

УДК 339.142: 642.5

**УПРАВЛЕНИЕ СОСТАВОМ ТОВАРООБОРОТА С
УЧЕТОМ КОНЕЧНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ****М.Л. Кравченко, И.Б. Мельникова***УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации», г. Гомель, Беларусь*

К важнейшему экономическому фактору, влияющему на изменение конечных финансовых результатов производственно-торговой деятельности организаций общественного питания, относится состав товарооборота, т.е. доля в общем товарообороте общественного питания оборота по продукции собственного производства и по покупным товарам, поскольку доходность и затратноёмкость реализации по этим видам продаж в разных организациях общественного питания различна. Проведенные исследования показали, что существуют организации общественного питания, где рост удельного веса собственной продукции в товарообороте вызывает рост рентабельности, однако есть и такие организации, где рост удельного веса собственной продукции в товарообороте негативно влияет на конечные финансовые результаты в связи с тем, что различия в доходности собственной продукции и покупных товаров по данным организаций общественного питания меньше, чем различия в затратноёмкости. Для того, чтобы правильно управлять составом товарооборота, необходимо знать, как в каждой конкретной организации общественного питания структурные сдвиги в товарообороте влияют на уровень доходов, расходов и рентабельность.

На основании проведенных расчетов доходности и затратноёмкости по видам товарооборота дана комплексная оценка влияния состава товарооборота на конечные финансовые результаты – доходы от реализации и прибыль от реализации.

Расчет влияния состава товарооборота на изменение среднего уровня доходов от реализации по данным организациям общественного питания потребительской кооперации свидетельствует об увеличении уровня доходов от реализации в 2005 году по сравнению с 2004 годом за счет увеличения удельного веса собственной продукции в товарообороте по таким организациям общественного питания районных потребительских обществ, как: Брестское (+11,85 %), Пружанское (+14,41 %), Березинское (+11,33 %), Столбцовское (+ 10,38 %), Слуцкое (+ 9,10 %), Воложинское (+6,79 %), Копыльское (+8,12 %), Любанское (+6,65 %) Пинское (+6,43 %), Столинское райпо (+7,80 %) и др.

Однако наблюдается снижение уровня доходности за счет изменения состава товарооборота по таким райпо, как Несвижское (- 4,84 %), Пуховичское (-5,49 %), Дрибинское (- 15,81 %), Кричевское (- 8,98 %), Хотимское (- 6,96 %), Шкловское (- 4,32 %) и др.

Также состав товарооборота влияет на средний уровень расходов общественного питания. В результате изменения состава товарооборота сокращение уровня расходов общественного питания наблюдается в 2005 году по Вилейскому райпо (-1,98 %), Смолевичскому райпо (-1,77 %), Бобруйскому райпо (-1,90 %), Дрибинскому райпо (- 8,85 %), Хотимскому райпо (-4,13 %), Чериковскому райпо (-2,66 %), Шкловскому райпо (-3,11 %) и др. По ряду райпо в результате увеличения доли собственной продукции в товарообороте уровень расходов общественного питания возрос. Наибольший рост уровня расходов общественного питания наблюдается в Брестском райпо (+7,48 %), Ганцевичском райпо (+8,30 %), Пружанском райпо (+8,65 %), Березинском райпо (9,04 %), Столбцовском райпо (+7,61 %).

На основе изучения влияния состава товарооборота на изменение уровня доходов от реализации и расходов дана комплексная оценка влияния этого фактора на рентабельность организаций общественного питания потребительской кооперации. По

ее результатам сделана группировка всех организаций общественного питания районных потребительских обществ по влиянию данного фактора на рентабельность. Анализ позволил установить, что в 15 райпо Брестского ОПС, 15 райпо Минского ОПС, 8 райпо Могилевского ОПС рост удельного веса собственной продукции в товарообороте общественного питания способствовал росту рентабельности, поскольку коэффициент соотношения доходности собственной продукции и покупных товаров в данных райпо выше, чем коэффициент соотношения затратно-емкости.

В Борисовском, Вилейском, Минском, Несвижском, Пуховичском, Смолевичском, Бобруйском, Глусском, Дрибинском, Кировском, Могилевском, Славгородском и Хотимском, Чаусском и Чериковском райпо с более высоким коэффициентом соотношения доходности собственной продукции и покупных товаров, чем коэффициентом соотношения затратно-емкости собственной продукции и покупных товаров, снижение удельного веса собственной продукции в объеме реализации привели к снижению рентабельности либо росту убыточности.

Если коэффициент соотношения доходности собственной продукции и покупных товаров ниже, чем коэффициент соотношения затратно-емкости собственной продукции и покупных товаров, то с ростом удельного веса собственной продукции в товарообороте происходит снижение рентабельности либо рост убыточности, что наблюдается в таких райпо, как Малоритское, Кличевское и Костюковичское.

И наоборот, со снижением удельного веса собственной продукции в товарообороте в райпо, где коэффициент соотношения доходности собственной продукции и покупных товаров ниже, чем коэффициент соотношения затратно-емкости собственной продукции и покупных товаров, происходит увеличение рентабельности (Мядельское райпо). Все вышеизложенное свидетельствует о необходимости учета при принятии управленческих решений по оптимизации удельного веса собственной продукции в объеме реализации коэффициентов соотношения доходности и затратно-емкости собственной продукции и покупных товаров в каждой организации общественного питания потребительской кооперации. Рассчитанные коэффициенты изменения рентабельности на 1 процент изменения удельного веса собственной продукции в товарообороте позволили установить, что положительная их величина свидетельствует о прямо пропорциональной зависимости рентабельности от удельного веса собственной продукции в товарообороте, отрицательная – об обратной пропорциональной. Чем выше величина коэффициента, тем сильнее зависимость рентабельности по данной организации общественного питания от структуры товарооборота. Такой анализ позволит определить какой должен быть удельный вес собственной продукции в товарообороте в организациях общественного питания, с тем, чтобы при условии реализации пошаговой стратегии снижения условно-постоянных расходов, увеличения валовой маржи и роста товарооборота обеспечить их безубыточную работу или хотя бы снизить убыточность от реализации. Для отдельных организаций общественного питания потребительской кооперации целесообразно улучшить внутригрупповую структуру выпуска собственной продукции, для других – увеличить удельный вес покупных товаров в товарообороте, для третьих – использовать комплекс других мер по повышению эффективности, связанный с более значительным, чем предусмотрено прогнозом, ростом объема товарооборота, развитием материально-технической базы и др.