

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА РОЗНИЧНОГО ТОВАРОБОРОТА ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассматриваются основные угрозы и риски в торговле потребительской кооперации Республики Беларусь, даны предложения по совершенствованию инструментария анализа и прогнозирования розничного товарооборота с учетом воздействия факторов внешней среды.

The article considers the main threats and risks in the trade of consumer cooperatives of the Republic of Belarus. The proposals on the improvement of the analysis tools and forecasting retail turnover, subject to the impact of environmental factors, are given in the article.

Ключевые слова: розничный товароборот; угрозы; риски; торговля; потребительская кооперация.

Key words: retail trade turnover; threats; risks; trade; consumer cooperatives.

Введение

В условиях нестабильной экономики изменяются подходы к оценке и прогнозированию розничного товарооборота, прежде всего, к анализу первопричин (факторов) его изменения. На первое место выходят факторы внешней среды, которые не подвластны усилиям менеджеров, но влияние которых необходимо учитывать при разработке ассортиментной, ценовой и финансовой политики организации.

Традиционно, при анализе торговых процессов оценивают влияние ресурсов на изменение розничного товарооборота [1–3]. Однако, на наш взгляд, не объем продаж зависит от наличия и эффективности использования трудовых ресурсов, основных средств и товарных запасов, а именно товароборот определяет потребность в перечисленных ресурсах. К тому же показатели, характеризующие результативность использования активов и персонала, являются производными от объема продаж.

Доказательствами данного утверждения служат приведенные ниже аргументы.

При использовании традиционных мультипликативных факторных моделей и математического аппарата, увеличение ресурсов всегда даст прирост товарооборота. Следовательно, чем больше ресурсов, тем больше возможностей для роста объема продаж. Однако в реальной ситуации рост ресурсов не всегда обеспечивает прирост оборота, если отсутствует спрос на товары, и у населения нет средств и возможности их приобрести.

Возникает вопрос, следует ли положительно интерпретировать прирост товарооборота за счет увеличения ресурсов (экстенсивных факторов), стоимость которых постоянно растет, что приводит к повышению расходов и снижению прибыли. Приращение товарных запасов, численности персонала, остатков основных средств, торговых объектов и торговой площади может быть оправдано, если при этом обеспечивается прирост объема продаж. В обратной ситуации это свидетельствует о неэффективности менеджмента по управлению ресурсным комплексом (когда инвестируются средства в приобретение ресурсов, но не обеспечивается их отдача).

Нецелесообразность применения данных факторных моделей особенно возрастает при прогнозировании объема продаж, когда прогноз строится на зависимости розничного товарооборота от ресурсов субъекта хозяйствования.

На наш взгляд, основными факторами, определяющими размер и состав розничного товарооборота, являются факторы внешней среды, которые в условиях неопределенности и кризисных явлений в экономике являются основополагающими. К ним мы относим следующие:

- Доходы и возрастная структура населения (соотношение между потребителями в возрасте до 60 лет и старше 60 лет). Сокращение реально располагаемых доходов населения и его «старение» приводит к уменьшению уровня потребления товаров (особенно непродовольственных товарных групп).

- Индексы потребительских цен и тарифов на услуги, рост которых приводит к изменению структуры потребительских расходов, уменьшению спроса на товары и розничного товарооборота.

- Численность населения. Естественная убыль населения в сельской местности, внутренняя миграция и уровень концентрации торговых объектов потребительской кооперации в сельской местности оказывают негативное воздействие на сокращение розничного товарооборота в кооперативной торговле.

- Уровень благосостояния населения (наличие собственного жилья, автотранспортных средств, земельных участков) и склонность его к накоплению оказывают существенное влияние на средний размер торгового чека, структуру потребления и розничного товарооборота.

- Наличие конкурентной среды. Агрессивная стратегия конкурентов на потребительском рынке влияет на ассортиментную и ценовую политику более слабых игроков, диктует условия развития их торговой сети, определяет взаимоотношения с поставщиками товаров.

- Макроэкономическая ситуация в реальном секторе экономики. Стагнация в экономике воздействует на инвестиционную политику организации, что проявляется в сокращении инвестиций в основной капитал, закрытии нерентабельных торговых объектов, продаже неиспользуемых основных средств и уменьшении торговой площади.

При определении уровня зависимости розничного товарооборота от факторов внешней среды предлагаем рассчитывать коэффициенты эластичности (зависимости) товарооборота от индекса потребительских цен, темпов роста доходов и численности населения.

Апробация данных показателей за 2016 год по системе потребительской кооперации (таблица 1) показала, что при росте потребительских цен на 1% физический объем продаж сокращался на 1,4%; при падении реально располагаемых доходов на душу населения на 1% розничный товарооборот уменьшался на 2,3%; при уменьшении численности населения в сельской местности на 1% снижение товарооборота составляло 14,6%. Следовательно, наибольшая зависимость физического объема продаж наблюдалась от изменения численности населения в сельских регионах.

Значимость данных показателей особенно важна при прогнозировании объема продаж, обосновании перспектив развития торговой отрасли потребительской кооперации, которая ежегодно теряет свои позиции на потребительском рынке Республики Беларусь. Если в 2010 году ее доля в розничном товарообороте страны составляла 12,2%, то в 2016 году – 7,1%. Долевое участие потребительской кооперации в формировании розничного товарооборота в сельских населенных пунктах за данный период уменьшилась с 44,2% до 28,8%.

Таблица 1 – Динамика розничного товарооборота и факторов, его определяющих, %

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Темп роста реально располагаемых доходов населения	121,5	116,3	100,9	94,1	93,1
Темп роста численности населения в сельской местности	97,9	97,8	98,3	98,7	98,9
Индекс потребительских цен	159,2	118,3	118,1	113,5	111,8
Индекс физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации в сопоставимых ценах	104,4	103,8	97,3	93,0	83,9

Для оценки уровня развития и угроз торговой отрасли потребительской кооперации можно предложить следующие показатели, цифровые значения которых рассчитаны на основе данных Национального статистического комитета Республики Беларусь:

- Разрыв между темпами роста физического объема реализации товаров по Республике Беларусь и физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации (в 2016 году составил 11,9%) (таблица 2).

Таблица 2 – Динамика розничного товарооборота Республики Беларусь в сопоставимых ценах, %

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
------------	----------	----------	----------	----------	----------

Индекс физического объема розничного товарооборота Республики Беларусь в сопоставимых ценах	114,1	118,0	106,0	98,7	95,8
Индекс физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации в сопоставимых ценах	104,4	103,8	97,3	93,0	83,9
Разрыв в индексах физического объема розничного товарооборота	9,7	14,2	8,7	5,7	11,9

• Разрыв между удельным весом реализации непродовольственных товаров по стране и долей продаж данных товарных групп в розничной торговле потребительской кооперации (в 2016 году составил 37,1%), что приводит к потерям товарооборота и суммы валовой прибыли (таблица 3).

Таблица 3 – Динамика удельного веса непродовольственных товаров в розничном товарообороте торговой отрасли Республики Беларусь и потребительской кооперации

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Удельный вес объема непродовольственных товаров в розничном товарообороте Республики Беларусь	51,5	52,0	50,7	49,8	49,0
Удельный вес реализации непродовольственных товаров в розничном товарообороте потребительской кооперации	17,8	17,1	14,9	13,5	11,9
Разрыв удельного веса реализации непродовольственных товаров в розничном товарообороте Республики Беларусь и потребительской кооперации, %	33,7	34,9	35,8	36,3	37,1

• Разрыв между удельным весом реализованных непродовольственных товаров и уровнем их потребления в сельской местности свидетельствует о том, что население приобретает данные товары в других торговых системах. В 2016 году в структуре потребительских расходов доля потребления непродовольственных товаров в сельской местности составляла 32,5%, а их удельный их вес в розничном товарообороте потребительской кооперации – 11,9% (таблица 4).

• Разрыв между индексом потребительских цен и темпом роста физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации свидетельствует о сокращении уровня потребления и снижении покупательской активности населения. В 2016 году цены на потребительские товары увеличились в среднем на 11,8%, а физический объем продаж уменьшился на 4,2% (таблица 5).

Таблица 4 – Динамика удельного веса реализации непродовольственных товаров в потребительской кооперации и уровня их потребления в сельских населенных пунктах

Показатели	2014 год	2015 год	2016 год
Удельный вес реализованных непродовольственных товаров в розничном товарообороте потребительской кооперации	14,9	13,5	11,9
Удельный вес потребительских расходов на непродовольственные товары в сельских населенных пунктах	35,9	34,3	32,5
Разрыв между удельным весом реализации непродовольственных товаров в потребительской кооперации и уровнем их потребления в сельской местности	-21,0	-20,8	-20,6

Таблица 5 – Динамика индексов потребительских цен и розничного товарооборота в сопоставимых ценах

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Индекс потребительских цен	159,2	118,3	118,1	113,5	111,8
Индекс физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации в сопоставимых ценах	104,4	103,8	97,3	93,0	83,9
Разрыв в индексах потребительских цен и физического объема розничного товарооборота потребительской кооперации	54,8	14,5	20,8	20,5	27,9

• Разрыв между уровнями малообеспеченности населения в городах и сельских населенных пунктах (в 2016 году составлял 5,8%). При этом степень концентрации торговых объектов

потребительской кооперации в сельской местности за последний отчетный год составила 65,9% (таблица 6). Следовательно, ориентация системы потребительской кооперации только на реализацию товаров в сельских регионах приведет к дальнейшему падению объемов продаж.

Таблица 6 – Динамика уровня малообеспеченности населения и уровня концентрации торговых объектов потребительской кооперации в сельской местности, %

Показатели	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год
Уровень малообеспеченности населения в городах и поселках городского типа	5,2	4,2	3,7	3,9	4,2
Уровень малообеспеченности населения в сельских населенных пунктах	9,4	9,0	7,9	8,7	10,0
Разрыв в уровнях малообеспеченности населения в городах и сельских населенных пунктах	-4,2	-4,8	-4,2	-4,8	-5,8
Уровень концентрации торговых объектов потребительской кооперации в сельской местности	69,3	68,6	67,0	66,1	65,9

При прогнозировании розничного товарооборота и потребности в ресурсах целесообразно предусмотреть несколько сценариев обоснования объема продаж:

- Розничный товароборот находится в точке безубыточности, при которой сумма валовой прибыли позволит покрыть сумму расходов на реализацию товаров и управленческих расходов (отношение суммы условно-постоянных расходов на реализацию товаров и управленческих расходов к уровню маржинального дохода, умноженного на 100%).

- Сумма розничного товарооборота, при котором обеспечивается покрытие не только расходов на реализацию и управление, но и процентов за кредит (при условии, если организация планирует привлекать кредитные ресурсы для приобретения товарных запасов). Определяется как отношение суммы условно-постоянных расходов на реализацию товаров, управленческих расходов и расходов по оплате процентов за кредит к уровню маржинального дохода, умноженного на 100%.

- Максимально возможный размер розничного товарооборота, при котором организация способна не только покрыть вышеперечисленные расходы, включая проценты за кредит, но и получить прибыль от реализации товаров (отношение суммы условно-постоянных расходов на реализацию товаров, управленческих расходов, процентов за кредит и планируемой прибыли от реализации товаров к уровню маржинального дохода, умноженного на 100%).

Заключение

Предлагаемые направления совершенствования инструментария анализа розничного товарооборота позволяют объективно оценить уровень развития и конкурентоспособность торговой отрасли потребительской кооперации, выявить ее неиспользованные возможности и угрозы, учитывать воздействия факторов внешней среды при обосновании стратегии развития.

Список использованных источников

1. **Абрютина, М. С.** Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности : учеб. пособие / М. С. Абрютина. – М. : Дело и Сервис, 2010. – 464 с.

2. **Коробкин, А. З.** Экономика организации отрасли : учеб. пособие для вузов / А. З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. – 288 с.

3. **Экономика** торговли : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Н. С. Шелега, Р. П. Валевиц. – Минск : Выш. шк., 2012. – 559 с.

Получено 05.12.2017.