

С. А. Сорока

ОЦЕНКА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Предлагаемая вниманию читателей статья посвящена рассмотрению вопросов, связанных с оценкой деловой активности организаций сферы услуг. Важность данной проблематики определяется тем, что оценка деловой активности является основой для принятия оптимальных управленческих решений в целях повышения эффективности хозяйственной деятельности, устойчивого развития как предприятий вообще, так и предприятий оптовой торговли в частности.

Организации оптовой торговли выполняют функции отделов реализации продукции и отделов по закупке ресурсов. Оценка деловой активности организаций оптовой торговли, продуманное выполнение организациями своих функций, формирование комплекса долгосрочных конкурентных преимуществ приводят к росту производства, восстановлению хозяйственных связей, межрегиональной интеграции потребительского рынка, повышению эффективности торгового процесса и устойчивому развитию региона в целом.

Ключевые слова: деловая активность, сфера услуг, оптовая торговля, товарооборот, платежеспособность, конкуренция, рентабельность, оборачиваемость

В настоящее время в Российской Федерации количество хозяйствующих субъектов торговли за период с 2007 г. по 2011 г. увеличилось на 224,5 тыс. организаций, что составляет 48,6%. Как видно из табл. 1, наибольшее количество приходится на предприятия, осуществляющие оптовую торговлю несельскохозяйственными промежуточными продуктами, отходами и ломом, непродовольственными потребительскими товарами. Это связано с развитием данных отраслей промышленности. Наименьшее количество хозяйствующих субъектов торговли приходится на предприятия, осуществляющие оптовую торговлю сельскохозяйственным сырьем и живыми животными, что отражает низкий уровень развития сельскохозяйственной отрасли в России, несмотря на наличие потенциальных возможностей и растущих потребностей потребителей в продуктах сельскохозяйственной отрасли именно российского производства как наиболее экологически чистых.

Среди организаций, осуществляющих оптовую торговлю, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами, преобладают субъекты малого предпринимательства (включая микропредприятия), доля которых в общем числе организаций составляет 93,6%. В связи с этим деятельность торговых организаций приобретает ряд особенностей:

— ассортимент товаров зависит от характера спроса и особенностей обслуживаемых потребителей, а именно, профессионального, национального, возрастного состава, покупательской способности, условий труда и быта;

— автономность независимость организаций оптовой торговли в процессе реализации продукции;

— ограниченные возможности расширения деятельности малых предприятий оптовой торговли при быстром реагировании на изменения рыночной конъюнктуры;

— сезонность спроса на товары и услуги торговых организаций;

— возможность организаций оптовой торговли оказывать дополнительные услуги с целью привлечения потребителей.

Деловую активность организаций оптовой торговли определяют внешние и внутренние факторы. К внешним факторам относятся: демографическая ситуация в стране, определяющая потребление и спрос населения, состояние экономики страны, покупательская способность населения, политическое состояние страны, государственное регулирование экономики, уровень инфляции; научно-технический прогресс, уровень культуры населения; платежеспособность партнеров по деятельности, международное положение. Внутренние факторы подразделяются на три вида:

— финансовые, которые определяются финансовой стратегией, структурой активов, удельным весом заемного капитала, оборачиваемостью дебиторской задолженности, финансовым менеджментом, оценкой рисков;

— операционные, которые характеризуются маркетингом, использованием основных средств, структурой затрат, размером страховых и сезонных запасов, диверсифицированностью

Таблица 1

Количество хозяйствующих субъектов торговли (по данным Федеральной службы государственной статистики)

Субъект торговли	Год				
	2007	2008	2009	2010	2011
Организации, осуществляющие оптовую торговлю, включая торговлю через агентов, тыс.	462,3	417,4	560,5	605,3	686,8
в том числе:					
оптовую торговлю через агентов (за вознаграждение или на договорной основе)	66,3	54,3	68,6	69,5	70,5
оптовую торговлю сельскохозяйственным сырьем и живыми животными	10,2	10,0	13,9	15,2	17,5
оптовую торговлю пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями	56,2	47,5	63,7	69,5	76,7
оптовую торговлю непродовольственными потребительскими товарами	73,8	70,9	99,1	111,6	130,4
оптовую торговлю несельскохозяйственными промежуточными продуктами, отходами и ломом	82,4	83,8	114,9	130,1	154,3
из нее оптовую торговлю топливом	13,3	12,6	16,7	19,1	21,8
оптовую торговлю машинами и оборудованием	40,4	41,7	55,7	62	70,6

**Основные показатели деятельности организаций оптовой торговли Хабаровского края
(по данным Федеральной службы государственной статистики с добавлением расчетных показателей)**

Показатель	Год			
	2008	2009	2010	2011
Оборот оптовой торговли организаций всех видов экономической деятельности, млн руб.	184128,5	144774	191953,5	219988,7
в том числе организаций оптовой торговли, включая торговлю через агентов	160114,4	123975,9	152334,8	187403,8
Оборот оптовой торговли организаций всех видов экономической деятельности, в процентах к предыдущему году в сопоставимых ценах	98,4	75,5	128,8	105,2
в том числе организаций оптовой торговли, включая торговлю через агентов	97,6	74,3	119,3	112,9
Рентабельность реализованных товаров, %	2,1	2,2	3,5	2,7
Рентабельность активов, %	5,3	3,8	7,6	3,6
Удельный вес убыточных организаций, %	20	24	19,5	21

ассортимента продукции, производственным менеджментом;

— инвестиционные, которые определяются фондовым портфелем организации, продолжительностью незавершенного строительства, расходом инвестиционных ресурсов, уровнем прибыли по инвестиционным проектам, инвестиционным менеджментом.

Соответственно, данные факторы в той или иной степени влияют на итоговые результаты деятельности организации оптовой торговли.

Деловая активность проявляется в динамичности развития организации, эффективном использовании экономического потенциала, достижении поставленных целей, что отражают абсолютные и относительные показатели, такие как объем товарооборота, уровень затрат, рентабельность затрат, продаж, активов, собственного и заемного капиталов, длительность операционного цикла и цикла денежного оборота, показатели оборачиваемости запасов, дебиторской и кредиторской задолженности, размер экономии или перерасхода средств, индекс предпринимательской уверенности.

Оценивая результаты деятельности организаций оптовой торговли Хабаровского края, следует отметить низкие (менее 10%) показатели рентабельности (табл. 2).

В настоящее время отсутствует единая система показателей-индикаторов устойчивого развития организаций оптовой торговли в целях постоянного самостоятельного мониторинга деятельности предприятий с последующей корректировкой деятельности. В данной связи нами проведено исследование и отбор показателей-индикаторов деловой активности организаций

оптовой торговли. Генеральная совокупность предприятий оптовой торговли по Хабаровску в 2011 г. составила 664 предприятия. Объем выборки определялся на основе статистического анализа, исходя из требований к надежности и достоверности получаемых результатов исследования, то есть с учетом расчета доверительных интервалов [1, с. 450-454].

Объем выборки определялся по формуле:

$$n = \frac{z^2}{H^2} \pi(1 - \pi),$$

где n — размер выборки; π — доля признака в генеральной совокупности; z — уровень достоверности; H — заданный уровень точности.

При расчете объема выборки нами был выбран доверительный уровень в размере 1,96 соответствующий 95%-ной доверительной вероятности. В связи с тем, что нет информации о доле признака в генеральной совокупности, принимается во внимание, что максимальная изменчивость достигается для $\pi = 0,5$, что является наихудшим случаем, при этом точность доверительного интервала возрастет в той же мере, в какой выборочная оценка будет отличаться от принятого значения, равного 0,5. В данном случае, принимая вариацию, равную 50%, точность, равную $\pm 10\%$, при 95%-ном уровне достоверности, объем выборки составил 96 предприятий:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96.$$

Объем выборки составил более 5% генеральной совокупности, в связи с этим ее расчетный объем был уменьшен путем ввода в формулу поправки на конечность совокупности:

$$n' = n \left[\frac{N}{N+n-1} \right],$$

где n' — пересмотренное значение объема выборки; N — генеральная совокупность элементов; n — первоначальный объем выборки.

И соответственно требуемый объем выборки составил 84 организации:

$$n' = 96 \left[\frac{664}{664+96-1} \right] = 84.$$

Согласно рассчитанному объему выборки в анкетировании принимали участие представители 84 организации, в том числе: ОАО «Хабаровскглавнаб»; ОАО «Материальные ресурсы»; ЗАО «Техсервис-Хабаровск»; ООО Компания «Базис-Восток Мед»; ООО «Олева»; ОАО Торговый дом «Медтехника»; ООО «Эмпирей»; ООО «Офтех»; ООО «Торговая Компания Континент»; ООО «Альянс-Хабаровск»; ООО «Росмясомолторг»; ООО «Данта-Амур»; ООО «Амур Машинери энд Сервис»; ООО «Восток минерал комплекс»; ООО «Компания Ист-Софт»; ООО «ФД Хабаровск»; ООО «Гелиус-2»; ООО «Восток-стройснаб»; ООО «Дальнефтьторг» ООО «Дальопторг»; ООО «Молопторг»; ООО «Оптторгсервис»; КГУП Региоснаб; ООО «Столица»; ООО «Мария» и др. Целью анкетирования было выявить наиболее значимые показатели-индикаторы развития организаций оптовой торговли и факторы, ограничивающие деловую активность.

По результатам выборочного обследования организаций оптовой торговли и на основе данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Хабаровскому краю, первостепенными факто-

рами, ограничивающими деятельность организаций оптовой торговли Хабаровского края и соответствующим образом негативно влияющими на деловую активность в современных условиях являются: высокий уровень налогообложения, высокие транспортные расходы, неплатежеспособность покупателей, недостаток финансовых средств, высокая арендная плата (табл. 3).

Развитию оптовой торговли способствуют следующие тенденции в экономике: рост массового производства на крупных предприятиях, удаленных от основных пользователей готовой продукции, что актуально для Хабаровского края в связи с территориальным расположением; увеличение объемов производства сверх поступивших конкретных заказов (в связи с чем возникает потребность в складских помещениях организаций оптовой торговли), увеличение количества уровней промежуточных производителей и пользователей в целях развития и совершенствования технологического и инновационного процесса производства товаров, постоянно растущие требования к предпродажной подготовке товаров для нужд пользователей по комплектации, сборке, количеству, упаковке и разнообразиям.

В целях постоянного мониторинга и своевременной корректировки деловой активности предприятий оптовой торговли необходима достоверная комплексная оценка деятельности. Общая оценка должна в наибольшей степени учитывать все стержневые параметры деятельности организаций оптовой торговли, оценочные показатели должны быть максимально информативными и давать точное представление о состоянии развития организации. В силу того что показатели деловой активности (рентабель-

Таблица 3

Факторы, ограничивающие деятельность организаций оптовой торговли Хабаровского края

Фактор, ограничивающий деятельность организаций оптовой торговли (% от количества обследованных организаций)	Год		
	2009	2010	2011
Высокие транспортные расходы	64,7	77,8	76,4
Неплатежеспособность покупателей	76,4	61,1	73,2
Несовершенство нормативно-правовой базы	35,3	27,8	26,8
Высокий уровень налогов	64,7	83,3	84,9
Недостаток финансовых средств	52,9	44,4	42,3
Высокий процент коммерческого кредита	47,1	27,8	25,7
Недостаток складских площадей	5,9	11,1	15,6
Высокая арендная плата	17,6	39,8	46,2
Недостаток квалифицированных специалистов	17,6	27,8	28,3
Недобросовестная конкуренция	29,4	27,8	26,9
Другие факторы	29,4	22,2	24,5

ности и оборачиваемости) не имеют четких нормативов и оцениваются только положительной или отрицательной динамикой, по нашему мнению, наиболее перспективно оценивать данные показатели путем расчета единого рейтингового числа на основе метода евклидовых расстояний, который позволяет учитывать степень близости факторов к эталонному значению. То есть общая рейтинговая оценка деловой активности рассчитывается:

$$Da_j = \sqrt{\sum_{i=1}^n (1 - L_{ij} / L_{i,n+1}^{\max})^2},$$

где Da_j — общая деловая активность организации; L_{ij} — значение каждого фактора в общей

оценке; $L_{i,n+1}^{\max}$ — максимальное значение фактора в каждой группе показателей; n — количество факторов в общей оценке деловой активности организаций.

Таким образом, данная оценка деловой активности позволит провести сравнение нескольких организаций оптовой торговли конкретного региона с учетом результатов деятельности конкурентов по всем показателям рентабельности и оборачиваемости путем расчета единого итогового показателя, а также определить близость или отдаленность от устойчиво развивающихся организаций оптовой торговли.

Список источников

1. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования: пер. с англ.; 5-е изд. / Под ред. Г. Л. Багиева. — СПб.: Питер, 2010. 700 с.

Информация об авторе

Сорока Светлана Алексеевна (Хабаровск, Россия) — старший преподаватель кафедры аудита и экономического анализа, Хабаровская государственная академия экономики и права, соискатель Тихоокеанского государственного университета (680054, г. Хабаровск, ул. Даниловского, д. 14, кв. 81, e-mail:sv0307@rambler.ru)

S. A. Soroka

Assessment of business activity of the organizations wholesale trade

This paper is devoted to the issues related to the assessment of business activity of the enterprises in public service sphere. The importance of this problem is in the fact that an assessment of business activity is the basis for optimal management decisions to improve the efficiency of economic activities, sustainable development both of businesses in general and wholesale trade enterprises in particular.

Wholesale trade enterprises fulfill a function of sales divisions and departments for the purchase of resources. An assessment of business activity of wholesale trade organizations, circumspected fulfillment of its functions by an organization, formation of complex long-term competitive advantages lead to increased production, restoration of economic connections and inter-regional integration of the consumer market, improve the efficiency of the trading process and sustainable development of the region as a whole.

Keywords: business activity, public services, non-manufacturing business, service industries, wholesale, commodity circulation, sales turnover, financial solvency, competition, profitability, turn-round

References

1. Churchill G., Brown T., Bagiev G. L. (Ed.) (2010). Marketingovyе issledovaniya: per. s angl.; 5-e izd. [Marketing research: translation from English, 5th edition]. Saint Petersburg, Piter.

Information about the author

Soroka Svetlana Alekseevna (Khabarovsk, Russia) — senior lecturer at the Chair for audit and financial analysis, Khabarovsk State Academy of Economics and Law, PhD applicant at the Pacific National University (680054, Khabarovsk, Danilovskogo st. 14–81; e-mail:sv0307@rambler.ru).