

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье представлен подход к оценке эффективности использования розничной торговой сети организации через оценку показателей ее торговой деятельности, определен резерв роста розничного товарооборота организации при достижении областного уровня показателей эффективности использования ее торговой площади.

The article presents an approach to assessing the effectiveness of the retail network of the organization through the assessment of indicators of its trading activity, the reserve of growth of retail turnover of the organization in achieving the regional level of the indicator of efficiency of its retail space.

Ключевые слова: розничная торговая сеть; эффективность; показатель; организация; управление.

Key words: retail network; efficiency; indicator; organization; management.

Оценка эффективности использования розничной торговой сети организаций должна проводиться наряду с систематическим контролем выполнения планов основных показателей их финансово-хозяйственной деятельности. К показателям эффективности использования розничной торговой сети относятся объем розничного товарооборота (в действующих и сопоставимых ценах), прибыли на один магазин и на 1 м² торговой площади. Показатели эффективности использования розничной торговой сети приведены на примере условной торговой организации в таблице 1.

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что в 2018 г. по сравнению с 2017 г. розничный товарооборот исследуемой торговой организации на один магазин в действующих ценах увеличился на 3,33%, а в сопоставимых ценах снизился на 1,95%. За весь анализируемый период (2016–2018 гг.) данный показатель в действующих ценах увеличился на 9,47%, а в сопоставимых ценах снизился на 6,58%.

Таблица 1 – Эффективность использования розничной торговой сети Республики Беларусь за 2016–2018 гг.

Показатель	2016	2017	2018	Темп роста, %, или отклонение (+; -)		
				2017 г. к (от) 2016 г.	2018 г. к (от) 2017 г.	2018 г. к (от) 2016 г.
Розничный товарооборот, тыс. р.:						
в действующих ценах	13 178	12 964	13 138	98,38	101,34	99,70
в сопоставимых ценах	13 178	11 785	11 332	89,43	96,16	85,99
Количество магазинов, ед.	56	52	51	92,86	98,08	91,07
Численность обслуживаемого населения, тыс. чел.:						
всего	7 810	6 957	6 420	89,08	92,28	82,20
в среднем на 1 магазин	139	134	126	96,40	94,03	90,65
Торговая площадь, м ²						
на 1 000 жителей	816	866	881	106,13	101,73	107,97
на 1 магазин	114	116	111	101,75	95,69	97,37
Розничный товарооборот на 1 магазин, тыс. р.:						
в действующих ценах	235,32	249,31	257,61	105,95	103,33	109,47
в сопоставимых ценах	235,32	226,63	222,20	96,31	98,05	94,42
Розничный товарооборот на 1 м ² торговой площади:						
в действующих ценах	2,07	2,15	2,32	103,86	107,91	112,08
в сопоставимых ценах	2,07	1,96	2,00	94,69	102,04	96,62

Окончание таблицы 1

Показатель	2016	2017	2018	Темп роста, %, или отклонение (+; -)		
				2017 г. к (от) 2016 г.	2018 г. к (от) 2017 г.	2018 г. к (от) 2016 г.
Прибыль от реализации по торговой деятельности, тыс. р.:						
всего	205	155	90	75,61	58,06	43,90
на 1 магазин	3,661	2,981	1,765	81,43	59,21	48,21
на 1 м ² торговой площади	0,032	0,026	0,016	81,25	61,54	50,00
Примечание – Источник: составлено авторами по данным организации.						

По состоянию на 1 января 2018 г. обеспеченность населения торговыми площадями на 1 000 человек в Республике Беларусь составила 710,83 м² [1], а в исследуемой нами организации – 881 м². Причем данный показатель имеет тенденцию роста.

Торговая площадь на один магазин исследуемой организации составляет в 2018 г. 111 м². Доля магазинов с торговой площадью от 100 до 300 м² в общем количестве магазинов Республики Беларусь составляет 21,95%, а доля в их суммарной площади – 29,08% [1].

Наблюдается также увеличение объема розничного товарооборота на 1 м² торговой площади. В 2018 г. по сравнению с 2017 г. данный показатель увеличился в действующих ценах на 7,91%, в сопоставимых – на 2,04%. В 2018 г. по сравнению с 2016 г. объем розничного товарооборота на 1 м² торговой площади увеличился на 12,08% в действующих ценах, а в сопоставимых ценах снизился на 3,38%.

В анализируемом периоде произошло снижение прибыльности розничной торговой сети. Сумма прибыли на один магазин в 2017 г. по сравнению с 2016 г. снизилась на 51,79%, на 1 м² торговой площади на 38,46%. В целом за анализируемый период сумма прибыли на один магазин уменьшилась на 51,79%, на 1 м² торговой площади на 50%.

Таким образом, можно дать однозначную оценку снижения эффективности использования розничной торговой сети торговой организации в анализируемом периоде, так как все исследуемые показатели снизились.

Оценка эффективности использования розничной торговой сети организации торговли предполагает сравнение показателей эффективности ее использования с показателями торговых организаций района и области (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели эффективности использования розничной торговой сети исследуемой торговой организации с торговыми организациями района и области за 2018 г.

Показатель	Исследуемая торговая организация	Торговые организации района	Торговые организации области	Отклонение показателя исследуемой организации от показателей торговых организаций	
				района	области
Розничный товароборот на 1 магазин, тыс. р.	257,61	276,8	280,40	-19,19	-22,79
Розничный товароборот на 1 м ² торговой площади	2,32	3,15	2,46	-0,83	-0,14
Прибыль от реализации товаров на 1 магазин, тыс. р.	1,765	2,132	2,21	-0,37	-0,45
Прибыль от реализации товаров на 1 м ² , тыс. р.	0,016	0,26	0,29	-0,24	-0,27
Примечание – Источник: составлено автором по данным организации.					

Из данных таблицы видно, что в 2018 г. основные показатели эффективности использования розничной торговой сети исследуемой торговой организации были ниже, чем показатели торговых организаций области и района. То есть, розничная торговая сеть исследуемой торговой организации используется менее эффективно, чем в целом по району и области.

Рассчитаем влияние изменения количества магазинов и их торговой площади на объем розничного товарооборота на один магазин и на 1 м² торговой площади организации (таблицы 3, 4).

Таблица 3 – Влияние изменения количества магазинов на объем розничного товарооборота на один магазин по исследуемой организации за 2017–2018 гг. (в сопоставимых ценах)

Показатель	2017	2018	Скорректированный показатель	Отклонение (+; –)		
				всего	в том числе за счет влияния	
					количества магазинов	розничного товарооборота
Розничный товароборот, тыс. р.	12 964	12 464,9	12 964	-499,1	–	–
Количество магазинов, ед.	52	51	51	-1	–	–
Розничный товароборот на 1 магазин, тыс. р.	249	244	254	-5	5	-10
Примечание – Источник: составлено авторами.						

Из данных таблицы 3 видно, что в 2018 г. по сравнению с 2017 г. объем розничного товарооборота на один магазин в сопоставимых ценах снизился на 5 тыс. р. В том числе за счет снижения розничного товарооборота в сопоставимых ценах на 499,1 тыс. р. исследуемый показатель снизился на 10 тыс. р. За счет снижения количества магазинов на 1 единицу товарооборот на 1 магазин увеличился на 5 тыс. р.

Таблица 4 – Влияние изменения торговой площади на объем розничного товарооборота на 1 м² торговой площади по исследуемой организации за 2017–2018 гг. (в сопоставимых ценах)

Показатель	2017	2018	Скорректированный показатель	Отклонение (+; –)		
				всего	в том числе за счет влияния	
					торговой площади	розничного товарооборота
Розничный товароборот, тыс. р.	12 964	12 464,9	12 964	-499,1	–	–
Торговая площадь, м ²	6 023	5 654	5 654	-369	–	–
Розничный товароборот на 1 м ² , тыс. р.	2,152	2,205	2,293	0,053	0,141	-0,088
Примечание – Источник: составлено авторами.						

Из данных таблицы 4 видно, что в 2018 г. по сравнению с 2017 г. объем розничного товарооборота на 1 м² торговой площади в сопоставимых ценах увеличился на 0,053 тыс. р. В том числе за счет сокращения торговой площади на 369 м² объем розничного товарооборота на 1 м² увеличился на 0,141 тыс. р., а за счет снижения розничного товарооборота на 499,1 тыс. р. исследуемый показатель снизился на 0,088 тыс. р.

Для более объективной оценки эффективности использования розничной торговой сети исследуемой организации рассчитан размер влияния ее изменения на результаты деятельности торговой организации (таблица 5).

Таблица 5 – Влияние факторов, связанных с эффективностью использования розничной торговой сети исследуемой организации, на объем розничного товарооборота за 2017–2018 гг. (в сопоставимых ценах)

Показатель	2017	2018	Отклонение (+; –)			
			всего	в том числе за счет изменения		
				количества магазинов	торговой площади на один магазин	товарооборота на 1 м ² торговой площади
Розничный товароборот, тыс. р.	12 964	12 464,9	-499,1	-249,3	-544,9	295,1
Количество магазинов, ед.	52	51	-1	–	–	–
Общая торговая площадь, всего, м ²	6 023	5 654	-369	–	–	–
В том числе на один магазин, м ²	115,827	110,863	-4,964	–	–	–
Товарооборот на 1 м ² торговой площади, тыс. р.	2,1524	2,2046	0,0522	–	–	–
Примечание – Источник: составлено авторами.						

Данные таблицы 5 свидетельствуют о том, что в 2018 г. по сравнению с 2017 г. розничный товароборот в сопоставимых ценах снизился на 499,1 тыс. р., в том числе сокращение торговой сети на один магазин привело к уменьшению розничного товарооборота на 249,3 тыс. р.; уменьшение средней торговой площади на один магазин на 4,964 м² привело к падению роз-

ничного товарооборота на 544,9 тыс. р.; увеличение розничного товарооборота на 1 м² торговой площади на 0,0522 тыс. р. привело к увеличению общего объема розничного товарооборота на 295,1 тыс. р.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

В целом экономическое состояние исследуемой организации можно охарактеризовать как ухудшающееся, так как размер прибыли, получаемой от реализации товаров, за анализируемый период имеет тенденцию снижения, в том числе на один магазин и на один квадратный метр торговой площади.

Причинами, способствующими таким изменениям, являются следующие: снижение объемов деятельности организации в сопоставимых ценах, а, следовательно, снижение эффективности использования розничной торговой сети организации в 2016–2018 гг.; низкая плотность обслуживаемого населения; низкий уровень доходов сельского населения, приобретающего преимущественно товары первой необходимости. Проведенный анализ показал, что из всей розничной торговой сети исследуемой организации примерно 63% магазинов и 46% торговых площадей расположены в сельской местности.

Как мы отмечали ранее, областной показатель размера розничного товарооборота на 1 м² торговой площади организаций в 2018 г. составил 2,46 тыс. р. (см. таблицу 2), а в исследуемой организации – 2,32 тыс. р. (см. таблицу 1). Это свидетельствует о том, что данный показатель по исследуемой организации ниже среднеобластного показателя. Его рост может явиться дополнительным резервом повышения эффективности использования розничной торговой сети организации.

Рассчитаем резерв роста розничного товарооборота исследуемой организации по достижению ею областного значения розничного товарооборота на 1 м² торговой площади (таблица 6).

Таблица 6 – Резерв роста розничного товарооборота исследуемой организации при достижении показателя эффективности использования торговой площади на уровне областного значения в 2018 г.

Показатель	Значение показателя
Розничный товарооборот на 1 м ² торговой площади исследуемой организации, тыс. р.	2,32
Розничный товарооборот на 1 м ² торговой площади в среднем по области, тыс. р.	2,46
Торговая площадь магазинов исследуемой организации, м ²	5 654
Розничный товарооборот исследуемой организации фактический, тыс. р.	13 138
Розничный товарооборот исследуемой организации при эффективности использования торговой площади на уровне организаций области, тыс. р.	13 909
Прирост розничного товарооборота, тыс. р.	771
Прирост розничного товарооборота, %	5,9
Примечание – Источник: составлено авторами.	

То есть, в случае достижения исследуемой организацией областного значения показателя розничного товарооборота на 1 м² торговой площади, объем розничного товарооборота исследуемой организации в 2018 г. мог быть выше фактического значения на 771 тыс. р., или 5,9%. Однако при этом известно, что возможности увеличения объема товарооборота заключаются также в расширении ассортимента товаров, внедрении активных форм торговли через ярмарки и выставки, оказании населению дополнительных услуг, активном изучении и формировании покупательского спроса, повышении культуры обслуживания покупателей и других мероприятий.

Список использованной литературы

1. МАРТ подвел итоги развития ритейла в Беларуси за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://belretail.by/article/mart-podvel-itogi-razvitiya-riteyla-v-belarusi-za-god>. – Дата доступа : 11.06.2019.