

АЛГОРИТМ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ТОВАРООБОРОТА

*Н.Н. Скриба,
канд. экон. наук, доцент*

Одним из показателей оценки уровня жизни людей выступает уровень потребления, который всецело определяется производством, денежными доходами, торговлей и воплощен при определенных допущениях в товарообороте. Знание того, какие параметры экономической среды, с какой силой и направленностью влияют на формирование объема и структуры реализации товаров открывает широкие возможности целенаправленного и активного (опережающего) управления процессами его дальнейшего развития. В этой связи трудно переоценить значение факторного анализа товарооборота как главной предпосылки его экономического обоснования и на уровне отдельных коммерческих организаций, и на уровне отрасли в целом.

Между тем на практике анализ товарооборота по сей день ограничивается отслеживанием динамики его развития, расчетом показателей, отражающих его состав и структуру, а также оценкой отдельных индексов и коэффициентов, на основе которых делаются попытки диагностики тенденций развития. Как правило, такой анализ представляет собой несистемные сопоставления многочисленных величин, которые расплывают внимание пользователя. Кроме того, в нем практически отсутствует управленческий аспект — нет увязки динамики товарооборота с возможностями обеспечения прибыльности и устойчивого развития в перспективе.

В условиях рыночной экономики факторный анализ товарооборота необходимо строить с точки зрения системного подхода к анализу деятельности торговой организации и отрасли в целом. Главная его ценность состоит в построении логико-методологической модели, соответствующей внутренним связям показателей и факторов, что открывает широкие возможности для применения компьютерной техники и математических методов [1]. Сначала проводится предварительная оценка торгово-хозяйственной деятельности по системе важнейших синтетических агрегированных показателей (объему товарооборота, сумме и уровню валовых доходов, издержек обращения, прибыли и т.д.), затем глубоко анализируются факторы и причины, определяющие эти показатели, выявляются внутрихозяйственные резервы. На основе такого анализа дается обобщающая харак-

теристика деятельности, проверяются внутренние возможности и их соответствие требованиям, предъявляемым целевыми установками. Таким образом прослеживаются взаимосвязи товарооборота со всеми целевыми ориентирами и другими агрегированными показателями деятельности (доходами, затратами, прибылью), а также оцениваются факторы, оказывающие на развитие товарооборота не только прямое, но и опосредованное через другие величины воздействие.

Важное значение в факторном анализе товарооборота отводится оценке степени влияния на достижение полученного результата факторов, характеризующих ресурсный потенциал организации и отрасли в целом. Как известно, использование ресурсов может носить экстенсивный и интенсивный характер [1]. При этом для любой организации и общества в целом не безразлично, какие факторы в большей степени повлияли на развитие товарооборота в прошлом и, соответственно, существуют ли резервы его дальнейшего наращивания на основе интенсификации торгового процесса.

Основой для формирования интенсивного типа ведения торгово-хозяйственной деятельности и наращивания объемов реализации на преимущественно интенсивной основе может стать отслеживание в рамках факторного анализа товарооборота соблюдения нескольких видов динамических нормативов:

$$\begin{aligned} I_T &> I_{ФТ} > I_{ФЗП} > I_{ЧР}; \\ I_{ПТ} &> I_{ЭОП} > I_{ФО} > I_{ФВ}; \\ I_{РО} &> I_P, \end{aligned}$$

где I — индекс соотношения фактических и базовых показателей, характеризующих: T — объем розничного товарооборота; $ФТ$ — фонды торговли (основные и нормируемые оборотные средства); $ФЗП$ — фонд заработной платы; $ЧР$ — численность работников; $ПТ$ — производительность труда; $ЭОП$ — эффективность оплаты труда; $ФО$ — фондоотдачу; $ФВ$ — фондовооруженность; $РО$ — ресурсоотдачу; P — ресурсы торговой организации [2].

Методика факторного анализа товарооборота как составной части комплексного экономического анализа торгово-хозяйственной деятельности содержит следующие основные элементы: определение целей и задач анализа; отбор совокупности показателей для достижения целей и задач; построение схемы и последовательности проведения анализа; периодичность и сроки проведения анализа; способы получения информации и ее обработки; методы анализа информации; перечень организационных этапов проведения анализа и распределения обязанностей между исполнителями; систему технического обеспечения анализа; порядок оформления результатов анализа и их оценку. С точки

зрения целевого подхода, т.е. оценки достижения или степени приближения к поставленным целям, факторный анализ товарооборота может быть ретроспективным и перспективным [1].

В условиях постоянно меняющейся, высоко динамичной рыночной среды исходный принцип, заложенный в основу проведения ретроспективного анализа («из прошлого — в настоящее»), не способен обеспечить учета всех факторов, определяющих формирование товарооборота в данный момент времени и, тем более, в будущем. Существенно снизить этот недостаток ретроспективного анализа способен перспективный стратегический анализ, который предполагает изучение факторов товарооборота в направлении «из будущего — в настоящее», т.е. позволяет определить и оценить возможное воздействие тех из них, которые будут оказывать преимущественное влияние на формирование товарооборота в перспективе.

Стратегический анализ товарооборота на уровне отрасли непосредственно связан с прогнозом (научным предвидением) конъюнктуры товарных рынков и спроса потребителей (рис. 1). Предметом вероятного прогнозирования в данном случае является множество факторов внешней среды, оказывающих воздействие на его структуру и объем, динамику в настоящем и обозримом будущем: численность и состав населения, динамика доходов и сбережений, структура и объемы движения товаров на рынке, коммерческие условия реализации продукции, структура и насыщенность рынка отечественными продуктами, возможности развития производства, темпы инфляции, состояние товарных запасов, динамика цен и качества товаров, динамика и структура экспорта-импорта товаров и т.д. В конечном счете исследование и учет этих факторов направлены на выявление взаимосвязей и взаимозависимостей между основными элементами потребительского рынка (спросом, предложением, ценой), анализ их причинно-следственных связей, поиск механизмов, обеспечивающих их сбалансированность.

В основе формирования таких механизмов лежит модель стратегического регулирования товарооборота, которая способствует выработке оптимальных пропорций развития основных параметров рынка посредством соблюдения следующих соотношений индексов:

$$I_{\text{ТР}} > I_{\text{T}} > I_{\text{З}} > I_{\text{С}},$$

где I — индексы прогнозируемых и базисных показателей, характеризующих: ТР — товарные ресурсы; З — объем нормативных товарных запасов (в стоимостном выражении); С — объем спроса населения [2].

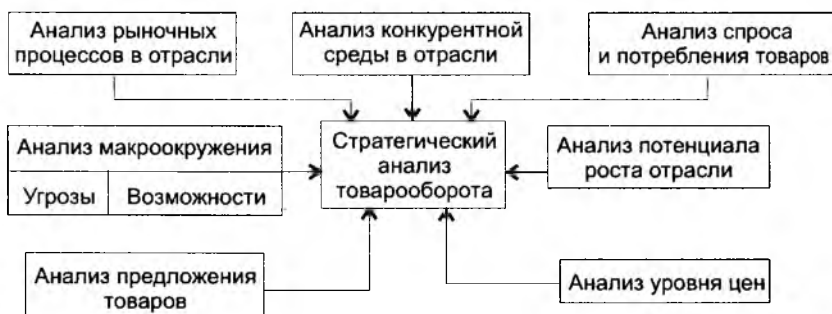


Рис. 1. Схема проведения стратегического анализа товарооборота на отраслевом уровне

Факторный анализ товарооборота, проводимый в рамках разработки, корректировки и отслеживания стратегического плана его развития на уровне торговой организации предусматривает прежде всего оценку сильных и слабых сторон организации относительно возможностей наращивания объемов реализации; анализ ее «товарного портфеля»; определение факторов риска в достижении заданных объемов реализации (рис. 2).



Рис. 2. Анализ перспектив развития товарооборота организации

Оценка сильных и слабых сторон организации связана с определением возможностей ее внутреннего потенциала и уровн

конкурентоспособности 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. Его основным преимуществом является то обстоятельство, что компоненты силы и слабости организации, характеристики ее внешней и внутренней среды, ограничения и возможности рассматриваются не изолированно, а во взаимосвязи и взаимозависимости друг с другом [3]. Однако следует иметь в виду, что однажды выявленные возможности и ограничения 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 постоянно, чтобы на основе полученных результатов своевременно вносить изменения в направления своей деятельности.

Анализ «товарного портфеля» организации предусматривает исследование всех реализуемых ею ассортиментных групп товаров (а также представляющих их структурных подразделений — отделов, секций, складов) прежде всего на предмет издержкостоемкости, рентабельности и перспективности их дальнейшей реализации с учетом общей стратегии деятельности, прогнозов спроса, развития рынков и жизненных циклов отдельных товаров. Успех в коммерческой деятельности в значительной степени зависит от обоснованного формирования торгового ассортимента, соответствующего требованиям покупателей. Общий размер выручки складывается из продажи отдельных товаров, а их соотношение зависит от социально-экономических факторов, влияющих на спрос населения. Управление торговыми процессами требует не только изучения товарного состава товарооборота, но и постоянного отслеживания структурных сдвигов, сезонных и других циклических колебаний соотношений в продаже отдельных товаров. Общеизвестно, что в магазинах примерно 20—30 % ассортиментных групп приносят 80 % оборота [4]. В этой связи необходимо наиболее тщательно изучать состояние торговли этими товарами, оценивать, на какой стадии жизненного цикла они находятся, систематически принимать меры по очищению и обновлению ассортимента.

В идеале обобщенная модель «товарного портфеля», обеспечивающая организации сбалансированность розничного товарооборота, издержкостоемкости и прибыльности реализации, может быть представлена в следующем виде:

$$I_{\text{ЧП}} > I_{\text{БП}} > I_{\text{ВД}} > I_{\text{Т}},$$

где I — индекс соотношения фактических и базисных показателей по: ЧП — чистой прибыли; БП — балансовой прибыли; ВД — валовым доходам [2].

Таким образом, анализ «товарного портфеля» позволяет обеспечить обратную связь объема товарооборота с прибыльностью торговой деятельности, провести обоснованную диверсификацию товарного ассортимента и сегментов рынка, сформировать оптимальную структуру товарооборота, удовлетворяющую требованиям покупателя и отвечающую интересам самой торговой организации, проводить на рынке эффективную ассортиментную политику и договорную работу.

Важной составляющей стратегического анализа товарооборота является оценка факторов риска, способных существенно изменить рыночные позиции организации и тем самым повлиять на достижение ею прогнозируемых параметров реализации. Неопределенность развития рыночных процессов, мощные потоки разнообразной и разнонаправленной информации, многовариантность возможного поведения партнеров по бизнесу формируют обширный портфель рисков торговой деятельности. Выяснение их возможных причин и источников преследует цель прежде всего разработки системы превентивных мер, направленных на предупреждение возможного падения объемов реализации организации в будущем или снижение негативных последствий этого падения для дальнейшей деятельности организации. В целях оперативного маневрирования ресурсами для достижения заданных ориентиров и отслеживания уровня риска торговой деятельности может быть использована оценка соотношения фактических объемов реализации с их критической величиной, называемой точкой безубыточности [3].

Приведенная выше содержательная сторона факторного анализа товарооборота на практике реализуется путем использования множества процедур, приемов и способов качественного и количественного характера. Поэтому с точки зрения привлекаемых для проведения комплексной оценки средств и методов факторный анализ товарооборота можно условно разделить на качественный и количественный.

Основными задачами качественной составляющей факторного анализа являются определение факторов внешней и внутрен-

ней среды, оказывающих влияние на динамику товарооборота, в их системном единстве, исследование значимости факторов, их разделение на факторы прямого и косвенного воздействия, экономическая интерпретация характера влияния факторов, а также содержательная оценка результатов факторного анализа. Достижение этих задач, как правило, происходит в форме субъективной оценки различных экономических процессов и явлений и основано на применении широкого спектра гипотетико-дедуктивных и индуктивных методов исследования, разнообразных логических приемов анализа. Огромное значение в данном случае приобретает высокий профессиональный уровень специалиста (знания + опыт работы на данных сегментах рынка).

Количественный анализ, проводимый в рамках факторного анализа товарооборота, призван определить размер влияния формализуемых (прямых и количественно измеримых) факторов посредством установления формулы связи или формы зависимости между товарооборотом и этими факторами, оценить роль отдельных факторов в изменении товарооборота на рассматриваемом интервале времени. В основе таких оценок лежит детерминированная и стохастическая постановка задач факторного анализа [1].

В детерминированных системах связь между изучаемыми факторами и товарооборотом выражается посредством конкретной формулы. Меру влияния каждого фактора в пределах одной формальной связи оценивают с помощью метода цепных подстановок. Между тем следует учитывать, что такая оценка производится при условии абстрагирования от всех прочих, не входящих в данную формулу взаимосвязи, факторов. Поэтому алгебраическая сумма размера влияния всех рассматриваемых в пределах каждой формулы факторов будет обязательно соответствовать размеру отклонения фактического размера товарооборота от базового (небольшое несоответствие может быть вызвано лишь погрешностью расчетов). Следовательно, детерминированные системы могут быть использованы лишь для установления сравнительной важности отдельных факторов, их весовости в формировании динамики товарооборота, а также характера влияния. С экономической точки зрения гораздо более содержательным в данном случае выглядит не абсолютный размер влияния, а его доля в общей сумме прироста товарооборота, учитывая при этом интенсивный или экстенсивный характер входящего в систему фактора.

На практике детерминированные модели используют главным образом, проводя факторный анализ товарооборота по об-

цему объему, не углубляясь в специфику реализации отдельных товарных групп. Однако различные группы товаров характеризуются разной трудоемкостью и фондоемкостью реализации. С этих позиций качество и практическая значимость оценок, проведенных на основе агрегированных объемных величин, выглядят достаточно сомнительными.

Основной недостаток жестко заданных детерминированных систем анализа товарооборота состоит в неучете того обстоятельства, что на его размер одновременно влияет большое количество факторов, никак не учтенных в исследуемой формуле связи. Кроме того, как и для большинства экономических показателей, изменения этих факторов приводит к изменению товарооборота не сразу, а спустя некоторое время, что проявляется в свойстве его инерционности. В этой связи возникает необходимость оценки возможных направлений и размеров изменения товарооборота, его чувствительности к изменениям факторов, оказывающих наиболее значительное влияние на его развитие, либо тех факторов, на изменение которых будет направлено управляющее воздействие. Для решения подобных задач используются стохастические системы факторного анализа товарооборота. В отличие от детерминированных систем, процедура их построения является гораздо более трудоемкой и усложняется по мере увеличения количества отобранных факторов. Однако при современном уровне компьютерного и программного обеспечения, надлежащем их освоении она занимает времени не более, чем простые расчеты по детерминированным моделям. Но при этом информационная емкость полученных уравнений взаимосвязи может оказаться гораздо больше, тем самым существенно расширяя возможности обоснованного прогнозирования и целенаправленного управления развитием товарооборота в перспективе.

Практика коммерческой деятельности показывает, что не существует методики факторного анализа, единой для всех организаций, как не существует единой универсальной системы анализа и управления товарооборотом. Хозяйственный механизм и внешнее окружение каждой торговой организации уникальны в своем роде, что предопределяет специфику ведения ею аналитической работы. Рассмотренные выше подходы и методы факторного анализа товарооборота при соответствующем уровне информационного обеспечения в равной степени могут быть применены как на уровне отдельной организации, так и на уровне отрасли в целом. Специфика отраслевого анализа состоит в больших массивах обрабатываемой информа-

ции, учитывая масштабы и достаточно сложную и разветвленную сегментацию потребительского рынка. Однако именно аналитические данные мезоуровня, способные соединить потенциал отрасли со всеми возможностями рынка, обозначить основные направления и проблемы дальнейшего развития, станут основой экономически грамотного обоснования стратегии управления розничным товарооборотом в каждой торговой организации республики.

Л и т е р а т у р а

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. М., 1997.
2. Валевич Р.В., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. Мн., 1996.
3. Бланк И.А. Управление прибылью. Киев, 1998.
4. Раицкий К.А. Экономика предприятия. М., 1999.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМУЮ ПРОДУКЦИЮ И УСЛУГИ

*В.В. Терёшина,
канд. экон. наук, доцент*

В условиях перехода Республики Беларусь к социально ориентированным рыночным отношениям цены становятся важнейшей областью экономических преобразований. Совершенствование государственного регулирования цен должно обеспечивать повышение эффективности производства, конкурентоспособности производимой продукции и содействовать повышению жизненного уровня населения.

В любой экономической системе, а тем более в переходной экономике Республики Беларусь, объективно существует необходимость в государственном регулировании цен на социально значимую продукцию и услуги. Высокий уровень инфляции с одновременным падением покупательной способности населения предопределили необходимость разработки специальной программы социальной защиты.

Основным механизмом регулирования цен на социально значимые товары до 2001 г. было установление фиксированных или предельных цен, предельных нормативов рентабельности,