) заложенного имущества на погашение неисполненных обязательств по кредитному договору и возмещение других затрат КРЕДИТОДАТЕЛЯ, связанных со взысканием долга.

2.2.13. В порядке и на условиях, предусмотренных тарифами «Приорбанк» ОАО и пунктом 1.3.5. настоящего договора, уплачивать КРЕДИТОДАТЕЛЮ все комиссии, связанные с предоставлением и сопровождением кредита, в том числе: единовременно комиссию за рассмотрение заявки на кредитную линию в размере _____ базовых величин; ежемесячно – комиссии за обязательства банка по выдаче кредитов в размере _____ % годовых и за сопровождение кредитной операции в размере _____ % от средней суммы кредита².

III. ПРАВА СТОРОН

3.1. КРЕДИТОДАТЕЛЬ вправе:

3.1.1. Осуществлять контроль за целевым использованием кредита

(указать форму,

периодичность и способы проведения контроля)

3.1.2. Осуществлять контроль за погашением кредита и своевременной уплатой процентов за пользование кредитом.

3.1.3. Анализировать хозяйственно-финансовую деятельность КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ и осуществлять проверки на месте по всем вопросам его функционирования и кредитно-расчетного обслуживания.

3.1.4. Кредит, использованный не по целевому назначению, взыскать: платежным требованием (мемориальным ордером) КРЕДИТОДАТЕЛЯ с гарантийного депозита денег, с текущих (расчетных) счетов КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ и его обособленных подразделений. При отсутствии или недостаточности средств для погашения этих кредитов по истечении 5 рабочих дней с момента выявления указанных фактов отнести остаток непогашенного (невзысканного) кредита на счет по учету просроченной задолженности.

3.1.5. В случае выявления нарушений в хранении и бухгалтерском учете затрат, произведенных за счет кредита, выданного в рамках настоящего договора, неуплаты процентов за пользование кредитом в установленные сроки, препятствования КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕМ банковскому контролю и других нарушений настоящего договора и договоров, заключенных в обеспечение исполнения обязательств по настоящему договору, предъявить к досрочному взысканию сумму задолженности по кредиту с не наступившими сроками погашения, а также сумму процентов, в т.ч. досрочно списать сумму задолженности по кредиту с не наступившими сроками погашения и сумму процентов платежным требованием (мемориальным ордером)

² устанавливается индивидуально в соответствии с тарифами «Приорбанк» ОАО;

КРЕДИТОДАТЕЛЯ с гарантийного депозита денег, с текущих (расчетных) счетов КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ и его обособленных подразделений, либо в беспорном порядке, на основании исполнительных документов.

3.1.6. При не предоставлении КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕМ КРЕДИТОДАТЕЛЮ платежного поручения на перечисление средств в погашение задолженности по кредиту и процентам за пользование им, комиссий, связанных с предоставлением и сопровождением кредита в сроки, предусмотренные настоящим договором и тарифами банка, а также при не предоставлении документального подтверждения поставки товаров, оплаченных в порядке предварительной оплаты (авансового платежа), списать платежным требованием (мемориальным ордером) КРЕДИТОДАТЕЛЯ сумму непогашенного кредита, неуплаченных процентов и комиссий с гарантийного депозита денег, с текущих (расчетных) счетов КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ и его обособленных подразделений, либо в беспорном порядке, на основании исполнительных документов.

3.1.7. При возникновении просроченной задолженности по кредиту и начисленным процентам КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ (ЗАЛОГОДАТЕЛЬ) с согласия КРЕДИТОДАТЕЛЯ (ЗАЛОГОДЕРЖАТЕЛЯ) реализует предмет залога и выручку от реализации (продажи) заложенного имущества направляет на погашение неисполненных обязательств по кредитному договору и других затрат КРЕДИТОДАТЕЛЯ, связанных со взысканием долга в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

3.1.8. В случае изменения ставки рефинансирования Национального Банка РБ, стоимости кредитных ресурсов и т.п. в одностороннем порядке изменять процентную ставку по кредиту, направив КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЮ уведомление об изменении процентной ставки по кредиту не позднее 10 дней до даты вступления в силу новой величины процентной ставки. Уведомление является неотъемлемой частью договора.

3.1.9. По письменному ходатайству КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ при наличии объективных причин, не позволяющих ему своевременно выполнять обязательства перед КРЕДИТОДАТЕЛЕМ по погашению кредита, в виде исключения, соблюдая предельные сроки кредитования, пролонгировать непогашенную сумму долга, заключив дополнительное соглашение к кредитному договору, с установлением повышенной процентной ставки по пролонгированной задолженности.

3.1.10. При возникновении просроченной задолженности по кредиту и процентам за пользование им обратиться взыскание на заложенное имущество или принять иные меры по взысканию долга в зависимости от способа обеспечения кредита.

3.1.11. Направлять в соответствии с законодательством Республики Беларусь своих представителей в качестве наблюдателей за хозяйственной деятельностью КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ в случае невыполнения им условий настоящего договора.

3.2. КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ вправе:

3.2.1. Досрочно вернуть кредит с уплатой начисленных процентов за пользование им со своего текущего счета, известив КРЕДИТОДАТЕЛЯ за _____ дней до предъявления документа на погашение;

3.2.2. Ходатайствовать об увеличении размера кредитной линии и изменении размера процентов за пользование кредитом;

3.2.3. Ходатайствовать о пересмотре срока кредитования.

IV. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

4.1. КРЕДИТОДАТЕЛЬ уплачивает КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЮ штраф в размере _____ процентов от суммы неправильно начисленных и взысканных процентов за пользование кредитом.

4.2. КРЕДИТОДАТЕЛЬ несет ответственность за ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему договору в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

4.3. При несвоевременной уплате процентов за пользование кредитом с 1 числа следующего месяца КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ уплачивает КРЕДИТОДАТЕЛЮ пеню в размере _____%¹ от несвоевременно оплаченной суммы за каждый день просрочки платежа и предоставляет КРЕДИТОДАТЕЛЮ право начисления и списания пени с текущего счета в порядке, предусмотренном законодательством.

4.4. В случае предварительной оплаты и не поступлении товара в установленный срок КРЕДИТОДАТЕЛЬ рассматривает данный факт как не целевое использование кредита, предъявляет его к досрочному взысканию и применяет к КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЮ санкции в соответствии с п. 4.5. настоящего кредитного договора.

4.5. При установлении фактов нецелевого использования кредита КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ уплачивает КРЕДИТОДАТЕЛЮ штраф в размере до _____% от суммы средств, использованных не по целевому назначению.

4.6. По просроченным кредитам КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ уплачивает КРЕДИТОДАТЕЛЮ повышенную процентную ставку в размере _____ процентов, начисленную от суммы просроченной задолженности. Уплата повышенных процентов за пользование кредитом производится в порядке и сроки, предусмотренные п.п. 1.3.4; 1.3.5. настоящего договора.

4.7. КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ возмещает КРЕДИТОДАТЕЛЮ убытки вследствие неисполнения либо ненадлежащего исполнения обязательств по настоящему договору, включая судебные издержки и другие расходы.

V. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

¹ размер устанавливается индивидуально;

5.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его заключения и действует до полного исполнения КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕМ своих обязательств по возврату кредита и уплате процентов за пользование им, а также иных обязательств, вытекающих из настоящего договора.

5.2. Изменение условий настоящего договора оформляется путем подписания сторонами дополнительных соглашений, за исключением изменений, вытекающих из п. 3.1.8. настоящего договора.

VI. ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ

6.1. Все споры по настоящему договору, возникающие между сторонами, разрешаются путем переговоров. В случае не достижения согласия спор подлежит рассмотрению хозяйственным судом в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

VII. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

7.1. При недостаточности средств на текущем счете КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЯ для исполнения обязательств по погашению кредита, уплаты процентов за пользование им и неустойки, в первую очередь погашается

_____ (указать в нужной очередности основной долг по кредиту, проценты за пользование им, неустойка)

7.2. При расчете процентов количество дней в году принимается равным 360 или 365 (366) дней¹.

7.3. _____

_____ ²

7.4. В случаях, не предусмотренных настоящим договором, стороны руководствуются Банковским кодексом Республики Беларусь и иным законодательством Республики Беларусь.

7.5. Настоящий договор составлен на __ листах на русском языке в 2 экземплярах по одному экземпляру для каждой из сторон.

VIII. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА И БАНКОВСКИЕ РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЬ:

Р/СЧ. № _____
В _____
Код МФО _____

ДИРЕКТОР:

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР:

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

М.П.

КРЕДИТОДАТЕЛЬ:

«ПРИОРБАНК» ОАО

ДИРЕКТОР:

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР:

_____/_____
(подпись) (Ф.И.О.)

М.П.

Глава 13. Финансовое планирование в организациях торговли

13.1 Цели, задачи и виды финансового планирования.

Финансовое планирование – это широкое понятие, охватывающее весь управленческий процесс. Поэтому ряд специалистов подразумевают под финансовым планированием управление бизнесом.

Финансовое планирование представляет собой технологию управления всем имуществом и капиталом организации, а также процессами образования, распределения, перераспределения и использования финансовых ресурсов организации. Управление основано на прогнозировании среды функционирования, адаптации к ее изменениям и

¹ определяется в соответствии с учетной политикой банка, в тексте договора отмечается .

² отражаются прочие условия, установленные уполномоченным органом банка.

включает процессы формирования и реализации планов, контроля, анализа и принятия решений с целью достижения оперативных и (или) стратегических целей организации.

Задачами финансового планирования являются:

- определение потребности в финансовых ресурсах и источников их покрытия;
- обоснование конкретных направлений эффективности использования финансовых ресурсов.
- установление рациональных взаимоотношений с бюджетом, кредитными учреждениями, поставщиками ресурсов.
- реализация интересов акционеров и других инвесторов;
- контроль за финансовым состоянием и платежеспособностью организации.

Критерием эффективности финансового планирования является выбор оптимального варианта достижения поставленной цели.

При разработке финансового плана следует придерживаться общих принципов управления финансовыми ресурсами:

- учет при определении конкретных направлений использования финансовых ресурсов различий в уровне получаемой экономической отдачи.
- определение с учетом направлений использования финансовых ресурсов наиболее эффективных методов и источников их финансирования. Например, долгосрочные финансовые вложения финансируются долгосрочными кредитами.
- обеспечение в составе финансовых ресурсов оптимального соотношения между собственной и заёмной составляющей.
- обеспечение в процессе финансового планирования сбалансированности рисков.
- обеспечение при выборе источников привлечения финансовых ресурсов и направления их использования постоянной платежеспособности организации и учета инфляции.

В зависимости от сроков планирования и содержания и перечня планируемых показателей различают стратегическое, тактическое планирование и финансовое бюджетирование.

Стратегическое финансовое планирование предполагает выбор и разработку финансовой стратегии деятельности организации, определение средств достижения поставленных целей на уровне обобщающих качественных показателей и разработку конкретных мероприятий по реализации финансовой стратегии и ее детализации на уровне количественных показателей.

Тактическое финансовое планирование предусматривает конкретизацию задач, связанных с реализацией финансовой стратегии во времени и на сегменте рынка, на котором осуществляет свою деятельность.

Финансовое бюджетирование - разработка финансовых планов по отдельным стадиям и направлениям хозяйственной деятельности организации (бюджет конкретной сделки, проекта и т.п.).

Бюджетирование можно рассматривать с позиции технологии управления финансами. Процесс бюджетирования включает согласование и утверждение бюджетов; принятие управленческих решений; контроль исполнения.

Внедрение системы бюджетирования в практику торговых организаций связан с подбором управленческих кадров; формированием информационных потоков на основе интегрированной системы обработки учетной информации в рамках автоматизированной системы обработки данных.

Бюджет представляет собой план, выраженный в натуральных и денежных единицах. Бюджет, охватывающий общую деятельность организации, называют генеральным бюджетом, который включает:

- прогнозируемый баланс активов и пассивов
- бюджет доходов и расходов
- бюджет движения денежных средств.

Финансовый бюджет представляет прогнозную информацию о финансовом состоянии торговой организации, и включает прогнозируемый баланс доходов и расходов, бюджет движения денежных средств.

Поскольку бюджеты обычно имеют количественное выражение, их разработка требует представления целей в конкретной форме и определения средств достижения этих целей. Поэтому бюджет концентрирует внимание на планах, которые должны найти своё выражение в текущих действиях. Бюджеты позволяют менеджерам и руководителям организации осуществлять действенный контроль за выполнением планов. Сами бюджеты ничего не контролируют: Они просто устанавливают нормативы, с которыми сравниваются фактические результаты.

13.2 Содержание финансового плана и исходные предпосылки для его составления

Финансовый план является заключительным разделом плана хозяйственной деятельности, в разработке которого задействованы все службы торговой организации. В нем увязываются все основные количественные и качественные показатели работы организации.

В зависимости от срока, на который разработан финансовый план, различают:

1. Долгосрочные финансовые планы;
2. Краткосрочные финансовые планы, включая оперативные.

Временной критерий в современных условиях нецелесообразно привязывать к процессу планирования, ибо специфика работы и условия и вид финансового обеспечения позволяют относить к краткосрочным - финансовые планы сроком от одного года до трех лет.

Цель финансового плана заключается в том, чтобы сформулировать и представить детальную систему поступления доходов, отражающих ожидаемые финансовые результаты деятельности организации.

Финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов и содержит три раздела:

1. доходы и поступления денежных средств.
2. расходы и отчисления.
3. взаимоотношения с бюджетом.

В торговых организациях финансовый план составляется по сокращенной схеме, без раздела "Взаимоотношения с бюджетом", а показатели, характеризующие эти взаимоотношения отражаются во втором разделе финансового плана.

Исходные предпосылки для составления финансового плана.

- прогнозируемые показатели экономического развития организации (товарооборот, выпуск продукции, доходы и расходы от реализации).
- избранная организацией политика финансирования.
- целевые финансовые нормативы, установленные организацией, нормы запасов оборотных средств, нормы отчислений и т.д.
- действующие нормативные и законодательные акты в области налоговой, денежно-кредитной политики.
- планы инвестиций во внеоборотные активы, источники их финансирования;
- материалы анализа финансового состояния организации на начало планируемого периода.

Примерная схема финансового плана (баланса доходов и расходов торговой организации)

- I. **Доходы и поступления денежных средств**
 1. Прибыль от всей хозяйственной деятельности
 2. Амортизационные отчисления на полное восстановление основных фондов
 3. Прирост устойчивых пассивов
 4. Временно свободные средства специальных фондов, направляемые на плановые затраты

5. Источники финансирования, капитальных вложений в том числе:
 - чистая прибыль
 - долгосрочные кредиты
 - дотации из централизованных инвестиционных и инновационных фондов
 6. Прочие доходы (мобилизация внутренних ресурсов)
- Итого доходов и денежных поступлений**

II. Расходы и отчисления

1. Налог на прибыль.
 2. Налог на недвижимость.
 3. Налог на доходы от мероприятий, облагаемых налогом на доходы
 4. Отчисления амортизации в инвестиционный фонд вышестоящей организации
 5. Прирост собственных оборотных средств за счет прироста устойчивых пассивов и временно свободных средств специальных фондов.
 6. Объем инвестиций
 7. Возмещение временно свободных средств фондов, использованных в предыдущем году
 8. Другие расходы и отчисления, покрываемые за счет доходов.
 9. Использование прибыли, остающейся в распоряжении организации:
 - на дивиденды
 - благотворительные цели
- Итого расходов и отчислений**
Превышение доходов над расходами (+) или
превышение расходов над доходами (-)

Составлению финансового плана предшествует ряд экономических расчетов.

К ним относят:

- расчет финансовых результатов деятельности на планируемый период (т. е. расчет прибыли)
- расчет распределения прибыли по конкретным направлениям
- расчет потребности в собственных оборотных средствах и определение источников их покрытия
- составление сметы расходования фондов накопления и потребления (для организаций государственной формы собственности и с долей государства в собственности организаций)
- расчет прироста устойчивых пассивов
- расчет источников финансирования капитальных вложений и инвестиций
- расчет платежей в бюджет

Эти расчеты служат обоснованием отдельных показателей финансового плана и прилагаются к финансовому плану.

В современной практике отечественного бизнес-планирования финансовый план является ключевым разделом, содержащим обоснование оптимального варианта организации торгово-производственной деятельности, позволяющего получить наилучший финансовый результат.

Назначение финансового планирования состоит в определении на предстоящий период величины источников поступлений доходов, сумм расходов и отчислений, сбалансирование, а также активное воздействие на выработку реальной стратегии бизнеса на основе глубокого анализа внешних и внутренних факторов, влияющих на его развитие и сокращение длительности оборота капитала.

Согласно **Отраслевым рекомендациям** по разработке бизнес - планов развития коммерческих организаций на год (*Приказ Министерства торговли Республики Беларусь 14 декабря 2006г. № 158*) *финансовый план включает расчеты и обоснования:*

баланс доходов и расходов,
расчет прибыли за период,
чистой прибыли и направлений ее использования,
расчет потока денежных средств.

Однако следует отметить, что предлагаемая в данном нормативном документе структура баланса доходов и расходов торговой организации напрямую не отражает размер финансовых ресурсов и направления их движения, и включает показатели формирования конечного финансового результата. Поэтому при разработке бизнес-плана при составлении раздела “Финансовый план” торговым организациям следует корректировать содержание баланса доходов и расходов.

13.3 Анализ и оценка финансового состояния торговой организации

Под финансовым состоянием понимают способность организации финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормальной деятельности, эффективностью их использования, выполнением обязательств перед бюджетом, банками, поставщиками, другими кредиторами и результативностью всей финансово- хозяйственной деятельности.

Механизм управления финансовым состоянием включает:

- управление активами;
- управление капиталом;
- управление расчетами;
- управление рисками;
- анализ финансового состояния;
- составление финансового плана.

Для оценки финансового состояния используется система абсолютных и относительных показателей, характеризующих:

- наличие, состав, структуру активов и эффективность их использования;
- структуру, динамику, эффективность использования капитала, обеспеченность собственными источниками финансирования;
- платежеспособность и ликвидность;
- финансовую устойчивость организации;
- прибыльность и рентабельность (конечные результаты финансово- хозяйственной деятельности);
- состояние расчетов с бюджетом, поставщиками, другими кредиторами, динамику дебиторской и кредиторской задолженности.

Анализ финансового состояния – важнейший элемент механизма управления финансовыми ресурсами. На основе анализа принимаются управленческие решения, связанные с дополнительным привлечением, размещением и использованием финансовых ресурсов.

Анализ финансового состояния позволяет получить объективную информацию о финансовом состоянии организации, прибыльности и эффективности ее работы.

Конечная цель анализа финансового состояния выявить недостатки финансово- хозяйственной деятельности, определить меры по их устранению, разработать мероприятия, направленные на повышение эффективности использования активов и капитала организации.

Задачи анализа финансового состояния:

- Дать развернутую характеристику финансового состояния на начало и конец отчетного года для того, чтобы видеть, какими активами располагает организация, как они размещены, за счет каких источников сформированы и насколько эффективно использованы.
- Оценить ликвидность активов и определить финансовую устойчивость и платежеспособность организации.

- Изучить и оценить конкретные результаты хозяйственной деятельности, выяснить, насколько эффективно использованы имеющиеся у организации активы и капитал для повышения рентабельности хозяйственной деятельности;
- определить и оценить выполнение показателей финансового плана.

Последовательность анализа финансового состояния:

- Анализ активов и источников их финансирования;
- Анализ платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости;
- Анализ конечных финансовых результатов хозяйственной деятельности;

Общая оценка финансового состояния и разработка мер по его укреплению.

Независимо от того, по какой схеме проводится анализ, можно сформулировать ряд общих вопросов, ответы на которые стремиться получить аналитик:

- Каков имущественный потенциал организации на отчетные даты и какие изменения произошли в его величине и структуре за отчетный период?
- Насколько оптимальна структура активов организации в анализируемом периоде?
- Какова структура источников финансирования и какие изменения произошли за отчетный период?
- Каких результатов достигла организация за указанный период и каковы причины их роста (снижения)?
- Обеспечивалась ли платежеспособность и ликвидность в отчетном периоде?
- Обеспечена ли финансовая устойчивость организации в динамике?
- Каковы перспективы финансово-хозяйственной деятельности организации?

В процессе анализа используются следующие методы:

1. *Горизонтальный анализ* (сравнение показателей бухгалтерской отчетности с показателями предыдущих периодов);
2. *Вертикальный анализ*, предусматривающий определение удельного веса отдельных статей баланса в общем итоговом показателе и последующего сравнения результата с данными предыдущего периода;
3. *Трендовый анализ* основан на расчете относительных отклонений показателей отчетности за ряд периодов от уровня базисного года.
4. *Сравнительный (пространственный) анализ* проводится на основе внутрихозяйственного сравнения как отдельных показателей организации, так и межхозяйственных показателей аналогичных организаций-конкурентов.
5. *Факторный анализ* – процесс изучения влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования.
6. *Метод финансовых коэффициентов.*

Источниками информации для проведения анализа финансового состояния являются стандартные формы бухгалтерской отчетности:

- Бухгалтерский баланс (ф. 1)
- Отчет о прибыли и убытках (ф. 2)
- Отчет об изменении капитала (ф. 3)
- Отчет о движении денежных средств (ф. 4)
- Приложение к бухгалтерскому балансу (ф. 5)
- Пояснительная записка.

Для проведения экспресс-анализа финансового состояния и платежеспособности могут быть использованы данные форм государственной статистической отчетности:

1. Форма 2-Ф "Отчет о составе средств и источниках их образования"
2. Форма 5-Ф "Отчет о финансовых результатах" (ежемесячная)
3. Форма 6-Ф "Отчет о состоянии расчетов"

Рассмотрим основные этапы анализа финансового состояния торговой организации.

13.3.1 Анализ активов организации и оценка эффективности их использования.

Задачи анализа активов:

- определение наличия по балансу внеоборотных и оборотных активов на начало и конец отчетного периода и изменений в их объеме путем сравнения данных на конец отчетного периода с данными на начало;
- определение динамики активов в сравнении с динамикой товарооборота;
- изучение состава и структуры внеоборотных активов и определение изменений в их структуре. Исчисляется удельный вес каждого вида внеоборотных активов в их общей стоимости, анализируются движения ОС, исчисляются коэффициенты обновления, выбытия, износа, расширенного воспроизводства;
- изучение состава, структуры, динамики оборотных активов, их оценка с точки зрения ликвидности, выявления факторов, вызвавших рост или снижение оборотных активов;
- анализ состояния и динамики дебиторской задолженности, выяснения причин её возникновения, изучение реальных возможностей её взыскания в ближайшие сроки;
- анализ и оценка эффективности использования внеоборотных и оборотных активов, т.е. эффективности управления активами

Активы организации анализируются с 2-х точек зрения:

- с точки зрения участия в обороте организации (анализируется величина и структура активов согласно содержанию статей бухгалтерского баланса)
- с точки зрения ликвидности (анализ построен на группировке активов по степени ликвидности).

Анализ имущества организации построен на основе данных Актива баланса, который состоит из двух разделов: Внеоборотные и Оборотные активы.

Согласно требованиям Инструкции о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности (Постановление Министерства финансов Республики Беларусь от 14.02.2008г. № 19) в разделе I “Внеоборотные активы” показываются данные о затратах инвестиционного характера, связанных с приобретением или созданием основных средств, нематериальных активов и других внеоборотных активов.

Основные средства, нематериальные активы в бухгалтерском балансе приводятся по первоначальной и остаточной стоимости (кроме основных средств и нематериальных активов, по которым в соответствии с законодательством амортизация не начисляется).

Стоимость основных средств и вложений во внеоборотные активы показывается на начало и конец отчетного года с учетом результатов переоценки, проведенной в соответствии с законодательством.

В разделе II “Оборотные активы” бухгалтерского баланса приводится информация об остатках активов, составе дебиторской задолженности и финансовых вложений, а также о денежных средствах организации.

Оборотные активы включают:

1.1 Запасы и затраты (по этой статье представлена информация об остатках активов, приобретенных и (или) произведенных организацией, незавершенных производством полуфабрикатах, работах и услугах, суммах издержек обращения, приходящихся на остатки нереализованных товаров, предназначенных для реализации).

Запасы и затраты состоят из следующих элементов:

- сырьё, материалы, прочие ценности;
- готовая продукция и товары для реализации;
- расходы на реализацию (суммы издержек обращения и коммерческих расходов, приходящиеся на остаток нереализованных товаров в организации);
- товары отгруженные;
- выполненные этапы по незавершенным работам;

- расходы будущих периодов (характеризуют данные о произведенных в отчетном периоде расходах, относящихся к будущим периодам (расходы, связанные с подготовительными к производству работами в сезонных отраслях, освоением новых производств, цехов и агрегатов; расходы по неравномерно производимому ремонту основных средств (при отсутствии резерва на ремонт основных средств); расходы на рекламу, подготовку кадров и другие расходы в установленном законодательством порядке).
 - прочие запасы и затраты
- 1.2 Дебиторская задолженность, которая разделена на две группы:
- А) Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты;
 - Б) Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты.
- 1.3 Денежные средства.
- 1.4 Финансовые вложения.
- 1.5 Прочие оборотные активы.

Оценивая состояние и структуру оборотных активов необходимо выяснить причины выявленных изменений.

Увеличение оборотных активов может происходить за счет чистой прибыли, направленной на пополнение собственных оборотных средств; краткосрочных кредитов и кредиторской задолженности и др.

На уменьшение оборотных активов могут повлиять:

- рост капитальных вложений за счет чистой прибыли, следовательно, меньше организация направляет на пополнение собственных оборотных средств;
- снижение краткосрочных кредитов, привлекаемых организацией;
- невыполнение плана по доходам от реализации и др.

При анализе структуры оборотных активов необходимо установить изменения удельного веса по группам активов с учетом их ликвидности.

■ **Показатели ликвидности** позволяют оценить финансовое состояние организации с позиции краткосрочной перспективы.

■ **Под ликвидностью** какого либо актива понимают способность его трансформироваться в денежные средства в ходе торгового процесса, а степень ликвидности определяется продолжительностью временного периода, в течение которого эта трансформация может быть осуществлена.

Чем короче период, тем выше ликвидность данного вида активов.

По степени ликвидности различают активы:

- Наиболее ликвидные;
- Быстрореализуемые;
- Медленнореализуемые;
- Труднореализуемые.

Наиболее ликвидными активами являются денежные средства организации и финансовые вложения.

К быстро реализуемым активам относятся дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение года, товары отгруженные.

Медленно реализуемые активы - это запасы и затраты (сырье и материалы, животные на выращивании и откорме, готовая продукция и товары для реализации, выполненные этапы по незавершенным работам, расходы на реализацию, прочие запасы и затраты и т. д., за исключением статьи "Товары отгруженные"); налоги по приобретенным ценностям; дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, расчеты с учредителями, прочие оборотные активы.

Трудно реализуемыми активами являются (нематериальные активы, основные средства, доходные вложения в материальные ценности, вложения во внеоборотные активы), т.е. статьи раздела I актива баланса “Внеоборотные активы”.

Важной задачей анализа активов является оценка эффективности их использования.

Показателями, характеризующими эффективность управления активами являются:

1. Коэффициент оборачиваемости совокупных активов =
$$\frac{\text{тов / об в розн. ценах}}{\text{среднегодовая сумма внеоборотных и оборотных активов}}$$
2. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов =
$$\frac{\text{тов / об в ценах себестоимости}}{\text{среднегодовая сумма оборотных активов}}$$
3. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов = $\frac{\text{тов / об в ценах себестоимости}}{\text{среднегодовой товарный запас}}$
4. Фондоотдача внеоборотных активов (недвижимое имущество) =
$$\frac{\text{тов / об в розн. ценах}}{\text{среднегодовая сумма внеоборотных активов}}$$
5. Фондоотдача оборотных активов = $\frac{\text{тов / об в ценах себестоимости}}{\text{среднегодовая сумма оборотных активов}}$
6. Срок окупаемости инвестиций в активах =
$$\frac{\text{сумма внеоборотных и оборотных активов}}{\text{прибыль (итоговая прибыль, прибыль от реализации)}}$$
7. Рентабельность совокупных активов =
$$\frac{\text{прибыль за отчетный (чистая прибыль)}}{\text{среднегодовая сумма внеоборотных и оборотных активов}} \times 100$$
8. Рентабельность оборотных активов = $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{среднегодовая сумма оборотных активов}} \times 100$
9. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности =
$$\frac{\text{тов / об в ценах себестоимости}}{\text{сумма дебиторской задолженности}}$$
10. Срок погашения дебиторской задолженности =
$$\frac{360 (90)}{\text{коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности}}$$

В соответствии с Инструкцией о порядке расчета стоимости чистых активов, утвержденной приказом Министерства финансов Республики Беларусь от 27 июня 2008 г. № 107, каждая коммерческая организация (кроме банков), а также индивидуальные предприниматели по окончании квартала и года производят расчет показателя,

характеризующего способность обеспечить собственными средствами кредиторскую и дебиторскую задолженность. Данные о стоимости чистых активов организации приводятся справочно в Форме 3 «Отчет об изменении капитала».

В законодательных актах Республики Беларусь показатель чистых активов принимается в качестве критерия, характеризующего состояние уставного фонда. Если по окончании финансового года стоимость чистых активов организации окажется меньше размера уставного фонда, его учредитель обязан произвести в установленном порядке уменьшение уставного фонда. Если меньше размера, определенного законодательством, организация может быть ликвидирована по решению суда.

Чистые активы — это величина, определяемая путем вычитания из суммы активов организации, принимаемых к расчету, суммы ее обязательств, принимаемых к расчету.

Активы, принимаемые к расчету, — это денежное и неденежное имущество организации, в состав которого включаются по балансовой стоимости следующие статьи:

- внеоборотные активы, в состав которых входят основные средства и нематериальные активы, доходные вложения в материальные ценности, - по остаточной стоимости;
- вложения во внеоборотные активы, в том числе, незавершенное строительство, стоимость которого определяется по всем видам вложений во внеоборотные активы в сумме фактических затрат организации с учетом проведенных переоценок в соответствии с законодательством;
- оборотные активы, в том числе запасы и затраты (сырье, материалы и другие аналогичные активы, расходы на реализацию (на суммы издержек обращения, приходящихся на остаток нереализованных товаров), готовая продукция и товары для реализации, товары отгруженные, выполненные этапы по незавершенным работам, расходы будущих периодов, прочие запасы и затраты); налоги по приобретенным товарам, работам, услугам; дебиторская задолженность; расчеты с учредителями; денежные средства; финансовые вложения; прочие оборотные активы.

Пассивы, принимаемые к расчету, – это обязательства организации, в состав которых включаются следующие статьи:

- целевые финансирование;
- доходы будущих периодов;
- заемные средства (долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы);
- кредиторская задолженность;
- задолженность перед участниками (учредителями) (за исключением авансовых поступлений в счет вкладов в уставный фонд);
- резервы предстоящих расходов;
- прочие краткосрочные обязательства.

Таким образом, источниками чистых активов являются уставный фонд (капитал), резервные фонды и добавочный фонд, нераспределенная (неиспользованная) прибыль прошлых лет и чистая прибыль отчетного года.

13.3.2 Анализ состава, структуры, источников формирования капитала организации и эффективности его использования.

Источники формирования капитала организации отражены в пассиве бухгалтерского баланса.

Пассив современного баланса состоит из трех разделов:

- раздел 3 “Капитал и резервы”;
- раздел 4 “Долгосрочные обязательства”;
- Раздел 5 “Краткосрочные обязательства”.

В разделе 3 “ Капитал и резервы ” показываются фонды и резервы организации, сформированные в прошлые и отчетные периоды, суммы неиспользованной прибыли или непокрытого убытка отчетного года и прошлых лет, доходы будущих периодов и остатки средств целевого финансирования, неиспользованные на отчетную дату:

Заемные источники финансирования отражаются в разделах 4 “Долгосрочные обязательства” и разделе 5 “Краткосрочные обязательства”.

Заимствованные средства любая организация не только сохраняет, но и умножает, вкладывая в дело и пуская в оборот.

Заемные источники финансирования:

1. Долгосрочные обязательства - кредиты банков и займы на срок больше 1 года.

В разделе IV “Долгосрочные обязательства” приводится информация о долгосрочных обязательствах организации: кредитах и займах, включая налоговые кредиты, и прочих обязательствах, подлежащих погашению в соответствии с договорами более чем через 12 месяцев после отчетной даты, а также о суммах процентов по ним.

2. Краткосрочные обязательства - краткосрочные кредиты и займы, кредиторская задолженность (сумма задолженности организации перед юридическими и физическими лицами, индивидуальными предпринимателями, а также по расчетам с работниками организации) и прочие виды обязательств.

Наибольшей неустойчивостью среди краткосрочных обязательств является кредиторская задолженность, возникающая по сделкам купли-продажи и подряда перед поставщиками и подрядчиками (товарный кредит), а также по векселям к уплате и по авансам полученным, за исключением авансов, полученных на инвестиционные проекты, отражаемых в статье “Вложения во внеоборотные активы” и в финансово-распорядительных отношениях перед персоналом организации, бюджетом, внебюджетными фондами, в случае нарушения сроков выплат начисленных к уплате доходов.

Соотношение между собственным и заёмным капиталом характеризует структуру капитала.

На структуру капитала влияют следующие **факторы**:

1. Равномерность развития товарооборота.
2. Структура активов с точки зрения их ликвидности.
3. Темпы развития организации (зависит от стадии жизненного цикла развития организации)
4. Уровень рентабельности товарооборота и активов (высокий уровень рентабельности позволяет капитализировать большую часть прибыли и снизить потребность заёмном капитале).
5. Уровень налогообложения прибыли, поскольку сумма процента за кредит включается в расходы на реализацию, то при высоком уровне налогообложения выгоднее использовать заемный капитал.
6. Состояние конъюнктуры финансового рынка – в зависимости от динамики ссудного процента меняется и величина заёмного капитала.
7. Отношение займодателей к организации (имидж организации)

В процессе анализа источников финансирования (капитала):

1. Устанавливается изменение в общем объеме и структуре капитала путем сравнения суммы и удельного веса каждого источника образования капитала на конец периода с данными на начало.

2. Определяются темпы роста собственного и заемного капитала в сравнении с темпами роста товарооборота или объемами производства.
3. Выявляются причины, которые привели к неплатежеспособности и финансовой неустойчивости организации .

Возможные причины:

- нерационально высокий удельный вес заемного капитала.
- недостаток собственных оборотных средств и высокий удельный вес вследствие этого кредиторской задолженности.

4. Изучается структура краткосрочных обязательств, выявить тенденции изменения по каждому виду, перечень обязательств с установлением времени возникновения, удельного веса в общей сумме задолженности, наличием причин возникновения кредиторской задолженности.

5. Определяется структура капитала, степень обеспеченности материальных оборотных активов, товарных запасов собственными оборотными средствами.

Обеспеченность собственными оборотными средствами:

Может рассчитываться двумя способами:

1 способ (наибольшее распространение получил в западной практике анализа):

$$СОК = ОА - ТП,$$

где СОК - собственный оборотный капитал,

ТП – текущие пассивы,

ОА - оборотные активы.

2 способ (наиболее удобен для анализа причин изменения собственного оборотного капитала):

$$СОК = СК + ДП - ВНА,$$

где СК- собственный капитал,

ДП – долгосрочные пассивы,

ВНА- внеоборотные активы

Отсутствие собственного оборотного капитала означает, что за счет заемного капитала профинансированы все оборотные и часть внеоборотных активов.

Причинами снижения или недостатка собственного оборотного капитала могут быть:

- возникновение убытков, или существенное снижение прибыли;
- рост инвестиционных вложений;
- финансирование инвестиционной программы за счет краткосрочных обязательств (кредитов, кредиторской задолженности). Взятие краткосрочных кредитов под финансирование оборотных активов не является причиной снижения собственного оборотного капитала.

Степень обеспеченности собственными оборотными средствами оборотных активов определяется по формуле

$$\frac{\text{сумма собственных оборотных средств}}{\text{сумма оборотных активов (стр.290)}} \times 100$$

И характеризует долю оборотных активов, финансируемых за счет собственных средств организации. Чем выше эта доля тем безопаснее для кредитора заключение кредитного договора.

Степень обеспеченности собственными оборотными средствами товарных запасов рассчитывается по формуле:

$$\frac{\text{сумма собственных оборотных средств}}{\text{сумма товарных запасов (стр.215)}}$$

Данный показатель является частным случаем предыдущего и позволяет оценить ту часть товарных запасов, которая финансируется за счет собственных средств организации.

Рассматривая структуру источников формирования капитала следует иметь в виду, что не во всех ситуациях может быть оправдана высокая доля собственного капитала в финансировании оборотных средств. При быстрой оборачиваемости оборотных средств и фиксированной процентной ставке за кредиты целесообразно привлечение значительных размеров заёмного капитала, а собственный капитал в этой ситуации может быть направлен на расширение хозяйственной деятельности или вложен в ценные бумаги.

Изучение и анализ изменения в структуре капитала позволяет принять конкретные управленческие решения об увеличении или уменьшении размеров заёмного капитала, используя эффект финансового рычага (ЭФР):

$$\text{ЭФР} = 0,76 \times (\text{ЭР} - \text{ПС}) \times \text{ЗК} / \text{СК}$$

↙
↘

Дифференциал
плечо

финансового рычага

где ЭР – экономическая рентабельность вложенного капитала;

ПС – средняя процентная ставка за кредит;

0,76 = 100 “минус” ставка налога на прибыль (24%).

Дифференциал рычага предоставляет информацию для выбора целесообразной структуры источников финансирования.

Финансовый леверидж свидетельствует о наличии и степени финансовой зависимости организации от кредитора.

С помощью коэффициента финансового левериджа измеряется влияние изменения доли заемного капитала (ЗК) на рентабельность собственного капитала (СК), и он характеризует силу воздействия финансового рычага на рентабельность собственного капитала. По оценкам западных специалистов оптимальная величина эффекта финансового рычага должна находиться в пределах от 0,5 до 2/3 уровня рентабельности вложенного капитала.

Если эффект рычага положительный – увеличение заемного капитала повышает рентабельность собственного капитала. То есть рентабельность всего капитала больше стоимости заемных источников финансирования (оцениваемой в формуле величиной средней процентной ставки за кредит), с точки зрения повышения рентабельности собственного капитала целесообразно увеличивать долю заемных средств.

Если эффект рычага отрицательный - увеличение заемного капитала снижает рентабельность собственного капитала.

Использование финансового рычага означает формирование такой структуры капитала, при которой привлечение заемного капитала под фиксированную процентную ставку обеспечивает рост рентабельности собственного капитала. Это бывает в тех случаях, когда экономическая рентабельность вложенного капитала больше средней процентной ставки за кредит.

Завершающим этапом анализа капитала является *определение показателей эффективности управления финансовыми ресурсами*, т.е. эффективности использования капитала организации:

Показатели эффективности управления финансовыми ресурсами.

1. Удельный вес собственного капитала (СК) в активах

$$\frac{\text{Собственный капитал}}{\text{сумма внеоборотных и оборотных активов}} \times 100$$

2. Коэффициент покрытия инвестиций

$$\frac{\text{Собственный капитал} + \text{долгосрочные обязательства}}{\text{сумма внеоборотных и оборотных активов}}$$

3. Удельный вес заемного капитала (ЗК) в активах

$$\frac{\text{Заемный капитал}}{\text{сумма внеоборотных и оборотных активов}} \times 100$$

4. Коэффициент долгосрочного привлечения заемного капитала

$$\frac{\text{долгосрочные обязательства}}{\text{Собственный капитал} + \text{долгосрочные обязательства}}$$

5. Коэффициент маневренности собственного капитала

$$\frac{\text{Собственный оборотный капитал}}{\text{собственный капитал}}$$

характеризует долю собственного капитала, вложенного в оборотные активы, находящиеся в мобильной форме, позволяющей относительно свободно маневрировать капиталом.

13.3.3 Анализ ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости организации

Финансовую устойчивость организации принято оценивать с позиции краткосрочной перспективы, критериями оценки которой являются показатели, характеризующие способность организации отвечать по своим текущим обязательствам в полной мере и в установленные сроки, и долгосрочной перспективы. Она характеризует степень зависимости экономического субъекта от внешних источников финансирования.

Ликвидность активов является важнейшим условием платежеспособности организации.

Платежеспособность – это способность организации своевременно и полностью выполнять свои обязательства, связанные с торговыми, кредитными и иными операциями денежного характера.

Основными признаками платежеспособности являются наличие в достаточном объеме средств на расчетном счете и отсутствие просроченной кредиторской задолженности;

Платежеспособность является внешним проявлением финансовой устойчивости организации.

Финансовую устойчивость можно определить как состояние независимости организации от внешних источников финансирования.

Признаками финансовой устойчивости являются:

- позиция организации на рынке, определяемая показателями деловой активности;
- ликвидность активов и платежеспособность организации;
- обеспеченность собственными финансовыми ресурсами для расширения хозяйственной деятельности;
- приемлемая рентабельность собственного и всего вложенного капитала.

Различают 4 типа финансовой устойчивости организации:

1. Абсолютная финансовая устойчивость - когда сумма запасов и затрат меньше суммы собственных оборотных средств и кредитов под товарно-материальные ценности.
2. Нормальная устойчивость финансового положения – когда сумма запасов и затрат соответствует сумме собственных оборотных средств и кредитов под товарно-материальные ценности.
3. Неустойчивое предкризисное финансовое состояние организации - при котором еще сохраняется возможность обеспечения равновесия между платежными средствами и финансовыми обязательствами за счет привлечения временно свободных средств специальных фондов организации.
4. Кризисное финансовое состояние, когда организация находится на грани банкротства, и не способна даже за счет привлечения временно свободных средств невозможно обеспечить равновесие между источниками средств и обязательствами.

Цель анализа финансовой устойчивости – оценить способность организации погашать свои обязательства и сохранять права владения организацией в долгосрочной перспективе.

На финансовую устойчивость влияют внешние и внутренние факторы.

К внешним факторам относятся:

- инфляция
- система налогообложения;
- правовая среда для ведения предпринимательской деятельности;
- отраслевая структура и др.

К внутренним факторам можно отнести:

- структуру товарооборота;
- размер уставного капитала и обеспеченность собственными оборотными средствами;
- состав, структуру активов и капитала;
- уровень и структуру расходов на реализацию (соотношение постоянной и переменной частей расходов, определяющее рентабельность работы организации)
- правильный выбор стратегии управления активами и финансовыми ресурсами.

Анализ финансовой устойчивости включает:

Оценку позиции организации на рынке на основе изучения следующих показателей деловой активности:

- доля организации на рынке, оцениваемая удельным весом товарооборота организации в общем объеме товарооборота региона;
- оборачиваемость всех активов, в том числе оборотных;
- оборачиваемость товарных запасов;
- продолжительность торгового цикла (товарооборачиваемость в днях + оборачиваемость дебиторской задолженности в днях);
- фондоотдача основных фондов, оборотных активов;
- товарооборот на одного работника в сопоставимых ценах на 1м кв. торговой площади;
- прибыль на одного работника и на 1м кв. торговой площади;
- коэффициенты рентабельности (собственного капитала, внеоборотных и оборотных активов, инвестиций и т.д.)

Показателями оценки деловой активности могут также быть:

Коэффициент деловой активности (трансформации)

выручка от реализации (товарооборот) (Ф.2 стр.020)

общая стоимость имущества организации (Ф.1 стр.300)

Коэффициент соотношения дебиторской и кредиторской задолженности
$$\frac{\text{дебиторская задолженность (Ф.1стр.230)} + \text{товары отгруженные(Ф.1стр.216)}}{\text{кредиторская задолженность (Ф.1стр.620)}}$$

Период оборота авансированного капитала
$$\frac{\text{авансированный капитал(Ф.1стр.300)} - \text{краткосрочные.обязательства (стр.610 + стр.620)}}{\text{выручка от реализации (Ф.2 стр.020)}} \times 360 \text{дн}$$

Период расчета с кредиторами
$$\frac{\text{краткосрочные обязательства (Ф.1стр.610 + стр.620)}}{\text{себестоимость реализованных товаров и услуг (Ф.2стр040 + стр.050 + стр.060)}} \times 360 \text{дн}$$

Период расчета с дебиторами:
$$\frac{\text{дебиторская задолженность (Ф.1стр.240)}}{\text{себестоимость реализованных товаров и услуг (Ф.2 стр030 + стр.050 + стр.060)}} \times 360 \text{дн}$$
 и др.

Для оценки финансовой устойчивости организации рассчитывают следующие показатели:

Коэффициент финансовой независимости

$$\frac{\text{собственный капитал}}{\text{суммарные активы организации}}$$

Характеризует долю собственного капитала в общей сумме средств, авансированных в деятельность организации. Чем выше значение этого показателя, тем более финансово устойчива, стабильна и независима от внешних кредиторов организация.

Коэффициент финансовой напряженности

$$\frac{\text{заемные средства}}{\text{суммарные активы организации}}$$

или

$$\text{Коэффициент финансовой напряженности} = 1 - \text{Коэффициент финансовой независимости}$$

Коэффициент финансовой напряженности является обратным к коэффициенту финансовой независимости. Рост этого показателя в динамике означает увеличение доли заемных средств в финансировании организации.

Коэффициент финансовой неустойчивости

$$\frac{\text{заемные средства}}{\text{собственный капитал}}$$

Показывает, сколько рублей заемного капитала приходится на один рубль собственных средств. Коэффициент финансовой неустойчивости в зарубежной практике

интерпретируют как уровень финансового левериджа. Чем выше его значение, тем выше риск, ассоциируемый с деятельностью данной организации, и ниже ее резервный заемный потенциал.

Коэффициент обеспеченности суммарных финансовых обязательств активами

$$\frac{\text{долгосрочные обязательства} + \text{краткосрочные обязательства}}{\text{суммарные активы организации}}$$

Показывает, какова доля финансовых обязательств организации в финансировании имущества организации. При оценке данного показателя следует учесть специфику понимания финансовых обязательств, чтобы избежать отождествления с коэффициентом финансовой напряженности. При расчете коэффициента обеспеченности суммарных финансовых обязательств активами во внимание целесообразно принимать, внешний (непосредственно перед внешними кредиторами), характер обязательств. Внутренние краткосрочные обязательства (обязательства организации перед самой собой, например, задолженность перед работниками по выплате заработной платы, по подотчетным суммам, по отчислениям на социальные нужды и др.) учитываются при оценке всего заемного капитала.

Коэффициент обеспеченности суммарных финансовых обязательств собственным капиталом

$$\frac{\text{долгосрочные обязательства} + \text{краткосрочные обязательства}}{\text{собственный капитал организации}}$$

Показывает, какая часть суммарных финансовых обязательств обеспечена собственным капиталом организации.

По поводу привлечения заемных средств в современной практике существуют различные, иногда противоположные, мнения. Наиболее распространенным подходом в формировании структуры капитала является преобладание собственных источников финансирования имущества. Указывают на нижний предел этого соотношения – 0,6 (60%). Естественно, что организации с высокой долей собственного капитала кредиторы наиболее уверенно предоставляют свои средства, поскольку такая организация характеризуется существенной финансовой независимостью и, следовательно, с большей вероятностью может погасить свои долги за счет собственных средств. По данным Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD) за последнее десятилетие доля привлеченных средств в общей сумме источников составляет в среднем в Японии – 85% (основной кредитор - банки), Германии – 64%, США – 55% (основной поток финансовых ресурсов поступает от населения через различные фонды).

Рассмотренные коэффициенты являются наиболее распространенными в практике оценки финансовой устойчивости, но не единственными. Можно рассчитать ряд частных коэффициентов (по сути, оценить поэлементно каждый из них) в зависимости от специфики действующей организации и поставленных задач анализа финансового состояния.

Далее необходимо оценить ликвидность и платежеспособность организации.

Цель анализа ликвидности – оценить способность организации своевременно в полном объеме выполнять краткосрочные обязательства за счет оборотных активов.

Согласно Инструкции по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности (Постановление Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства статистики и анализа Республики Беларусь №69/76/52 от 27.04.2007г.), в качестве показателей оценки платежеспособности установлены:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами.

Коэффициент текущей ликвидности ($K_{ТЛ}$) характеризует общую обеспеченность организации собственными оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств. Определяется как отношение фактической стоимости находящихся в наличии у организации оборотных средств в виде запасов и затрат, налогов по приобретенным активам, дебиторской задолженности, расчетов с учредителями, денежных средств, финансовых вложений и прочих оборотных активов к краткосрочным обязательствам организации (за исключением резервов предстоящих расходов) и определяется по формуле

$$K_{ТЛ} = \frac{ПА(строка\ 290)}{ВП(строка\ 690) - строка\ 640},$$

где ПА – итог раздела II актива бухгалтерского баланса (строка 290);
ВП – итог раздела V пассива бухгалтерского баланса (строка 690);
строка 640 - “Резервы предстоящих расходов”

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K_{ОСС}$) определяется по формуле:

$$K_{ОСС} = \frac{ШП + строка\ 640 - IA}{ПА},$$

где ШП – итог раздела III пассива баланса (строка 490);
IA – итог раздела I актива баланса (строка 190);
ПА - итог раздела II актива баланса (строка 290).

Нормативными значениями для торговой отрасли рекомендованы следующие значения:

По коэффициенту текущей ликвидности: $K_{ТЛ} \geq 1$

По коэффициенту обеспеченности собственными оборотными средствами: $K_{ОСС} \geq 0,10$

В случае если оба показателя ниже нормативного значения, структура баланса признается неудовлетворительной и организация объявляется неплатежеспособной.

После оценки этих двух показателей рассчитывается **коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами**. Он характеризует способность организации рассчитаться по своим финансовым обязательствам после реализации активов.

Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами определяется как отношение всех (долгосрочных и краткосрочных) обязательств организации, за

исключением резервов предстоящих расходов, к общей стоимости активов (рекомендуемое значение - не более 0,85).

При оценке платежеспособности, кроме названных показателей рассчитываются также:

Коэффициент общей платежеспособности

$$\frac{\text{стоимость реальных активов (остат. стоим. ОФ(стр.110Ф.1) + матер.произ.запасов(Ф.1стр.210 - 211))}}{\text{общая сумма обязательств (долгосрочные обяз Ф.1Р.IV + краткосроч. обяз. Р.V - стр.640)}}$$

Характеризует способность организации отвечать по своим обязательствам за счет имеющихся реальных активов.

Коэффициент промежуточной ликвидности

$$\frac{\text{денежные средства + финансовые вложения + дебиторская задолженность(стр.260 + стр. 270 + стр. 271)}}{\text{краткосрочные обязательства}}$$

Характеризует способность организации выполнять краткосрочные обязательства за счет текущих активов, обладающих “средней” степенью ликвидности (денежных средств, финансовых вложений, непросроченной дебиторской задолженностью).

Коэффициент абсолютной ликвидности

$$\frac{\text{финансовые вложения + денежные средства(стр.260 + 270.ф.1)}}{\text{краткосрочные обязательства}}$$

Характеризует способность организации выполнять краткосрочные обязательства за счет свободных денежных средств и финансовых вложений, т.е. наиболее ликвидной части активов. Нормативная величина - 0,25.

Улучшению показателей платежеспособности и общей ликвидности способствуют факторы: обеспечение роста прибыльности деятельности организации; соблюдение требования: финансировать инвестиционные вложения во внеоборотные активы за счет долгосрочных кредитов; осуществлять инвестиционные вложения в пределах прибыли, предназначенной для долгосрочных инвестиций и долгосрочных кредитов; стремиться к оптимизации запасов, незавершенного производства, других наименее ликвидных активов.

13.3.4. Оценка прибыльности (рейтинг) продаж, активов, инвестиций.

Важным этапом анализа финансового состояния является оценка прибыльности (рейтинг) продаж, активов, инвестиций на основе следующих показателей:

1. Прибыль на инвестированный капитал

$$\frac{\text{прибыль отчетного периода}}{\text{собственный капитал + долгосрочные обязательства}}$$

2. Прибыль на общие активы

$$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{среднегодовая сумма активов}}$$

3. Прибыль на собственный капитал

$$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{среднегодовая сумма собственного капитала}}$$

4. Маржа прибыли

$$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{доход от реализации}}$$

5. Коммерческая маржа в производственной деятельности

$$\frac{\text{чистая прибыль}}{\text{выручка от реализации продукции}}$$

6. Рентабельность капитала (P_K)

$$P_K = \text{Рентабельность оборота} \times \text{Коэффициент оборачиваемости активов}$$

Расчет показателя рентабельности капитала основывается на известной методике оценки финансового состояния, используемой корпорацией Дюпон, США (“Модель Дюпона”), в соответствии с которой коэффициент рентабельности используемых активов (капитала) представляет собой произведение коэффициентов рентабельности оборота (реализации товаров) и оборачиваемости (количества оборотов) активов. В основе данной модели лежит построение матрицы, с помощью которой можно выявить основные стратегические возможности дальнейшего повышения рентабельности активов организации – увеличить рентабельность продаж; ускорить оборачиваемость активов либо использовать оба эти направления.

Рассмотрим на примере конкретной торговой организации основные этапы анализа ее финансового состояния за отчетный год.

Для оценки динамики и структуры активов организации на основе данных бухгалтерского баланса за исследуемый период разработаем таблицу 1. (Расчет основных показателей и оценка структуры и динамики имущества и капитала организации осуществлен по схеме баланса, действовавшей в 2007 году)

Как видно из таблицы 13.1 за отчетный период активы организации увеличились на 323 млн. руб.: в том числе внеоборотные - на 122 млн. руб. и оборотные активы на 201 млн. руб.

Таблица 13.1. Структура актива баланса ООО «Комплект», млн. руб.

Актив баланса	На 01.01.2007 г.		На 1.01.2008 г.		Прирост (+), снижение (-)	
	Млн. руб	Уд.вес, %	Млн. руб	Уд.вес, %	Млн. руб	Уд.вес, %
1. Внеоборотные активы (стр.190)	820	34,67	942	35,04	122	0,37
1.1. Основные средства (стр.110)	815	34,46	937	34,86	122	0,40
1.2. Нематериальные активы (стр.120)	1	0,04	3	0,11	2	0,07
1.3. Доходные вложения в материальные ценности (стр.130)	-	-	-	-	-	-
1.4. Вложения во внеоборотные активы (стр.140)	4	0,17	2	0,07	-2	-0,09
1.5. Прочие внеоборотные активы (стр.150)	-	-	-	-	-	-
2. Оборотные активы (стр.290)	1545	65,33	1746	64,96	201	-0,37
2.1. Запасы и затраты (стр.210)	1298	54,88	1461	54,35	163	-0,53

2.1.1. сырье, материалы и другие активы (стр.211)	68	2,88	79	2,94	11	0,06
2.1.2. готовая продукция и товары для реализации (стр.215)	1223	51,71	1375	51,15	152	-0,56
2.1.3. расходы будущих периодов (стр. 218)	7	0,30	7	0,26	0	-0,04
2.2. Налоги по приобретенным активам (стр.220)	23	0,97	29	1,08	6	0,11
2.3. Дебиторская задолженность (стр.230)	86	3,64	112	4,17	26	0,53
2.3.1. покупателей и заказчиков (стр. 231)	59	2,49	86	3,20	27	0,70
2.3.2. разных дебиторов (стр. 233)	25	1,06	24	0,89	-1	-0,16
2.3.3. прочая дебиторская задолженность (стр. 234)	2	0,08	2	0,07	0	-0,01
2.4. Расчеты с учредителями (стр.240)	-	-	-	-	-	-
2.5. Денежные средства (стр. 250)	138	5,84	144	5,36	6	-0,48
2.5.1. денежные средства на депозитных счетах (стр. 251)	138	5,84	144	5,36	6	-0,48
2.6. Финансовые вложения (стр.260)	-	-	-	-	-	-
2.7. Прочие оборотные активы (стр.270)	-	-	-	-	-	-
Баланс (сумма стр.190 и 290)	2365	100,00	2688	100,00	323	0,00

В структуре внеоборотных активов на конец отчетного периода основные средства занимают 34,86% от общей их величины, нематериальные активы - 0,11%, вложения во внеоборотные активы - 0,07%. Удельный вес внеоборотных активов увеличился за отчетный период на 0,37 п.п., что связано с увеличением основных средств на 122 млн. руб. В составе оборотных активов запасы и затраты составляют 54,35% от общей величины активов на конец периода, в том числе товары для реализации составили 51,15%, денежные средства - 5,36%, дебиторская задолженность - 4,17% и налоги по приобретенным ценностям - 1,08%. Снижение удельного веса оборотных активов на 0,37% было обусловлено главным образом снижением удельного веса запасов и затрат на 0,53% и денежных средств на 0,48% к общей стоимости активов.

Динамика и структура капитала ООО «Комплект» представлены в таблице 13.2.

Таблица 13.2. Структура пассива баланса ООО «Комплект», млн. руб.

Пассив баланса	На 01.01.2007		На 01.01.2008		Прирост (+), снижение (-)	
	млн. руб.	Уд.вес, %	млн. руб.	Уд.вес, %	млн. руб.	Уд.вес, %
1	2	3	4	5	6	7
1. Капитал и резервы (стр.490)	1290	54,55	1417	52,72	127	-1,83
1.1. Уставный фонд (стр. 410)	4	0,17	4	0,15	0	-0,02
1.2. Резервный фонд (стр. 420)	12	0,51	12	0,45	0	-0,06
1.3. Добавочный фонд (стр. 430)	1066	45,07	1175	43,71	109	-1,36
1.4. Прибыль (убыток) отчетного периода (стр. 440)	212	8,96	221	8,22	9	-0,74
1.5. Нераспределенная прибыль	-	-	-	-	-	-

(непокрытый убыток) (стр. 450)						
1.6. Целевое финансирование (стр. 460)	-	-	-	-	-	-
1.7. Доходы будущих периодов (стр. 470)	-	-	-	-	-	-
2. Обязательства (стр. 590)	1075	45,45	1271	47,28	196	1,83
2.1. Долгосрочные кредиты и займы (стр. 510)	-	-	-	-	-	-
2.2. Краткосрочные кредиты и займы (стр. 520)	-	-	-	-	-	-
2.3. Кредиторская задолженность (стр.530)	1075	45,45	1271	47,28	196	1,83
2.3.1. перед поставщиками и подрядчиками (стр. 531)	963	40,72	1128	41,96	165	1,25
2.3.2. по оплате труда (стр. 533)	55	2,33	74	2,75	19	0,43
2.3.3. по налогам и сборам (стр. 535)	30	1,27	33	1,23	3	-0,04
2.3.4. по социальному страхованию и обеспечению (стр. 536)	19	0,80	27	1,00	8	0,20
2.3.5. разных кредиторов (стр. 537)	1	0,04	2	0,07	1	0,03
2.3.6. прочая кредиторская задолженность (стр. 538)	7	0,30	7	0,26	0	-0,04
2.4. Задолженность перед учредителями (стр. 540)	-	-	-	-	-	-
2.5. Резервы предстоящих расходов (стр. 550)	-	-	-	-	-	-
2.6. Прочие виды обязательств (стр. 560)	-	-	-	-	-	-
Баланс	2365	100,00	2688	100,00	323	0,00

В структуре капитала ООО «Комплект» собственный капитал составляет 52,72% на 01.01.2008г., из них доля добавочного фонда - 43,71%, прибыли отчетного периода - 8,22%, резервного фонда - 0,45% и уставного фонда - 0,15%.

В отчетном году удельный вес собственного капитала и резервов снизился на 1,83% в общей сумме пассивов, а доля заемных и привлеченных средств возросла соответственно на 1,83%. Снижение удельного веса собственного капитала произошло за счет уменьшения удельного веса добавочного фонда на 1,36%.

Обязательства ООО «Комплект» на протяжении всего отчетного периода были полностью представлены кредиторской задолженностью (47,28% от общей величины пассивов), преимущественно перед поставщиками и подрядчиками (41,96% от общей величины пассивов), которая выступила разновидностью коммерческого кредита, оказав положительное влияние на процесс стабилизации финансового состояния торговой организации.

Далее произведем оценку коэффициентов ликвидности и платежеспособности ООО «Комплект» (см. Табл. 13.3).

Таблица 13.3 Коэффициенты, характеризующие ликвидность и платежеспособность ООО «Комплект»

Коэффициенты	На 01.01.2007г.	На 01.01.2008г.	Отклонение (+/-)	Рекомендуемое значение
1	2	3	4	5
1. Коэффициент	1,44	1,37	-0,06	>1

общей (текущей) ликвидности				
2. Коэффициент промежуточной ликвидности	0,21	0,20	-0,01	>0,5
3. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,13	0,11	-0,02	>0,3
4. Коэффициент платежеспособности	1,44	1,37	-0,06	≥ 1
5. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,30	0,27	-0,03	$\geq 0,1$
6. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами	0,45	0,47	0,02	$\leq 0,85$

Из трех коэффициентов ликвидности, представленных в таблице, соответствует рекомендуемому значению только один. Так, коэффициент общей ликвидности на конец отчетного периода равен 1,37 при рекомендуемом значении более 1, однако коэффициент промежуточной ликвидности равен 0,20 при рекомендуемом значении более 0,5, коэффициент абсолютной ликвидности равен 0,11 при рекомендуемом значении более 0,3.

Вместе с тем все рассчитанные коэффициенты платежеспособности соответствуют рекомендуемому значению. Коэффициент платежеспособности на 1 января 2008 года равен 1,37 при нормативе более 1, коэффициент обеспеченности собственными средствами равен 0,27 при рекомендуемом значении не ниже 0,1, коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами равен 0,47 при рекомендуемом значении не выше 0,85. Следовательно, руководству ООО «Комплект» следует обратить внимание на снижение значений всех вышеперечисленных коэффициентов в отчетном периоде. Так, за счет превышения темпов роста кредиторской задолженности над темпами роста оборотных активов коэффициент общей ликвидности снизился за отчетный период на 0,06 процентного пункта; коэффициент промежуточной ликвидности снизился на 0,01 пункта за счет превышения темпов роста кредиторской задолженности над темпами роста дебиторской задолженности и денежных средств; коэффициент абсолютной ликвидности снизился на 0,02 процентного пункта за счет превышения темпов роста кредиторской задолженности над темпами роста денежных средств; коэффициент платежеспособности снизился на 0,06 процентного пункта за счет превышения темпов роста обязательств над темпами роста оборотных активов; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами снизился на 0,03 процентного пункта за счет превышения темпов роста оборотных активов над темпами роста собственных оборотных средств; коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами увеличился на 0,02 пункта за счет превышения темпов роста обязательств над темпами роста валюты баланса.

Следующим этапом анализа финансового состояния ООО «Комплект» является анализ показателей финансовой устойчивости.

Расчет коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость, приведен в таблице 13.4.

Таблица 13.4. Динамика коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Комплект»

Коэффициенты	На 01.01.2007г.	На 01.01.2008г.	Отклонение (+/-)	Оптимальное значение
1. Коэффициент финансовой независимости	0,55	0,53	-0,02	>0,5
2. Коэффициент финансовой напряжённости	0,45	0,47	0,02	<0,5
3. Коэффициент финансовой неустойчивости	0,83	0,90	0,06	<1
4. Коэффициент платежеспособности	1,44	1,37	-0,06	≥ 1
5. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности	12,5	11,35	-1,15	<2
6. Коэффициент покрытия задолженности (соотношения собственного капитала к заемному)	1,2	1,11	-0,09	>4
7. Коэффициент маневренности собственного капитала	0,36	0,34	-0,03	>0,5

Согласно данным таблицы 13.4. на начало отчетного года этот коэффициент финансовой независимости составлял 0,55, на конец отчетного года 0,53. Это дает основание утверждать, что основным источником финансирования активов организации является собственный капитал, что положительно влияет на финансовую устойчивость торговой организации. Коэффициент финансовой неустойчивости показывает, сколько привлечено заемных средств на 1 рубль собственных. На начало отчетного года он равен 0,83, а на конец отчетного года – 0,90, что соответствует допустимому оптимальному значению.

Коэффициент платежеспособности на начало 2007 года был равен 1,44, на 1 конец 2007 года – 1,37 пункта, что превышает нормативное значение (≥ 1), т.е. торговая организация имеет возможность своевременно рассчитаться по своим обязательствам. Финансовая устойчивость торгового объекта во многом зависит от соотношения кредиторской и дебиторской задолженности (допустимый уровень 2). Если этот коэффициент больше допустимого уровня, то финансовая устойчивость организации находится в критическом состоянии. В ООО «Комплект» на начало года он составил 12,5, на конец отчетного года – 11,35. Т.е., на начало и на конец отчетного года величина коэффициента соотношения кредиторской и дебиторской задолженности была больше критической величины, что отрицательно характеризует состояние финансово-расчетной дисциплины в ООО «Комплект».

Коэффициент покрытия задолженности характеризует способность торговой организации выполнять свои обязательства. На начало 2007 года он равен 1,2, а на конец

2007 года – 1,11, т.е. почти в 4 раза ниже допустимого уровня. Такая ситуация сложилась по причине высокой доли обязательств в пассивах, не обеспеченных собственными средствами.

Коэффициент маневренности на начало отчетного года составлял 0,36, а на конец года – 0,34 пункта при нормативе 0,5. Данный коэффициент показывает долю собственных средств, находящихся в высокооборотной форме. Несоответствие этого показателя нормативу связано с недостатком собственных оборотных средств в организации.

Материалы проведенного анализа необходимы для принятия соответствующих управленческих решений относительно инвестиционных проектов, вложений во внеоборотные активы, привлечению заемных источников финансирования и др. в предстоящем периоде.

По результатам проведенного анализа дается общая оценка финансовому состоянию торговой организации и разрабатываются рекомендации по его укреплению.

В конце отчетного года торговые организации составляют пояснительную записку, которая прилагается к годовой бухгалтерской отчетности.

В пояснительной записке приводятся: краткая характеристика хозяйственной деятельности организации, основные показатели и факторы, повлиявшие в отчетном году на ее хозяйственные и финансовые результаты, решения по итогам рассмотрения годовой бухгалтерской отчетности и распределения прибыли, а также информация о событиях, произошедших после отчетной даты и существенно повлиявших на величину активов и пассивов торговой организации. Таким образом, пояснительная записка отражает соответствующую финансовую информацию, необходимую для получения более полной и объективной картины об имущественном и финансовом положении организации.

В пояснительной записке следует указывать принятый порядок расчета аналитических показателей (рентабельность, доля собственных оборотных средств и пр.). При оценке финансового состояния на долгосрочную перспективу в ней приводятся характеристика структуры источников средств, степень зависимости организации от внешних инвесторов и кредиторов и пр.

Акционерные общества в пояснительной записке приводят состав (фамилии и должности) членов совета директоров (наблюдательного совета). Необходимо привести дополнительные данные о количестве акций, выпущенных акционерным обществом и полностью оплаченных; количестве акций, выпущенных, но неоплаченных или оплаченных частично; номинальной стоимости акций, находящихся в собственности акционерного общества, его дочерних и зависимых обществ; количестве акционеров, зарегистрированных в реестре; сведения о наиболее крупных акционерах.

13.4 Составление финансового плана

13.4.1 Определение доходов и поступлений денежных средств. *Основной статьей доходов в финансовом плане является прибыль от всех видов деятельности.*

Определению общей суммы прибыли предшествует предварительный расчет финансовых результатов хозяйственной деятельности:

- доходов и расходов от реализации,
- прибыли от реализации,
- доходов от внереализационных операций и операционной деятельности.

Составив расчеты прибыли, приступают к составлению **плана распределения прибыли.** В этом плане показывается налогооблагаемая прибыль по ставке 24%, сумма налога на прибыль, остаточная стоимость основных производственных фондов и налог на недвижимость, сумма операционных доходов, ставка и сумма налога на доходы.

Определив сумму платежей в бюджет, рассчитывают сумму прибыли, остающуюся в распоряжении организации, величина которой равна разности прибыли отчетного периода и суммы налогов и платежей в бюджет.

Сумма прибыли, остающейся в распоряжении организации, конкретизируется по направлениям расходования:

- фонды, формируемые организацией согласно учредительным документам, механизм формирования которых отражается в учетной политике.

При расчете прибыли как предшествующего разработке этапа доходной части финансового плана целесообразно использовать схему расчета, предусмотренную в отраслевых рекомендациях по разработке бизнес - планов развития коммерческих организаций на год (*Приказ Министерства торговли Республики Беларусь 14 декабря 2006г. № 158, табл.13.5*)

В первом разделе финансового плана, помимо прибыли, отражаются: прирост устойчивых пассивов и сумма амортизационных отчислений.

Сумма амортизационных отчислений в финансовый план включается в пределах суммы, предусматриваемой в плане расходов на реализацию по статье “Амортизация основных средств и нематериальных активов”

Расчет прироста устойчивых пассивов, отражаемых в первом разделе финансового плана производится отдельно по каждому виду.

Переходящая задолженность по заработной плате определяется по формуле:

$$ПЗ_{фзп} = \frac{\sum \Phi ЗП \times Д}{90}$$

где ФЗП – фонд зарплаты на квартал.

Д- количество дней до дня выдачи заработной платы с начала месяца
например, если заработная плата выдается 5 числа, то Д = 4.

В финансовом плане показывается не вся сумма устойчивых пассивов на начало квартала, а их изменение (прирост или уменьшение), определяемое путем сравнения с суммой устойчивых пассивов на начало квартала.

Таблица 13.5 Расчет прибыли на планируемый год, млн.руб

№ п/п	Наименование показателей	Текущий год (оценка)	Очередной год (план)	В том числе по кварталам (нарастающим итогом)			
				1	2	3	4
1	Товароборот (за минусом НДС, акцизов, налога на продажу)						
1.1	Справочно: бюджетные субсидии на покрытие разницы в ценах и тарифах						
2.	Себестоимость реализованных товаров (продукции)						
3.	Доход от реализации						
4.	Расходы на реализацию						
5.	Прибыль (убыток) от реализации						
6.	Прибыль (убыток) от операционной деятельности						
7.	Прибыль (убыток) от внереализационных операций						
8.	Прибыль (убыток) за период						
9.	Налоги и сборы, производимые из прибыли						
10.	Расходы и платежи из прибыли						
11.	Сумма льготы по налогу на прибыль						
12.	Чистая прибыль						

	в т.ч. по направлениям использования:	X	X	X	X	X	X
12.1	резервный фонд						
12.2	на цели накопления						
12.3	на цели потребления						
12.4	прочие (указать)						
12.5	остаток нераспределенной прибыли						
13	Накопленная прибыль (чистая прибыль + амортизация)						

13.4.2 Планирование расходов и отчислений денежных средств

Большинство статей расходов и отчислений находят отражение в предварительно составленных планах распределения прибыли и сметах расходования прибыли, остающейся в распоряжении организации.

Одним из важных расчетов при разработке финансового плана является расчет потребности (норматива) в собственных оборотных средствах, на основании которого определяется сумма пополнения собственных оборотных средств за счет прироста устойчивых пассивов, временно свободных средств специальных фондов.

Прирост собственных оборотных средств за счет чистой прибыли не предусматривается во втором разделе финансового плана, поскольку он отражен в плане распределения прибыли, остающейся в распоряжении организации.

Расчет норматива собственных оборотных средств производится на каждый квартал в разрезе отраслей торговой деятельности.

Исходной базой как и при расчете общей потребности в оборотных средствах, является план розничного товарооборота.

Собственные оборотные средства предназначаются для:

1. финансирования товарных запасов (в размере не менее 10%).
2. покрытия потребности в нормированных денежных средствах в кассе и в пути в пределах 100%.
3. покрытия потребности в прочих нормируемых активах также в пределах 100%.

Каждая торговая организация при определении потребности в собственных оборотных средствах исходит из сложившегося уровня обеспеченности ими и необходимости его повышения и устанавливает собственный уровень этого показателя.

Источники пополнения собственных оборотных средств, отражаемые в финансовом плане – это прирост устойчивых пассивов; временно свободные денежные средства специальных фондов.

Взаимоотношения с бюджетом: находят отражения в финансовом плане по линии платежей в бюджет, источником уплаты которых является прибыль:

- налог на прибыль, доходы;
- налог на недвижимость и пр.

Расчет суммы каждого вида налога производится в соответствии с действующим законодательством.

13.5. Планирование потока денежных средств

Для оценки способности организации в планируемом периоде привлекать и использовать денежные средства составляется **план движения денежных средств**.

Исходной информацией для составления этого плана являются:

- данные бухгалтерского баланса на начало планируемого периода о денежных средствах в кассе, в пути; на расчетных, валютных и прочих специальных счетах;
- отчет о движении денежных средств (Форма 4, приложение к балансу) за два предшествующих периода;
- прогнозируемые основные показатели торгово- хозяйственной деятельности.

План потока денежных средств состоит из двух частей.

1. Поступление денежных средств.
2. Расходование денежных средств.

Движение денежных средств планируется по трем направлениям:

1. по текущей деятельности (основной вид деятельности - реализация товаров).
2. по инвестиционной деятельности (приобретение оборудования, нематериальных активов; инвестирование в другие внеоборотные активы)
3. по финансовой деятельности (краткосрочные финансовые вложения в ценные бумаги; продажа акций, ранее приобретённых; новый выпуск акций).

Сумма притоков и оттоков денежных средств по основной, инвестиционной и финансовой деятельности образует **чистый денежный поток**. Данный показатель можно рассмотреть как потенциальный приток денежных средств, которым должна располагать организация по результатам своей деятельности. На основе отчета о движении денежных средств (прилагаемого к бухгалтерскому балансу – Форма 4) и основных показателей деятельности организации составляется план потока денежных средств на планируемый год по трем видам деятельности (текущей, инвестиционной, финансовой) с конкретизацией источников поступления направлений расходования денежных средств.

Поток наличности определяется по каждому виду деятельности как разность между денежной суммой поступлений и расходования денежных средств.

Сумма остатка денежных средств на начало года по каждому виду деятельности и потока наличности составляет **превышение доходов над расходами**.

Отраслевыми рекомендациями по разработке бизнес - планов развития коммерческих организаций на год (*Приказ Министерства торговли Республики Беларусь 14 декабря 2006г. № 158*) в финансовой части бизнес-плана торговых организаций рекомендуемая схема расчета потока денежных средств имеет некоторые отличия (*Таблица 16 отраслевых методических рекомендаций*). В частности отсутствует разделение денежного потока по видам деятельности. Применение такого подхода обусловлено существованием в мировой практике двух методов отражения денежного потока: прямого и косвенного.

План потока денежных средств формируется на основе информации о поступлении, направлениях расходования денежных средств с учетом остатков денежных средств на начало и конец отчетного года в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Движение денежных средств по основной (текущей) деятельности связано с получением дохода от реализации товаров и затратами на формирование оборотных средств. Общая сумма поступлений от основной (текущей) деятельности характеризует соотношение доходов от реализации товаров (услуг) и затрат на формирование оборотных средств. Превышение расходов над поступлением денежных средств при наличии прибыли от основной деятельности свидетельствует о том, что формирование оборотных средств требует гораздо больше финансовых вложений, чем обеспечивает основная деятельность.

При описании денежных потоков от инвестиционной деятельности рассматриваются оттоки средств на приобретение внеоборотных активов и результаты от реализации имущества. Общие инвестиционные затраты рекомендуется сравнить с общими поступлениями от основной деятельности. Таким образом, можно сопоставить объемы

инвестиций с реальными финансовыми возможностями организации по финансированию инвестиций за счет собственных средств.

Финансовая деятельность организации связана с привлечением и возвратом заемных источников финансирования (кредиты, займы), выпуском обыкновенных и привилегированных акций, выплатой дивидендов, прочих внереализационных операций.

Грамотно составленный план потока денежных средств позволяет правильно оценить состояние финансовой обеспеченности организации, достичь синхронности денежных потоков.

Полученные организацией денежные средства - не самоцель, а средство для улучшения финансового состояния. Полученные денежные средства используются на обеспечение условий, поддерживающих бесперебойную деятельность и развитие организации. Остаток денежных средств обеспечивает текущую платежеспособность.

Практика свидетельствует, что опытные предприниматели при составлении финансовых планов учитывают несколько возможных вариантов развития событий и делают соответствующие вариантные расчеты планов доходов и расходов и движения денежных средств. Это дает возможность учесть вероятные факторы, которые могут оказать влияние на деятельность организации и тем самым предусмотреть средства предотвращения негативных последствий.

ТЕМА 14. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

14.1. Эффективность как экономическая категория и ее сущность. Понятие экономической и социальной эффективности

В условиях инновационного развития рыночной экономики, возрастания конкуренции на рынке товаров и услуг, важнейшей задачей является повышение эффективности использования имеющихся и нереализованных возможностей экономического потенциала каждой торговой организации.

Экономический потенциал – это совокупность производственных ресурсов торговых организаций и максимально возможная способность их работников наиболее полно удовлетворять спрос населения на товары и услуги при высоком качестве торгового обслуживания и эффективном использовании имеющихся у них материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Количественными параметрами экономического потенциала торговли являются:

1. объем розничного и оптового товарооборота;
2. наличие и размер товарных запасов;
3. численность, профессионально-квалификационный состав работников;
4. финансовые ресурсы, объем активов, их ликвидность;
5. объем, структура основных фондов, их техническое состояние и показатели воспроизводства;
6. обеспеченность населения регионов торговой и складской площадями, емкостями хранилищ в сравнении с установленными оптимальными нормативами;
7. обеспеченность торгово-технологическим оборудованием.

Основными составляющими модели экономического потенциала торговых организаций должны быть:

- объем и качество имеющихся ресурсов;
- профессионализм и образовательный уровень кадров, способность специалистов и менеджеров эффективно использовать производственные ресурсы;

- финансовая способность, выражающаяся в обеспеченности собственным капиталом, в ликвидности активов, финансовой устойчивости и платежеспособности организации;
- инновационные способности, характеризуемые способностью к обновлению основных фондов, к смене торговых технологий;
- информационные способности – наличие у персонала знаний, умений, навыков оперативно использовать информацию для принятия управленческих решений.

Все эти составляющие в сравнении с выбранными стандартами или критериями (или в сравнении с показателями организаций, работающих в аналогичных условиях) характеризуют конкурентоспособность торговой организации, ее позиции на рынке.

Отсюда, управление экономическим потенциалом сводится практически к оценке и анализу факторов, повышающих или снижающих конкурентоспособность потенциала, к выбору и реализации стратегии и тактики для достижения поставленной цели. Выбор стратегии управления экономическим потенциалом должен осуществляться с учетом внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на показатели деятельности торговой организации.

Результаты использования экономического потенциала находят отражение в показателях экономической и социальной эффективности деятельности торговой организации

В целом под эффективностью понимают получение наибольших результатов при тех же затратах или тех же результатов при меньших затратах ресурсов.

Эффективность, как экономическая категория, выражает экономические отношения по поводу использования ресурсов для производства или реализации определенной массы потребительных стоимостей в целях удовлетворения личных и общественных потребностей и получения на этой основе прибыли, обеспечивающей нормальное функционирование торговой организации на рынке.

Отсюда, измерение эффективности и управление ею на всех уровнях: макроуровне, мезоуровне и микроуровне являются настоятельной необходимостью.

Различают экономическую и социальную эффективность деятельности.

Общепризнанным отечественной и в зарубежной науке и практике является измерение экономической эффективности как отношение полученного в результате деятельности эффекта к примененным ресурсам или произведенными затратам.

В реальной жизни не существует эффективности затрат отдельно от эффективности примененных ресурсов.

Эффективность должна рассматриваться как обобщенная функция от эффективности использования отдельных видов производственных ресурсов, поскольку повышение ее есть общий результат лучшего использования ресурсов. Мерой роста этой эффективности является экономия текущих затрат. Вместе с тем различие состоит в том, что экономия ресурсов выступает как условие расширения деятельности организации и увеличения на этой основе прибыли, а экономия текущих затрат является источником увеличения прибыли.

Экономическая эффективность является обобщающей характеристикой конечной результативности деятельности субъектов хозяйствования.

Анализ эффективности позволяет выявить взаимосвязи между факторами ее роста и достигнутыми результатами.

Оценка экономической эффективности не может ограничиваться только сопоставлением, полученного результата с примененными ресурсами и потребленными затратами. Она должна включать и показатели, которые характеризовали бы как повышение эффективности структуры управления так и конечные социальные результаты.

Социальная эффективность торговой деятельности связана с выполнением торговлей социальных функций и характеризуется степенью удовлетворения спроса населения на товары при высоком качестве торгового обслуживания и рациональном использовании товаро-производственных ресурсов.

14.2. Показатели и критерии эффективности торговой деятельности.

Для измерения экономической эффективности необходимо знать показатели, характеризующие как результаты, так и затраты. Результаты торговой деятельности выражаются в конкретном эффекте, полученном в процессе этой деятельности.

При оценке эффективности деятельности торговых организаций различают два вида эффекта: экономический и социальный.

Экономический эффект определяется как абсолютная величина превышения полученных результатов над произведенными затратами. Показателями экономического эффекта торговой деятельности являются товарооборот в сопоставимых ценах, доходы и прибыль от реализации товаров, чистая продукция, показатели ускорения товарооборачиваемости и экономии материальных, топливно-энергетических ресурсов. Приоритетное значение среди перечисленных показателей имеют товарооборот в сопоставимых ценах и прибыль, отражающие конечные результаты деятельности.

Показателями социального эффекта являются: уровень удовлетворения спроса населения на товары, качество торгового обслуживания, характеризующее широтой и устойчивостью ассортимента товаров, применения прогрессивных форм продажи товаров, количеством и качеством дополнительных услуг, предоставляемых покупателям.

Показателями общепромышленной эффективности торговли являются:

- объем розничного товарооборота в сопоставимых ценах;
- время обращения товаров;
- доля торговой отрасли в валовом внутреннем продукте страны;
- сокращение потерь потребительной стоимости при транспортировке, хранении и реализации товаров;
- сокращение издержек потребления;
- сокращение расходов на реализацию товаров при высоком качестве торгового обслуживания;
- широта и качество торговых услуг, оказываемых населению.

Ресурсы, используемые в торговой деятельности, также выступают в двух формах: примененные и потребленные, или их можно еще назвать единовременными и текущими затратами.

Примененные ресурсы (единовременные затраты) включают в денежном выражении стоимость основных фондов, оборотных фондов и фондов обращения, сумму израсходованного фонда заработной платы, включая выплаты из чистой прибыли. Потребленные ресурсы это текущие затраты или расходы на реализацию товаров.

Для оценки эффективности на всех уровнях необходимо наличие критерия.

К критерию эффективности предъявляются определенные требования.

Во-первых, он должен быть согласован с общим критерием эффективности общественного производства и в то же время отражать специфику торговой деятельности и согласованность целей торговой организации и общества.

Во-вторых, критерий должен выступать как инструмент оптимального планирования и отражать единство экономических и социальных функций торговли. Использование его в качестве ориентира при планировании должно способствовать выбору такого варианта плана при котором достигается максимальный эффект на единицу примененных и потребленных ресурсов.

Критерий выражает сущность эффективности и позволяет качественно оценить ее. При этом одному критерию может соответствовать несколько показателей, поскольку эффективность может проявляться в различных формах и ее динамика зависит от многих факторов.

В условиях трансформации экономики изменяются как сама трактовка, так и иерархия критериев эффективности. Это связано с тем, что главной целью субъектов рынка и основой

их функционирования в условиях рыночной экономики является прибыль. Отсюда, в качестве первичного критерия экономической эффективности деятельности организаций выступает максимизация прибыли на единицу примененных и потребленных ресурсов при высоком качестве торгового обслуживания. Вместе с тем, в условиях социально-ориентированной рыночной экономики сохраняет свое значение и общепромышленный критерий эффективности торговли, заключающийся в более полном удовлетворении личных и общественных потребностей в товарах и услугах при высокой культуре торговли и рациональном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Получение прибыли и ее максимизация субъектами рынка возможна лишь через реализацию целей общества, то есть при удовлетворении предъявляемого населением и обществом спроса на товары и услуги. Такая иерархия критериев эффективности обусловлена и тем, что общепромышленная эффективность торговли зависит от эффективности хозяйственной деятельности каждой отдельно взятой торговой организации. Чем выше эффективность деятельности организации, тем выше эффективность отрасли и экономики страны в целом.

Определение критерия экономической эффективности имеет важное практическое значение. Он является своеобразным ориентиром как в процессе разработки бизнес-планов, так и в процессе их выполнения.

Показатели, в отличие от критерия, служат инструментом количественной оценки эффективности. С помощью системы показателей обеспечиваются количественное измерение и сравнение эффективности деятельности организации в динамике, а также сравнение эффективности деятельности субъектов торговли, основанных на разных формах собственности.

Перечень и содержание показателей зависят от цели анализа, выбранной стратегии развития, жизненного цикла организации и других условий.

Оценка экономической эффективности хозяйственной деятельности предполагает прежде всего сравнение фактической или расчетной эффективности с нормативным значением. Поэтому в системе показателей оценки экономической эффективности должны быть показатели, выполняющие роль норматива.

Важной задачей торговых организаций является разработка индивидуальных нормативов с учетом условий своей деятельности, что осуществляют зарубежные фирмы. Такими нормативами могут быть: товарооборот на 1 кв. метр торговой площади, нормативы товарооборачиваемости по группам товаров, нормы запасов по нормируемым оборотным средствам, нормы труда (выработка на одного работника, нормативы численности работников, нормированные задания, нормы времени и обслуживания для отдельных категорий работников), нормы рентабельности на вложенный и собственный капитал, нормативы расходов по основным статьям и др.

В современных условиях возрастают возможности дальнейшего совершенствования системы показателей оценки деятельности торговых организаций в связи с внедрением новых информационных технологий, необходимых для получения и анализа информации, принятия эффективных управленческих решений.

Из нормативов эффективности особое значение имеет норма прибыли на вложенный капитал. Этот показатель может служить критерием оценки при принятии управленческих решений о реализации отдельных инвестиционных проектов с целью получения дополнительной прибыли. Наряду с этим критерием в качестве минимального норматива эффективности в условиях стабильной денежно-кредитной системы может быть принята и ставка банковского процента на долгосрочные депозиты. Исходя из этого норматива может оцениваться экономическая целесообразность реализации отдельных проектов по объектам реального инвестирования по сравнению с хранением свободных средств в банках.

При определении экономической эффективности могут быть использованы разные методики расчета. В частности, расчеты могут производиться с использованием как ресурсного, так и затратного методов. Так, при применении ресурсного метода, предусматривающего расчет эффективности как отношение экономического эффекта к

затратам ресурсов необходимо ориентироваться на максимизацию эффекта, а при оценке эффективности как отношение затрат к полученным результатам следует исходить из необходимости минимизации затрат.

Применение ресурсного и затратного метода построения показателей экономической эффективности позволяет более глубоко изучить динамику эффективности, выявить резервы ее повышения.

Одной из актуальных задач науки и практики является обоснование стройной системы показателей оценки экономической эффективности торговых организаций.

Многие торговые организации до настоящего времени применяют систему показателей оценки деятельности ориентированную главным образом на оценку степени выполнения планов и динамику основных показателей, а не на повышение эффективности использования ресурсов. Во многих организациях выполнение планов (оперативных заданий) или рост товарооборота являются и сегодня условием премирования работников, в то время как повышению эффективности деятельности способствовало бы премирование за ускорение товарооборачиваемости или соблюдение нормативов товарных запасов, за экономию топливно-энергетических ресурсов, за повышение производительности труда в сопоставимых ценах, рентабельности хозяйственной деятельности и достижение более высоких качественных результатов. Применяемая в настоящее время на практике, система показателей не отвечает в полной мере требованиям рыночной экономики, изменившимся внешним и внутренним условиям работы предприятий. Ряд показателей вообще утратили свое значение (степень выполнения планов, наличие товарных запасов на конкретную дату без анализа их структуры, соотношений в динамике товарооборота и товарных запасов и др.

В системе оценочных показателей отдельных организаций отсутствуют показатели, характеризующие финансовую устойчивость и платежеспособность, ликвидность активов, позицию организации на рынке, рентабельность инвестированного и собственного капитала.

Эффективностью деятельности торговой организации необходимо управлять.

Составными элементами механизма управления должны быть:

- система показателей для стратегического и текущего планирования и управления основной деятельностью, включая и показатели оценки экономической эффективности достигнутых результатов;
- методика обеспечения достоверности исходной информации и рассчитываемых показателей;
- методика и последовательность анализа и оценки экономической эффективности торговой деятельности;
- методика расчета показателей;
- изучение и оценка влияния внешних и внутренних факторов на экономическую эффективность торговой деятельности.

14.3. Классификация показателей экономической эффективности торговой деятельности

С учетом практики деятельности отечественных организаций и опыта оценки коммерческой деятельности зарубежных фирм (компаний) система показателей эффективности работы торговых организаций может быть классифицирована по следующим признакам:

- 1.) по степени обобщения: обобщающие и частные показатели;
- 2.) по показателю измерения результата: абсолютные, относительные;
- 3.) по продолжительности рассматриваемых процессов: показатели, исчисляемые за фиксированный отрезок времени, по стадиям жизненного цикла организации или в зависимости от продолжительности торгового цикла;
- 4.) по содержанию:

- показатели рентабельности капитала, единовременных и текущих затрат и зависящие от них показатели финансовой устойчивости и платежеспособности;
- показатели, характеризующие позицию организации на рынке, определяемую в основном показателями ее деловой (коммерческой) активности и конкурентоспособности;
- показатели социальной эффективности (уровень удовлетворения спроса и качества обслуживания потребителей).

В качестве обобщающих показателей оценки экономической эффективности деятельности торговых организаций могут быть использованы:

(1.) Коэффициент эффективности примененных ресурсов ($\mathcal{E}p$), характеризующий величину полученного эффекта на единицу примененных ресурсов. Он исчисляется по формуле:

$$\mathcal{E}p = T : (\overline{OC} + \overline{OB} + \PhiЗП)$$

где T- объем товарооборота в сопоставимых ценах:

\overline{OC} – среднегодовая стоимость основных фондов;

\overline{OB} – среднегодовая сумма оборотных средств;

$\PhiЗП$ – израсходованный фонд заработной платы.

(2.) Показателю эффективности примененных ресурсов в зарубежной практике соответствует показатель производительности системы ($\mathcal{P}c$), исчисляемый как отношение объема произведенной продукции к количеству ресурсов, потребленных для этой продукции.

$$\mathcal{P}c = Q : Z$$

где Q – объем произведенной продукции;

Z – затраты труда, капитала, энергии, материалов и др. ресурсов/

Коэффициент прибыльности примененных ресурсов ($\mathcal{K}пp$). Исчисляется по формуле:

$$\mathcal{K}пp = \Pi \text{ или } \mathcal{ЧП} : (\overline{OC} + \overline{OB} + \PhiЗП)$$

где Π – прибыль за отчетный период

$\mathcal{ЧП}$ – чистая прибыль, остающаяся в распоряжении после уплаты налогов в бюджет.

(3.) Коэффициент эффективности текущих затрат ($\mathcal{Э}т.з.$). Он характеризует величину прибыли, полученную от основной деятельности на рубль текущих затрат (потребленных ресурсов)

$$\mathcal{Э}т.з. = \mathcal{P}p : \mathcal{P}p$$

где $\mathcal{P}p$ – прибыль от реализации товаров;

$\mathcal{P}p$ – расходы на реализацию товаров.

Приведенные обобщающие показатели дополняют друг друга и предполагают учет при решении задач повышения экономической эффективности деятельности организации особенностей использования примененных и потребленных ресурсов. Дело в том, что величина примененных ресурсов и прежде всего оборотного капитала зависит от организации хозяйственных связей с поставщиками товаров и стабильности ситуации на потребительском рынке, в ней находят отражение как достижения, так и недостатки в системе межотраслевых связей и расчетов между субъектами рынка. Что касается потребленных ресурсов (текущих затрат), то величина их в основном зависит от эффективности управления организацией и уровня хозяйствования.

4. Интегральный показатель динамики эффективности примененных ресурсов (I):

$$\mathcal{I} = \mathcal{I} \mathcal{E}p \times \mathcal{I} \mathcal{K}пp$$

Где $\mathcal{I} \mathcal{E}p$ – индекс изменения коэффициента эффективности примененных ресурсов ($\mathcal{I} \mathcal{E}p = \mathcal{E}p$ за отчетный период : $\mathcal{E}p$ за прошлый период);

$\mathcal{I} \mathcal{K}пp$ – индекс изменения коэффициента прибыльности примененных ресурсов ($\mathcal{I} \mathcal{K}пp = \mathcal{K}пp$ за отчетный период : $\mathcal{K}пp$ за прошлый период).

Интегральный показатель рекомендуется применять только для оценки изменения эффективности во времени.

Наряду с приведенными обобщающими показателями для оценки экономической эффективности торговой деятельности необходимо использовать частные показатели, характеризующие эффективность использования отдельных видов ресурсов, отражающие:

1. финансовую устойчивость организации;
2. позиции организации на рынке;
3. интересы потребителей.

В составе финансовых показателей (1 группа) следует выделить абсолютные и относительные.

К основным абсолютным показателям можно отнести: объем товарооборота, прибыль от реализации товаров, прибыль за отчетный период, в том числе, направляемую на расширение торговой деятельности.

Перечисленные показатели необходимы и во внутрифирменном текущем планировании и управлении.

К числу наиболее важных относительных показателей относятся: показатели рентабельности товарооборота, реализованных товаров, вложенного и собственного капитала, основного и оборотного капитала, показатели финансовой устойчивости и платежеспособности и др.

Таблица 14.1. Методика расчета частных показателей экономической эффективности торговой деятельности

Наименование показателя	Методика расчета	Обозначение показателя
Финансовые показатели		
1. Рентабельность товарооборота (P_T)	$P_T = (P_p : T) \times 100$	P_p – прибыль от реализации товаров, T – объем товарооборота
2. Рентабельность вложенного капитала ($P_{вк}$)	$P_{вк} = П : (\overline{ОС} + \overline{ОБ}) \times 100$	$П$ – прибыль за отчетный период
3. Рентабельность собственного капитала	$P_{ск} = (ЧП : СК) \times 100$	$ЧП$ – чистая прибыль, $СК$ – собственный капитал
4. Рентабельность основных средств ($P_{ос}$)	$P_{ок} = (ЧП : \overline{ОС}) \times 100$	$\overline{ОС}$ – среднегодовая сумма основных средств
5. Рентабельность оборотных средств ($P_{об}$)	$P_{об} = (ЧП : \overline{ОБ}) \times 100$	$\overline{ОБ}$ – среднегодовая сумма оборотных средств
6. Коэффициент текущей ликвидности ($Л_о$)	$Л_о = \frac{Об}{З_{кр} - P_p}$	P_b – расходы будущих периодов, $З_{кр}$ – краткосрочные финансовые обязательства, P_p – резерв предстоящих расходов
7. Коэффициент абсолютной ликвидности ($Л_а$)	$Л_а = \frac{ДС + КФВ}{З_{кр} - P_p}$	$ДС$ – денежные средства, $КФВ$ – краткосрочные финансовые вложения
8. Коэффициент обеспеченности собственными средствами (автономии) ($К_а$)	$К_а = СК : Вб$	$СК$ – собственный капитал, $Вб$ – валюта баланса
9. Коэффициент общей платежеспособности ($К_п$)	$К_п = PA : ЗК$	PA – реальные активы, функционирующие в обороте, $ЗК$ – заемный капитал
10. Коэффициент финансовой напряженности ($К_н$)	$К_н = ЗК : Вб$	
11. Коэффициент обеспеченности	$К_{о.с.} = \frac{\overline{С.ОБ}}{\overline{ОБ}}$	$С.ОБ$ – собственные оборотные средства;

собственными оборотными средствами (Ко.с.)		ОБ – сумма оборотных активов
12. Коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (Ко.ф.)	$\text{Ко.ф.} = \frac{\text{ФО} - \text{Рп}}{(\text{ВН} + \text{ОБ})}$	ФО – краткосрочные и долгосрочные финансовые обязательства Рп – резерв предстоящих расходов ВН – внеоборотные активы ОБ – оборотные активы
Показатели деловой (коммерческой) активности организации 1. Доля организации на рынке (УД)	$\text{УД} = (\text{Тi} : \text{Т}) \times 100$	Тi – товарооборот организации, Т – товарооборот региона-района деятельности
2. Коэффициент оборачиваемости совокупных активов (Кса)	$\text{Кса} = \text{Тр} : \text{А}$	Тр – товарооборот в розничных ценах, А – среднегодовая стоимость всех активов
3. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Коб)	$\text{Кта} = \text{Тс} : \text{Тоб}$	Тс – товарооборот в ценах себестоимости, Тоб – среднегодовая сумма оборотных средств
4. Коэффициент оборачиваемости товарных запасов (Ктз)	$\text{Ктз} = \text{Тс} : \text{ТЗ}$	ТЗ – среднегодовая сумма товарных запасов
5. Фондоотдача по основным фондам (Фо)	$\text{Фо} = \text{Тр} : \overline{\text{ОФ}}$	Тр – товарооборот в розничных ценах, $\overline{\text{ОФ}}$ – среднегодовая сумма основных фондов
6. Фондоотдача по оборотным средствам (Фоб)	$\text{Фоб} = \text{Тр} : \overline{\text{ОБ}}$	$\overline{\text{ОБ}}$ – среднегодовая сумма оборотных средств
7. Производительность труда (ПТ)	$\text{ПТ} = \text{Тсц} : \text{СЧР}$	Тсц – товарооборот в сопоставимых ценах, СЧР – среднесписочная численность работников
8. Прибыль на одного работника (ПР)	$\text{ПР} = \text{П} : \text{СЧР}$	П – прибыль за отчетный год
9. Товарооборот на 1 м ² торговой площади (ТПм ²)	$\text{ТПм}^2 = \text{Т} : \text{S}$	S – торговая площадь
10. Прибыль на 1 м ² торговой площади (ПРм ²)	$\text{ПРм}^2 = \text{Пр} : \text{S}$	Пр – прибыль от реализации товаров
Показатели оценки уровня удовлетворения спроса и обслуживания покупателей (социальной эффективности) 1. Индекс физического объема розничного товарооборота (Ифт)	$\text{Ифт} = \text{Тсц о} : \text{Тсц б}$	Тсц о, Тсц б – товарооборот в сопоставимых ценах в отчетном и базисном периодах
2. Степень удовлетворения спроса (Ср)	$\text{Ср} = (\text{Т} \times 100) : (\text{Зн} + \text{П})$	Ср – степень реализации товаров,

		Зн – товарные запасы на начало периода, П – поступление товаров в отчетном периоде
3. Степень оседания товаров в запасах (Сз)	$S_z = Z_k : (Z_n + П) \times 100$	Zк – товарные запасы на конец года
4. Степень обновления ассортимента товаров (Со)	$S_o = П : (Z_n + П) \times 100$	
5. Коэффициент устойчивости ассортимента (Ку)	$K_u = \frac{O_1 / A + O_2 / A + \dots + O_n / A}{n}$	O ₁ , O ₂ , O _n – количество разновидностей в момент проверки, n – количество проверок, A – количество разновидностей по ассортиментному перечню
6. Коэффициент развития прогрессивных методов продажи товаров (Кпр)	$K_{pr} = T_{pr} : T_{ob}$	T _{пр} – объем товарооборота с применением прогрессивных методов продаж, T _{об} – общий объем товарооборота
7. Коэффициент дополнительного обслуживания покупателей (Кд)	$K_d = \frac{Y_1 / Y_c + Y_2 / Y_c + \dots + Y_n / Y_c}{n}$	Y ₁ , Y ₂ , Y _n – количество услуг, которые оказывались в момент проверки, Y _c – количество дополнительных услуг по перечню, n – количество проверок

Приоритет в системе показателей оценки эффективности торговой деятельности должен быть отдан финансовым показателям. Через эти показатели можно осуществлять действенный контроль за торговой деятельностью, финансовым положением и принимать эффективные управленческие решения. Кроме того, следует иметь в виду, что без наличия достаточных финансовых ресурсов и эффективности их использования невозможно внедрение инноваций, закупка в необходимых размерах товаров и других товарно-материальных ценностей, улучшение качества торгового обслуживания.

Приведенная система показателей оценки эффективности работы торговых организаций жизненна, ее применение позволяет найти узкие места в деятельности, которые при общем анализе показателей не всегда видны, и принять соответствующие управленческие решения.

14.4. Методика анализа и пути повышения эффективности использования ресурсов торговой организации

Предпосылками инновационного экономического роста торговых организаций наряду с внедрением новых торговых технологий является повышение эффективности использования имеющегося у них экономического потенциала. В этой связи важное значение имеет анализ эффективности использования ресурсов с целью выявления неиспользованных резервов.

Как известно, основными показателями оценки деятельности торговых организаций являются прибыль и товарооборот в сопоставленных ценах.

Рассмотрим методику расчета влияния использования функционирующих примененных ресурсов на динамику этих показателей.

Влияние изменения эффективности использования конкретного вида примененных ресурсов на динамику товарооборота определяется по формуле:

$$a) \text{ по основным фондам} \\ \Delta T_1 = \frac{(Ф_о - Ф_б) \times ОФ_о \times УОФ_б}{100}$$

где ΔT_1 – сумма прироста (снижения) товарооборота за счет эффективности использования основных фондов,
 Φ_o и Φ_b – фондоотдача по основным фондам в отчетном и базисном периодах,
 O_{fo} – сумма основных фондов в отчетном периоде,
 U_{OFb} – удельный вес основных фондов в базисном периоде в общей стоимости примененных ресурсов.

б) по оборотным средствам

$$\Delta T_2 = \frac{(\Phi_{o.об.} - \Phi_{b.об.}) \times O_{Bo} \times U_{OBb}}{100}$$

где ΔT_2 – сумма прироста (снижения) товарооборота за счет эффективности использования оборотных средств,

$\Phi_{o.об.}$ и $\Phi_{b.об.}$ – фондоотдача по оборотным средствам в отчетном и базисном периодах,

O_{Bo} – сумма оборотных средств в отчетном периоде,

U_{OBb} – удельный вес оборотных средств в базисном периоде в общей стоимости примененных ресурсов.

в) по трудовым ресурсам

$$\Delta T_3 = \frac{(\Phi_{fzп.o.} - \Phi_{fzп.b.}) \times \Phi_{ZPo} \times U_{FZPb}}{100}$$

где ΔT_3 – сумма прироста (снижения) товарооборота за счет эффективности использования трудовых ресурсов,

$T_{fzп.o.}$ и $T_{fzп.b.}$ – товарооборот на 1 рубль фонда заработной платы в отчетном и базисном периодах,

Φ_{ZPo} – сумма израсходованного фонда заработной платы в отчетном периоде,

U_{FZPb} – удельный вес суммы фонда заработной платы в базисном периоде в общей стоимости примененных ресурсов.

По аналогичной методике производится расчет влияния эффективности использования отдельных видов ресурсов на прибыль. Различие лишь в том, что вместо фондоотдачи, т.е. товарооборота на 1 рубль конкретного вида ресурса, принимается прибыль на 1 рубль ресурсов, т.е. коэффициент прибыльности ресурсов, тогда формула принимает вид:

$$\Delta \Pi = \frac{(\Pi_o - \Pi_b) \times O_{Po} \times U_{Vb}}{100}$$

где $\Delta \Pi$ – сумма прироста (снижения) прибыли за счет эффективности использования конкретного вида ресурсов,

Π_o и Π_b – прибыль на 1 рубль конкретного вида ресурса в отчетном и базисном периодах,

O_{Po} – сумма конкретного вида ресурса в отчетном периоде,

U_{Vb} – удельный вес конкретного вида ресурса в базисном периоде в общей стоимости примененных ресурсов.

Доля прироста или снижения прибыли ($\Delta \Pi_{п.р.}$) за счет изменения эффективности использования примененных ресурсов (интенсивных факторов) определяется по формуле:

$$\Delta \Pi_{п.р.} = \left(1 - \frac{\Pi_{п.р.}}{\Pi_{п.}}\right) \times 100$$

где $\Delta \Pi_{п.р.}$ – темп прироста (снижения) суммы примененных ресурсов,

$\Delta \Pi_{п.}$ – темп прироста (снижения) прибыли.

По аналогичной методике определяется доля прироста (снижения) товарооборота за счет интенсивных факторов. В формулу вместо темпа прироста прибыли ($\Delta \Pi_{п.}$) подставляется величина темпа прироста товарооборота ($T_{п.}$).

Произведем анализ эффективности использования примененных ресурсов в розничной торговой организации по изложенной методике.

Таблица 14.1. Исходные данные для определения влияния эффективности использования примененных ресурсов на товарооборот и прибыль торговой организации, млн.руб.

Показатели	Прошлый год	Отчетный год	Изменений (+,-)
1. Розничный товарооборот	40550	49800	+9250
2. Прибыль	1622	2132	+510
3. Примененные ресурсы, всего	11234	12132	+898
в том числе:			
Основные фонды	1874	2112	+238
удельный вес	13,68	17,4	+0,72
Оборотные средства	7264	7478	+214
удельный вес	64,68	61,64	-3,04
Фонд заработной платы	2096	2542	+446
удельный вес	18,66	20,96	+2,3
4. Фондоотдача			
– по основным фондам	21,63	23,57	+1,94
– по оборотным средствам	5,58	6,66	+1,08
– по трудовым ресурсам	19,34	19,59	+0,25
5. Коэффициенты прибыльности (прибыль на 1 рубль ресурсов)			
– по основным фондам	0,86	1,009	+0,149
– по оборотным средствам	0,22	0,285	+0,065
– по трудовым ресурсам	0,77	0,84	+0,07

Таблица 14.2. Расчет влияния эффективности использования ресурсов на товарооборот

Показатели	Расчет	Результат влияния
Прирост товарооборота в отчетном году	49800-40550=9250	–
в том числе за счет:		
роста фондоотдачи		
– по основным фондам	$(23,57-21,63) \times 2112 \times 16,68 : 100$	+683,4
– по оборотным средствам	$(6,66-5,58) \times 7478 \times 64,68 : 100$	+5223,7
– по трудовым ресурсам	$(19,59-19,34) \times 2542 \times 18,66 : 100$	+118,6
Итого		6025,7

Доля прироста товарооборота за счет повышения эффективности использования примененных ресурсов (при прочих равных условиях) составляет:

$$65\% \quad (6025,7 : 9250 \times 100) \text{ или } \Delta Tr = (1 - 8/22,8)$$

Удельный вес экстенсивных факторов в обеспечении роста товарооборота 35% (100–65)

Таблица 14.3. Расчет влияния эффективности использования примененных ресурсов на прибыль

Показатель	Расчет	Результат влияния
Прирост прибыли в отчетном году	2132-1622	+510
в том числе за счет:		
роста коэффициента прибыльности		
– по основным фондам	$(1,009-0,96) \times 2112 \times 16,68 : 100$	+52,5
– по оборотным средствам	$(0,285-0,22) \times 7478 \times 64,68 : 100$	+314,4
– по трудовым ресурсам	$(0,84-0,77) \times 2542 \times 18,66 : 100$	+33,2
Итого		+400,1

Доля прироста прибыли за счет повышения эффективности использования примененных ресурсов (при прочих равных условиях) составляет:

78,5% $(400,1 : 510 \times 100)$

Следующим этапом анализа является расчет и оценка частных показателей, характеризующих социально-экономическую эффективность торговой деятельности. Перечень и методика расчета этих показателей приведены в таблице 14.1.

По результатам проведенного анализа необходимо разработать комплекс конкретных мероприятий по улучшению использования основных фондов, оборотных средств и трудовых ресурсов. Основные пути и возможные резервы повышения эффективности использования перечисленных видов ресурсов рассмотрены в темах 6,7,8.

Литература

1. Аникин, Б.А., Тяпухин, А.П. Коммерческая логистика: учебник, -М.: Издательский проспект, -2005.
2. Абрютин, М.С. Экономический анализ торговой деятельности: уч. пособие для вузов, -М., -2000.
3. Бланк, И.А. Торговый менеджмент, -К., -2004.
4. Валевич, Р.П., Давыдова, Г.А. Экономика торгового предприятия: учеб. пособие, - Минск: Выш. школа. -1996.
5. Владыко, А.В. Балансовая политика торговой организации: учеб. пособие, -Минск: БГЭУ. -2008.
6. Голиков, Е.А. Оптовая торговля: менеджмент, маркетинг, логистика, финансы, безопасность: учеб. пособие, -М.: «Экзамен», -2004.
7. Ефимова, О.П. Экономика общественного питания: учеб. пособие, -Минск: Новое знание, -2006.
8. Заяц, Н.Е., Короленок, Г.А. Торговля в экономической системе, -Минск: БГЭУ, -2002.
9. Кравченко, Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник, -М.: Новое знание, -2007.
10. Лайсонс, К., Джиллингем, М. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок: перевод с англ. -М.: ИНФРА-М, -2005.
11. Раицкий, К.А. Экономика организации (предприятия): учебник, -М., -2004.
12. Скриба, С.И., Скриба, Н.Н. Экономико-статистическое моделирование и прогнозирование средствами SX Excel, -Минск: БГЭУ, -2002.
13. Скриба, Н.Н., Микулич, И.М., Валевич, Р.П. Бизнес-планирование в торговле, - Минск: БГЭУ, -2001.
14. Национальная экономика Беларуси: учебное пособие/ под общ. Ред. В.Н. Шимова, - Минск: БГЭУ, -2005.
15. Петрович, М.В. Государственное регулирование потребительского рынка, -Вильнюс: «Ксения», -2005.
16. Шадрина, Н.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности, -М., -2003.
17. Шелег, Н.С. Государственное регулирование рынка в условиях формирования Союзного государства: проблемы и перспективы, -М., -2003.
18. Шелег, Н.С. Товарный рынок. Серия Союзное государство, кн. 4, -М., -2004.
19. Шеремет, А.Т., Негашев, Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций, -М.: ИНФРА-М.. -2003.
20. Экономика торгового менеджмента. Торговое дело/ учебник под ред. Л.А. Брагина, Т.П. Данько, -М., -2004.
21. Экономика и организация торговой деятельности/ учебник под ред. А.Н. Соломатина, -М., -2003.

22. Экономика предприятий торговли. Практикум под ред. Р.П. Валевиц, Г.А. Давыдовой, -Минск, -2003.
23. Экономика предприятий торговли: учебное пособие под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Н. Шишковой, -Минск, -2007.
24. Экономический анализ в торговле/ учеб. пособие под ред. М.Н. Баканова, -М.: Финансы и статистика, -2004.
25. Экономика предприятия (фирмы)/ учебник под ред. О.Н. Волкова, О.В. Девяткина, - М.: ИНФРА-М, -2004.