

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРООБОРОТОМ ТОРГОВОЙ ФИРМЫ

С.Г. Багомедов, – соискатель, С.Т. Мурсалов – соискатель, Р.А. Ярахмедов – аспирант
Дагестанского государственного технического университета

Основную массу материальных благ, которые используются для личных нужд, население получает через торговлю. Количественная и качественная характеристики товарной массы, которая переходит из сферы производства в сферу потребления, соответственно закону товарного оборота, находят свое отображение в показателях товарооборота.

В самом общем случае под товарооборотом понимают продажу товаров массового потребления и предоставление платных торговых услуг населению для удовлетворения личных нужд в обмен на его денежные доходы или другим предприятиям для дальнейшей переработки или продажи. Экономические отношения, связанные с обменом денежных средств на товары, отображают экономическую сущность товарооборота[1].

Значение товарооборота необходимо рассматривать на уровне государства и на уровне конкретного торгового предприятия.

На государственном уровне значение показателя «объем и структура товарооборота» состоит в следующем. Розничный товарооборот является одним из важных показателей социально-экономического развития страны, который характеризует заключительный этап движения товаров в сферу потребления. Именно через розничный товарооборот осуществляется изменение формы стоимости потребительских товаров, созданной в процессе производства. В результате возмещаются производственные затраты и создаются условия для дальнейшего развития производства.

Розничный товарооборот характеризует объем займа покупных фондов потребителей в виде денежных доходов, которые получены как оплата труда и обмениваются в розничной торговле на товары соответствующие спросу населения.

Розничный товарооборот является одним из важных показателей уровня жизни, материального и культурного состояния населения страны. Для характеристики уровня жизни населения используется целая система аналитических показателей, которые являются исходящими из объема товарооборота: объем потребления определенных видов продовольственных и непродовольственных товаров, обеспечение населения товарами культурно-бытового назначения, соответствие потребления рациональным нормам и др.

Розничный товарооборот в определенной мере влияет на состояние денежного оборота в государстве, стойкость национальной валюты. Объем товарооборота является основным валовым показателем деятельности торгового предприятия, который характеризует результат его деятельности. Именно реализация определенной массы товаров создает экономическое основание для получения определенного объема доходов и прибылей, то есть формирует предпосылки для реализации стратегических целей деятельности предприятия.

В условиях рыночной экономики плановый объем товарооборота формируется на уровне самого предприятия. Его объем определяется, исходя из необходимого объема прибыли на рыночной позиции предприятия. Проведенный таким образом план товарооборота является основным регулирующим фактором формирования ресурсного потенциала предприятия. Объем и структура товарооборота определяет требования к объему, составу и эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Тотальное планирование объемов товарооборота изменилось экономическим регулированием на базе проведения многовариантных, оптимизационных и имитационных расчетов, с учетом влияния внутренней и внешней среды на объем и структуру товарооборота.

Анализ товарооборота и контроль за достижением разработанных планов выступает не только в качестве инструмента оценивания деятельности персонала предприятия, в начале – для принятия необходимых мер по корректировке товарной стратегии предприятия, его ассортиментной, ценовой, маркетинговой политике, политике закупки и др.

Товарооборот торгового предприятия может осуществляться в различных видах и формах. В зависимости от специфики операции купли – продажи товаров в составе товарооборота торгового предприятия выделяют его следующие виды.

Розничный товарооборот, который характеризует объемы продажи непосредственно населению потребительских товаров для собственного использования.

Оптовый товарооборот, который характеризует выручку от продажи потребительских товаров, которые прошли определенную техническую обработку на данном предприятии (хранение, оптовая рассортировка, транспортирование, предпродажная подготовка и др.), разным оптовым покупателям для последующей реализации конечным потребителям.

Оптовая реализация товаров может осуществляться в следующих формах[2]:

Оптовый региональный товарооборот – продажа товаров оптовым покупателям своего региона.

Межрегиональный товарооборот - реализация товара оптовым покупателям других регионов.

Внешнеторговый товарооборот – продажа товаров оптовым покупателям других стран.

Торгово-посреднический товарооборот, который определяется объемом посреднических операций купли – продажи потребительских товаров без каких-либо технических обработок на данном торговом предприятии розничными или оптовыми покупателями.

В составе торгово-посреднического оборота выделяют:

Оборот на биржевом рынке, то есть посреднические операции купли – продажи товаров на различных товарных специализированных или универсальных биржах через образованные брокерские конторы или брокерские места.

Оборот на внебиржевом рынке, в состав которого включают объем посреднических сделок, которые были составлены вне товарных бирж с отечественными или зарубежными участниками.

Оптовая реализация товаров осуществляется в разнообразных формах розничного товарооборота.

В зависимости от организационных форм продажи потребительских товаров подразделяется на товарооборот торговой сети, в составе которого выделяется:

– товарооборот розничной торговли, который осуществляется через специально организованную торговую сеть (магазины, киоски, палатки, аптеки, АЗС и т.д.);

– товарооборот предприятий общественного питания (столовые, кафе, бары, рестораны и т.д.).

– продажа вне торговой сети населению товаров собственного производства, закупленных «на стороне» или полученных по бартеру.

В зависимости от состава конечных потребителей выделяют такие формы розничного товарооборота как:

– продажи непосредственно населению;

– продажа товаров со специализированной торговой сети отдельным категориям организаций и предприятий в порядке мелкоопта.

В зависимости от формы денежных расчетов выделяют:

– реализация товара за наличные деньги или деньги, полученные непосредственно от покупателя или перечисленные из специальных расчетов вкладчиков (физических особ) по их поручению;

– расчетные чеки учреждений, банков;

– продажу товаров по безналичному расчету.

В зависимости от сроков расчета за реализованные товары в составе розничного товарооборота выделяют:

– продажа товаров с немедленной оплатой;

– продажа товаров в кредит с отсрочкой платежа на установленный термин или путем осуществления согласованных периодических платежей.

Независимо от времени оплаты денег розничный товарооборот определяется в ценах фактической реализации на момент продажи товаров покупателям.

В зависимости от характера реализованных товаров в составе товарооборота выделяют:

– продажа новых товаров;

– продажа товаров, которые были в использовании – скупленных у населения, принятых торговыми предприятиями от населения на комиссию.

При осуществлении закупки товаров у населения предприятия их оплачивают по согласованным ценам на момент передачи товаров или в согласованный термин. Товар, который скупается, переходит в собственность предприятия и реализуется предприятием от своего имени.

При принятии товаров на комиссию торговое предприятие исполняет услуги, относящиеся к их реализации за комиссионное вознаграждение (в процентах от цены товаров). В случае не реализации на протяжении 30 дней комиссионных товаров, они подлежат уценению или возвращению комитету с отчислениями торговому предприятию затрат за хранение непроданных товаров.

Состав отдельных форм и видов розничного товарооборота регламентируется инструкцией об учете розничного товарооборота и товарных запасов.

Важное значение для эффективного управления торговой фирмой играет анализ объема, динамики, скорости и структуры товарооборота предприятия.

Изучение существующих тенденций и возможностей предприятия, касающихся реализации товаров, определение факторов, которые позитивно и негативно влияют на объем товарооборота предприятия, определяются в процессе анализа объема и структуры товарооборота предприятия.

Проведение экономического анализа позволяет:

- изучить состояние выполнения планов товарооборота, ритмичность и сезонность реализации товаров в ретроспективному периоде;

- изучить состав товарооборота по формам, видам, методам продажи, ассортиментной структуре;

- выявить основные тенденции и закономерности в реализации товаров;

- проанализировать и количественно оценить влияние отдельных факторов на объем, состав и структуру товарооборота.

Анализ объема и структуры товарооборота предприятия может проводиться по следующей схеме:

«Определение общего объема товарооборота и анализ степени выполнения планов» ⇒ **«Анализ динамики общего объема товарооборота»** ⇒ **«Анализ товарно-групповой структуры товарооборота»** ⇒ **«Анализ состава товарооборота по его определенным видам»** ⇒ **«Анализ ритмичности и сезонности реализации товаров»** ⇒ **«Количественная оценка факторов, которая обуславливает изменение товарооборота»** ⇒ **«Анализ запаса финансовой прочности предприятия».**

Первый этап проведения анализа заключается в определении общего объема товарооборота предприятия за отчетный период и оценка степени выполнения плана товарооборота.

На этом этапе анализа определяют общий объем реализации товара и платных услуг в стоимостном размере, а по некоторым товарным группам и видам товаров – так же в натуральном размере.

Оценка степени выполнения плана товарооборота осуществляется путем оценки относительного и абсолютного размеров отклонения в связи с негативным влиянием факторов, которые не были учтены в процессе планирования. Изучение степени выполнения планов проводится не только для оценки качества планирования и степени профессионализма работников планово-экономических служб предприятия, а, прежде всего – с целью оценки изменчивости внешней среды предприятия и чувствительности к изменению объемов реализации товаров на данном предприятии.

Второй этап сводится к анализу динамики общего товарооборота на протяжении определенного аналитического периода (по-квартально, на протяжении года или за 2-5 лет).

Для исследования динамических изменений в объеме товарооборота предприятия строится сопоставимый динамический временной ряд изменения товарооборота. Приведение фактического товарооборота в сопоставимый вид осуществляют по площади торговой сети предприятия, длительности его работы, а так же по ценам реализации товаров.

Корректировка фактического товарооборота в связи с вводом (выбытием) торговой сети и изменениями в графике реализации товаров осуществляется методом прямого расчета.

Определение объема товарооборота, сопоставленного с ценами реализации $T_{с.п.}$, проводится по следующей известной формуле:

$$T_{с.п.} = \frac{T_{fi}}{I_{ци}}$$

где T_{fi} – фактический товарооборот за i -тый период ;

$I_{ци}$ – средний индекс изменения цен реализации товаров за i -тый период по сравнению с базовым.

Средний индекс изменения цен рассчитывается непосредственно предприятием с учетом структуры товарооборота и информации об изменении цен реализации на определенные товары. Использование для корректировки индекса инфляции за соответствующий период обычно является некорректным в связи с отличиями в структуре товарооборота определенного торгового предприятия.

На базе построенного динамического ряда сопоставимого товарооборота вычисляются абсолютные изменения в объеме реализации товаров, а так же темпы роста и прироста что касается предыдущего и базового периода.

Важное значение для планирования и управления имеет так же определение средних темпов изменения объема товарооборота (среднеквартальных или среднегодовых) по формуле среднегеометрической:

$$\bar{T} = \sqrt[n]{\frac{Y_k}{Y_0}}$$

где \bar{T} - среднегеометрический темп роста;

Y_k - конечный показатель динамического ряда;

Y_0 - начальный показатель динамического ряда

n – количество показателей в динамическом ряду.

Третий этап сводится к анализу товарно-групповой структуры товарооборота торгового предприятия за отчетный период и в динамике, определение закономерностей развития объема продаж по отдельным товарным группам (видами и разновидностями товаров).

На этом этапе аналитической работы изучаются темпы роста и прироста, абсолютный объем изменения объема товарооборота по отдельным товарным группам (видами и разновидностями товаров), определяется вес отдельных товарных групп (видов товаров) в общем объеме товарооборота предприятия. Использование в процессе проведения этой работы информации, приведенной в конъюнктурных рейтингах (изучение рынка соответствующих товаров) дает возможность определить объективные (изменение объема и структуры спроса, специализации предприятия, объемов и структуры товарного предложения, налогового регулирования) и субъективные (недочеты в организации закупок и продажи товаров, просчеты в планировании, недобросовестность персонала и др.) причины изменения ассортиментной структуры товарооборота предприятия и объема реализации товаров.

Изучение ассортиментной структуры товарооборота позволяет производить ранжирование товарных групп по степени их значимости (вклада) в общий товарооборот предприятия, а также количественно оценивать положительное или негативное влияние динамики реализации отдельных видов товаров на общий объем товарооборота предприятия и дальнейшие возможности его увеличения.

Четвертый этап – анализ состава товарооборота предприятия в зависимости от положения конечных потребителей, форм и сроков расчетов, характера реализуемых товаров, организационных форм и методов торговли.

Исследование состава товарооборота предприятием проводится за отчетный период и в динамике. Предвидит определение основных закономерностей отдельных видов товарооборота – реализацию товаров населению и мелкооптовым потребителям, с немедленной оплатой и в кредит, оплата наличными и по безналичному расчету, новых и бывших в употреблении товаров, в стационарной торговой сети и в пунктах мелкооптовой торговли и др.

Для проведения исследования рассчитывают и сопоставляют между собой объемы реализации товаров по отдельным видам товарооборота, темпам их роста и прироста, исследуют изменение их веса в общем объеме товарооборота.

Пятый этап сводится к проведению анализа объемов реализа-

ции товаров поквартально и помесечно, исследование ритмичности работы и сезонности реализации товаров и определение факторов, которые их обуславливают.

Для проведения анализа за отчетный период и в динамике рассчитывают показатели, которые характеризуют ритмичность реализации товаров: среднеквадратическое отклонение от среднего объема товарооборота (σ) и коэффициент вариации (v):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n}},$$

$$v = \frac{\sigma \times 100}{\bar{x}},$$

где x_i – товарооборота за i -тый период;

\bar{x} – средний объем товарооборотов за n периодов;

n – количество периодов исследования (месяцев, кварталов).

Среднеквадратическое отклонение определяет диапазон колебания реализации товаров, то есть минимальный и максимальный объем товарооборота предприятия в среднем за период исследования.

Коэффициент вариации оценивает равномерность реализации товаров на протяжении периода, который исследуется, то есть относительный (в %) размер отклонения объема товарооборота от среднего размера.

Исследования названных показателей дает возможность установить степень равномерности продажи товара по месяцам и кварталам, выявить особенности торговли и спроса на товары, которые реализует предприятие. Чем выше значение имеют показатели, тем не ритмичнее является процесс реализации товаров на данном предприятии.

Шестой этап – анализа разно оптового товарооборота является изучение факторов, которые имели влияние в отчетном периоде на его объем и структуру. С этой целью дается количественная оценка влияния факторов внутреннего порядка (факторов, связанных с товарными ресурсами; с численностью работников, организацией и продуктивностью работы; с использованием основных способов) исследуется характер влияния факторов внешней среды (спрос потребителей на товары, предложение товаров на рынки, цены на товары, деятельность конкурентов на потребительском рынке, уровень жизни и реальные денежные доходы населения, которые обслуживаются, социально-демографические факторы и др.)

Количественная оценка влияния отдельных факторов проводится методом цепных подстановок и индексным методом на базе моделей связи факторов и объема товарооборота предприятия.

Завершается анализ товарооборота предприятия седьмым этапом и сводится к исследованию запаса финансовой прочности предприятия, в ходе которого определяется возможное падение товарооборота (в абсолютном и относительном измерении) к достижению критической таблицы «точки безубыточности деятельности».

Допустимая граница снижения объема товарооборота характеризует порог безопасности предприятия ($ПБ_{\text{то}}$) и запас финансовой прочности ($ЗФП_{\text{то}}$). Их значения рассчитываются так:

$$ПБ_{\text{то}} = T_{\phi} - T_{\phi/3},$$

$$ЗФП_{\text{то}} = \frac{T_{\phi}}{T_{\phi/3}},$$

где T_{ϕ} – фактический объем товарооборота предприятием;

$T_{\phi/3}$ – объем товарооборота, при котором обеспечивается безубыточная деятельность.

Чем большее значение имеют порог безопасности и запас финансовой прочности предприятия, тем лучше осуществляется процесс управления объемом, составом, динамикой, скоростью и структурой товарооборота с точки зрения обеспечения условий для его самокупаемости и самофинансирования.

Таким образом, основная задача управления товарооборотом фирмы сводится к стабилизации показателей безопасности и финансовой прочности относительно пороговых их величины с минимальным значением соответственно 0 и 1. Наиболее подходящим способом решение этой задачи является построение нечетких алгоритмов регулирования показателей безопасности и финансовой прочности торгового предприятия. В этом случае на основе накопленного опыта поведения или на основе информации, получаемой от высококвалифицированных менеджеров и маркетологов, формируется продукционная модель изменения регулируемых параметров. Для этого регулируемым параметрам $ПБ_{\text{то}}$, $ЗФП_{\text{то}}$ в соответствие ставятся лингвистические переменные «уровень безопасности предприятия» с нечеткими значениями «очень низкий», «низкий», «средний», «высокий», «очень высокий» и «величина запаса финансовой прочности» с нечеткими значениями «очень малая величина», «малая», «средняя», «большая» и «очень большая». Учитывая также пропорциональную зависимость регулируемых параметров от объема товарооборота и динамику его изменения во времени, данному показателю в соответствие ставится лингвистическая переменная «скорость изменения товарооборота» с нечеткими значениями «очень малая скорость», «небольшая», «средняя», «большая» и «очень большая скорость». При этом скорость v изменения товарооборота на заданном интервале времени $t_2 - t_1$ будет определяться согласно выражению:

$$V = (T_{\phi}(t_2) - T_{\phi}(t_1)) / (t_2 - t_1),$$

где $T_{\phi}(t_2)$, $T_{\phi}(t_1)$ – соответственно товарообороты торгового предприятия в моменты времени t_2 и t_1 .

Тогда для выбора управленческих мероприятий будет использоваться нечеткий алгоритм, состоящий из продукций, например, следующего содержания «если уровень безопасности является средним, но требуется иметь большой уровень, а скорость изменения товарооборота средняя, то в этом случае необходимо реализовать мероприятия, приводящие с большой скоростью к увеличению товарооборота». Например, провести распродажу залежалого товара и завести новый товар, пользующийся повышенным спросом. Совокупность таких продукций охватывающих весь допустимый диапазон изменения регулируемых параметров и будет определять нечеткий алгоритм управления этими параметрами.

Литература:

1. Соломатин А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия. -М.: ИНФРА-М, 2000.
2. Абрютин М.С. Экономический анализ торговой деятельности. – М.: Дело и Сервис, 2000.