

Борбодоев М.М.

ТОРГОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

М.М. Borbodoev

TRADING COMPANIES IN THE CONSUMER MARKET

УДК 339.1(575.2)(043.3)

В статье рассматриваются торговые предприятия на потребительском рынке и ее совершенствование.

Trade enterprises is considered in article on consumer market and her (its) improvement.

Рыночную структуру в виде торговых предприятий и самостоятельных объектов потребительских рынков можно рассматривать как сложную открытую социально-техническую систему, связанную специфическими отношениями с ее внешней средой. Чем крупнее объект, тем сложнее эта система и тем актуальнее становится проблема эффективного управления. Эффективная система управления предприятием характеризуется непрерывностью процесса получения нормальной прибыли, низкой текучестью кадров и, наконец, достижением целей функционирования предприятия.

Основной стратегической целью финансово-хозяйственной деятельности предприятия является повышение благосостояния собственников предприятия на основе максимизации прибыли и роста рыночной капитализации компании.

Следует также подчеркнуть, что связи торговых объектов в основном носят рыночный характер, включая отношения с правительством, так как на современном этапе характерными являются именно партнерские отношения. При этом, разумеется и наличие обязательных платежей, которые объекты потребительских рынков, так же как и предприятия других отраслей, производят в обязательном порядке.

В торговых объектах первоначально денежные средства авансируются на приобретение товаров, формирование фонда оплаты труда, оплаты прочих расходов. В результате происходит смена форм стоимости из денежной в товарную. В дальнейшем эти затраты будут возмещены из выручки от продажи товаров. На втором этапе товарные стоимости сменяются на денежную в результате продажи товаров потребителям. И в результате этого образуются денежные отношения, связанные с расчетами объекта за реализованную продукцию с налогообложением и использованием торговой прибыли.

Для оборота торгового капитала, в отличие от промышленного капитала, характерна небольшая продолжительность производственной стадии. Производственная стадия в торговле включает в себя расфасовку, упаковку, маркировку товара. Действующая практика розничной торговли предполагает

обязательное нанесение штрих - кодов на каждую единицу товара для его идентификации, поэтому производственная стадия в большей или меньшей степени присутствует на всех предприятиях торговли.

Для предприятий торговли такими параметрами могут быть объем годовой выручки от реализации, средний уровень наценки, средний уровень издержек и чистой прибыли в процентах к выручке, соотношение собственного и заемного капитала и другие показатели. Весьма информативным показателем для торговых компаний является соотношение годовой выручки от реализации, приходящейся на одного сотрудника (производительность труда одного сотрудника). Он позволяет сравнить деятельность больших и малых компаний между собой, оценить вклад каждого сотрудника (в том числе склада, транспортного отдела, бухгалтерии), поскольку от всех сотрудников зависит коммерческий успех компании.

Необходимо также отметить, что деятельность торговых предприятий зависит не столько от деятельности поставщиков товарных ресурсов, сколько от покупателей. В связи с тем, что предприятия торговли ориентированы на конечного покупателя, спрос со стороны которого весьма изменчив, как правило, не удастся проследить устойчивые закономерности объема и структуры спроса. Следовательно, довольно высок риск накопления неликвидного товара, минимизировать который позволяет система нормирования запасов. Кроме того, пищевые продукты могут быть реализованы только в течение срока их годности, что также способно привести к прямым убыткам в случае ошибки в обосновании необходимого запаса товаров.

Показатели финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий и организаций зависят не только от качества внутрифирменного управления, но и в значительной мере от покупателей, наличия платежеспособного спроса, деловой активности розничных сетей.

Таким образом, важными показателями, характеризующими эффективность деятельности предприятий торговли, являются скорость реализации товаров и оборота вложенных в них средств при поддержании полного ассортимента. Наличие большого ассортимента товаров, с одной стороны, является залогом высоких объемов продаж, с другой стороны, повышает риск затоваривания при изменении спроса.

Для торговли характерным фактом является высокая доля средних и малых фирм, на которую приходится также большая часть товарооборота. Средние и малые предприятия, как правило, организуются в форме обществ с ограниченной ответственностью либо функционируют как предприниматели без образования юридического лица. Уставный капитал минимален, торговые площади находятся в аренде, объем основного капитала невелик, что обеспечивает их мобильность как с точки зрения изменения местонахождения, так и реагирования на изменения спроса в части ассортимента товаров. Кроме того, большое число материально ответственных лиц обуславливает важность проведения систематического и строгого финансового контроля и одновременно сложность его осуществления.

Сказанное выше имеет непосредственное отношение к Кыргызской Республике. Более того, характерной для республики является так называемая «челночная» торговля, которая обрела массовый характер в начальный период суверенитета страны.

К числу характерных черт объектов потребительских рынков с точки зрения управления денежными потоками относятся емкость торговых точек, и их место расположения, условия функционирования объектов. В частности, емкость рынка характеризует полноту, интенсивность а также масштабы разнообразного ассортимента товарных ресурсов, подлежащих обмену, а место расположения характеризуют активность торговли и скорость оборота. Логически вытекает, что если торговая точка расположена в оживленном месте, то оборот будет сравнительно больше, чем в других местах. С точки зрения движения денежных потоков имеют значение и условия функционирования торговых точек. Если торговые точки находятся в аренде, то в движении находится и арендная плата.

Привлекательность торговли со стороны финансово-кредитной сферы как объекта, где происходят купля, продажа и обмен, а также относительно быстрый оборот средств, обусловлена следующими факторами:

- абсолютно преобладающая часть денежных средств вложена в товары, т.е. в мобильные материальные ценности с небольшим сроком оборота;
- товары, как правило, обладают высокой ликвидностью, что делает их идеальным предметом залога;
- высокая оборачиваемость активов обуславливает короткий срок кредита, что снижает риски банков.

С другой стороны, низкий удельный вес собственных оборотных средств повышает риски как для самого предприятия (риск банкротства или риск

потери предприятия собственником), так и для кредиторов. Все вышеуказанные особенности финансово-хозяйственной деятельности предприятий торговли непосредственно влияют на организацию их денежного оборота.

Поэтому финансовая работа в организациях торговли в части управления денежным оборотом включает в себя следующие направления[1]:

- планирование денежных средств и финансовых ресурсов, включая организацию контроля за выполнением плана, изыскание дополнительных резервов повышения рентабельности и ускорения оборачиваемости средств в ходе хозяйственной деятельности;
- осуществление расчетов и выполнение платежных обязательств перед поставщиками, бюджетом, банками, сотрудниками;
- текущую оперативную работу по обеспечению денежными средствами для бесперебойного функционирования торгового предприятия.

Управление денежными потоками на предприятии торговли - творческий процесс, требующий постоянного слежения за изменениями в законодательной и нормативных положениях, методах банковской деятельности, а также в тенденциях, происходящих в данной системе как внутри страны, так и за ее пределами. В частности, законодательные и нормативные положения указывают на изменения порядка расчетов, взаимоотношений с клиентами, банками и т.д. Однако они касаются общих положений относительно всех торговых организаций, поставщиков и потребителей в пределах всей республики. Чем больше и оперативные внедряются новшества, новые технологии в организации торговли, отвечающие современным требованиям торговли, тем это считается прогрессивнее. То же самое можно сказать и по отношению к приемам и методам управления денежными потоками.

Разумеется, торговое предприятие может иметь и другие цели. Однако их нужно подчинить, например, накоплению денежных средств, считать управление денежными потоками эффективным. С одной стороны, цель достигнута, но, с другой стороны, возникает вопрос, а была ли эта цель верной? Ведь замораживание денежных средств на счетах приводит к снижению оборачиваемости оборотных средств, и как следствие, к снижению прибыли на вложенный капитал. Также выполнение торговой программы, ее непрерывное финансирование в полном объеме тоже не гарантирует финансовый успех работы предприятия, так как продукцию нужно еще реализовать и получить за нее деньги. Все эти задачи являются составляющими успешного ведения бизнеса, ведь без страхового запаса денежных средств предприятие не может быть платежеспособным, а торговля, запланиро-

ванный объем продажи обеспечивается при условии, если в запасе имеются для продажи необходимый ассортимент и товарные ресурсы.

Учитывая, что успешное функционирование объектов потребительского рынка связано с достижением желаемого уровня не какого-то одного показателя, а системы показателей, на наш взгляд, необходимо определить, что нужно сделать в первую очередь, на что обратить внимание впоследствии и т.д.

Для того чтобы обеспечить устойчивость функционирования потребительского рынка прежде всего в первую очередь нужно выполнение краткосрочных и долгосрочных планов, рациональное использование активов торговых предприятий и минимизация затрат на хозяйственную деятельность самого объекта.

Исходя из этого для торговых предприятий Кыргызской Республики, на наш взгляд, не хватает последовательности и обязательной ежемесячной диагностики фактического состояния денежных потоков, т.е. надо ввести финансовый менеджмент. Торговые предприятия в основном находятся в частной собственности и это обстоятельство на финансовый менеджмент оказывает двойное влияние. С одной стороны, хозяева предприятий проводят постоянную оценку состояния движения денежных потоков, поскольку они это делают для себя, для своего благополучия. С другой, в особенности для мелких торговых предприятий, характерен несистемный анализ движения денежных потоков по источникам, каналам движения. Одна из причин - это трудоемкость диагностики, которая к тому же требует квалифицированного подхода, чего у торговых работников зачастую не хватает.

К сожалению, за годы суверенитета организация торговли а, следовательно, и управления денежными потоками зачастую осуществляется в основном по личной инициативе, в результате чего не всегда достигаются стандарты торгового обслуживания. Более того, личные мотивы, выступая как сильный импульс в развитии торговли, в то же время не всегда обеспечивают высокий уровень культуры обслуживания, обязательные условия соблюдения санитарных норм, продажу продуктов и товаров в надлежащем качестве и т.

Следующая мера устойчивого движения денежных потоков - это наличие запаса денег. Но сам по себе их запас это временно неиспользуемые в обороте деньги. Большой уровень запаса денег также как недостаточный, отрицательно влияет на финансовую устойчивость торгового предприятия. Отсюда вытекает необходимость управления запасами денежных средств, которое требует разностороннего подхода. Например, пользование краткосрочными кредитами решат проблемы запаса, но автоматически торговое предприятие становится зависимым от банков. К тому же вернуть эти

кредиты нужно с процентами. В Кыргызстане процентная ставка свыше двадцати процентов остается непосильной для многих торговых предприятий, в особенности мелких и средних. Сравнительно льготное кредитование в пределах семи процентов существует только для работников сельского хозяйства. С другой, стороны ситуация в торговле такова, что кредитные ресурсы очень востребованы при определенных условиях. Опыт показывает, что к кредитованию нужно прибегать лишь при условии, если собственные оборотные средства превышают величины заимствованных средств. В противном случае торговая компания может терпеть убытки.

Поскольку основным источником собственных средств является прибыль, то для торгового предприятия первостепенное значение имеет достижения прибыльности и рентабельности. Это, в свою очередь, способствует повышению уровня устойчивости функционирования рынка и эффективности его объектов.

Прибыль торгового предприятия, связанная с управлением денежными потоками, на наш взгляд, сводится к реализации следующих мер:

- обеспечение четкости и прибыльности на уровне годового финансового планирования – бюджет движения денежных средств;
- обеспечение четкости выполнения на уровне оперативного управления платежного календаря.

Именно вышеуказанный уровень достигается управлением денежными потоками. Это проявляется в отслеживании выручки от реализации продукции. Дело в том, что выручка от реализации выступает главным источником погашения кредиторской задолженности. Отсюда ее соотношение с величиной текущих обязательств и долгосрочных кредитов (и займов) даст информацию о том, в какие средние сроки предприятие может рассчитаться с кредитами, при условии сохранения выручки на уровне отчетного периода, если оно не осуществляет никаких текущих расходов, а всю выручку направляет на расчеты с кредиторами.

Специфика торговли заключается в том, что обменные операции происходят в относительно короткое время. Поэтому важным показателем оценки деятельности торгового предприятия является не только скорость реализации, но и то, в течение такого времени продолжал находиться товар в виде запаса. Другая особенность заключается в том, что в торговой деятельности часто случаются непредвиденные, незапланированные торговые операции. Например, закупка товаров, закупка вновь появившихся на рынке товаров или продажа большего объема товара и др. В этих случаях важное значение имеют краткосрочные кредиты для покрытия потребностей торговых предприятий.

Необходимость краткосрочного кредитования возникает и в случае недостаточности собственных

средств для финансирования прироста оборотных средств или покрытия кассового разрыва вследствие возникновения незапланированных расходов. При выборе инструментов по устранению возникшей ситуации временной неплатежеспособности предприятия необходимо оценить, как его действия повлияют на финансовую устойчивость не только в настоящий момент, но и в будущем.

Ввиду того, что одним из основных источников финансирования текущей деятельности торгового предприятия является кредиторская задолженность перед поставщиками товаров, и, в то же время, большую часть текущих активов составляют запасы товаров и дебиторская задолженность, сопоставление оборачиваемости данных активов и обязательств дает показатель цикла движения денежных средств (финансового цикла)[2], рассчитываемый по следующему алгоритму:

- средняя продолжительность оборота товарно-материальных запасов
- средний срок задержки оплаты дебиторской задолженности
- средний срок погашения кредиторской задолженности

В связи со сказанным выше для торговых предприятий представляют интерес меры, которые ведут к своевременному погашению краткосрочных кредитов и сокращению дебиторской задолженности. Однако они требуют управления финансовыми циклами. В частности, требуется приблизить финансовый цикл к минимуму.

Для предприятий торговли значение длительности финансового цикла, близкое к нулю, означает:

- за счет поставщиков финансируются остатки товаров на складе и дебиторская задолженность покупателей;
- предприятие успевает закупить, реализовать товар, истребовать дебиторскую задолженность и оплатить поставщику;
- правильно определен срок коммерческого кредита;
- коммерческие и управленческие расходы, таможенные платежи и другие затраты покрываются за счет собственных средств предприятия.

В целом, управление денежными потоками сводится к тому, чтобы денежные потоки стремились к нулю, иначе они могут иметь специфические последствия. Так, в случае накопления денег появится так называемые непроизводительные деньги, которые можно считать недействующими, что реально оценивается в виде упущенных выгод. Что касается нехватки денежных средств, то это вынуждает торговые предприятия прибегать к

заимствованию, что также отрицательно влияет на результаты финансовой деятельности предприятий. Поэтому искусство управления финансами сводится к отслеживанию ситуации на рынке, таким образом, чтобы увеличить прибыль и снизить издержки.

Вместе с тем финансовый менеджмент означает не только стремлению денежных потоков к минимуму, но и к рациональному управлению ими как в случае излишества, так и в случае недостатка денежных средств. В частности, это сводится к следующим:

- в случае появления свободного остатка денежных средств предприятие может вложить их в ценные бумаги, депозиты, погасить раньше срока кредит, сэкономив на процентах, рассчитаться с поставщиком, также получив определенный дисконт;
- в случае дефицита денежных средств – привлечь заемные средства (овердрафт, гарантию), отложить часть платежей поставщикам, договорившись о неприменении штрафных санкций (если их величина меньше процентов по овердрафту).

Кроме того, на прибыль компании влияет экономия на комиссиях банков за расчетно-кассовое обслуживание, т.е. ежедневно выбирается наиболее рациональный способ расчетов, периодически возобновляются переговоры с банками о снижении размеров их комиссий.

Прибыль – важнейший показатель результативности работы предприятия, его сопоставление с другими показателями позволяет дать относительную оценку эффективности деятельности компании (рентабельность продаж, рентабельность активов, рентабельность собственного капитала, чистая прибыль на одну акцию). В рамках управления денежным оборотом предприятия финансовый менеджер может влиять на рентабельность оборотных активов за счет ускорения их оборачиваемости.

Поэтому одним из главных направлений торгового предприятия является чем больше и оперативные внедряются новшества, новые технологии в организации торговли, отвечающие современным требованиям торговли, тем это считается прогрессивнее. То же самое можно сказать и по отношению к приемам и методам управления денежными потоками.

Литература:

1. Финансы торговли. Учебник для экономических факультетов торговых вузов. Под ред. Бирмана А.М. – М.: Экономика, 1980. – с. 71.
2. Ли Ч.Ф., Финнерти Дж.И. Финансы корпораций: теория, методы и практика.– М., 2000. – с. 485.

Рецензент: д.э.н. профессор Эргешбаев У.Ж.