

ФОРМИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

На современном этапе развития экономики торговая деятельность динамична, что обуславливает потребность в постоянном совершенствовании методов и техники управления ею. Этим обуславливается объективная необходимость бюджетирования доходов и расходов коммерческих организаций, осуществляющих торговую деятельность.

Изучив и обобщив экономические литературные источники, мы пришли к выводу, что в Республике Беларусь система бюджетирования не получила достаточно научного обоснования. По нашему мнению, одна из основных причин – это отсутствие глубоких теоретических и практических разработок по организации системы бюджетирования. При подготовке бюджета реализации должны быть проанализированы следующие показатели:

- цена и объем реализации каждого вида товара (товарной группы);
- целевая маржинальная прибыль по каждому виду товара;
- цены конкурентов;
- оценка рынка продаж по сравнению с конкурентами – ситуация в настоящий момент и прогноз на будущее;
- сезонные факторы;
- текущие заказы;
- полученные квоты;
- расходы на рекламу и маркетинг;
- прогноз общехозяйственной конъюнктуры.

Бюджет реализации товаров составляется с разбивкой: по периодам, по центрам ответственности, по видам товаров, по географическим регионам, по клиентам.

Обеспечение необходимого уровня основных экономических показателей для построения системы бюджетирования торговой организации в значительной степени зависит от правильного формирования товарного ассортимента. В экономических литературных источниках при практическом решении задач торговли достаточно широко применяются методы линейной оптимизации. Задача формирования оптимального ассортимента здесь формулируется следующим образом – обеспечить максимум прибыли:

$$z(x) = \sum_{i=1}^n C_i \cdot x_i \quad (1)$$

при ограничениях на ресурсы

$$\sum_{i=1}^n A_{ij} x_i \leq B_j; \quad x_i \geq 0 \quad (2)$$

где C_i – прибыль на единицу i -го товара, руб.;

x_i – объём закупок i -го товара;

A_{ij} – норма расхода j -го ресурса продажу единицы i -го товара;

B_j – располагаемые запасы j -го ресурса.

На наш взгляд, общим недостатком рассмотренных работ является то, что в моделях не учитываются такие факторы, как прогноз спроса, закупочная и продажная цены и др., которые существенным образом влияют на структуру ассортимента товаров.

Для определения ассортимента товара с учетом указанных выше факторов предлагается следующая методика расчета.

Рассматривается экономико-математическая модель формирования ассортимента закупок товаров, позволяющая определенным образом учитывать вышеупомянутые факторы.

Для построения экономико-математической модели введем следующие обозначения:

i – признак товара;

S_i – прогнозные расходы на закупку и доставку одной единицы i -го товара, руб.;

A_i – цена продажи (стоимость) одной единицы i -го товара, руб.;

$U_{\text{пост}}$ – условно-постоянные расходы, руб.

C_{1i} , C_{2i} – возможные цены продажи одной единицы i -го товара в плановом периоде, руб.;

A_{1i} , A_{2i} – продажный объём продаж i -го товара в плановом периоде по цене C_{1i} и C_{2i} соответственно;

Прогнозная шкала спроса на i -ый товар представлена в таблице 1:

Таблица 1.

x_i	$Ц_{1i}$	$Ц_{2i}$
N_i	A_{1i}	A_{2i}

Будем предполагать, что прогнозная кривая спроса (зависимость объема реализации от цены) является линейной функцией вида:

$$N_i = a_i x_i + b_i \quad (3)$$

где

$$a_i = (A_{2i} - A_{1i}) / (Ц_{2i} - Ц_{1i}) \quad b_i = A_{1i} - a_i \times Ц_{1i}$$

С учетом принятых обозначений запишем формулы для валовой выручки в плановом периоде:

$$B = \sum_{i=1}^n x_i \cdot N_i = \sum_{i=1}^n (a_i x_i^2 + b_i x_i), \quad (4)$$

издержек:

$$U = \sum_{i=1}^n S_i \cdot N_i + U_{\text{посм}} = \sum_{i=1}^n (S_i a_i x_i + S_i b_i) + U_{\text{посм}} \quad (5)$$

и валового финансового результата

$$\theta = B - U = \sum_{i=1}^n (a_i x_i^2 + b_i) - \sum_{i=1}^n (S_i a_i x_i + S_i b_i) - U_{\text{посм}} \quad (6)$$

На основании полученных формул задачу формирования ассортимента закупки товаров торговой организации можно сформулировать в виде следующих экономико-математических моделей.

Модель 1. Найти план формирования ассортимента товаров $\{x_i^0\}$, обеспечивающие максимальное значение финансового результата (6) при ограничениях:

Величина спроса на каждый товар в плановом периоде должна быть неотрицательной

$$a_i x_i + b_i \geq 0 \quad (7)$$

Значения переменных должны быть неотрицательными

$$x_i \geq 0$$

Модель 2. Найти план формирования ассортимента товаров $\{x_i^0\}$, обеспечивающие максимальное значение финансового результата (6) при ограничениях:

Уровень рентабельности должен быть равен заданной величине R_0 (в процентах)

$$\frac{\theta}{U} \cdot 100\% = R_0 \quad (8)$$

Величина спроса на каждый товар в плановом периоде должна быть неотрицательной

$$a_i x_i + b_i \geq 0$$

Значения переменных должны быть неотрицательными

$$x_i \geq 0$$

Модели 1 и 2 являются задачами нелинейного математического программирования. Для их решения можно воспользоваться имеющимися методами, например надстройкой «Поиск решения» пакета MS Excel.

Заметим, что, если x_i^o – решение одной из сформулированных моделей, то оптимальный объём закупок каждого товара определяется по формуле

$$N_i^o = a_i \cdot x_i^o + b_i \quad (9)$$

На основании построенных экономико-математических моделей можно рекомендовать следующую методику формирования оптимального товарного ассортимента торговой организации.

1. Производится аппроксимация кривой спроса линейной функцией по формуле (3).

2. Определяются валовой финансовый результат (6) и уровень рентабельности

$$R_0 = \frac{\theta}{U} \cdot 100\%$$

3. С использованием ПЭВМ, имеющей в составе математического обеспечения пакет прикладных программ нелинейного программирования, находятся решения $\{x_i^o\}$ по одной из двух предложенных моделей формирования товарного ассортимента. Как сказано ранее, задачу формирования оптимального товарного ассортимента возможно реализовать с помощью прикладной программы Microsoft Excel «Поиск решения». Таким образом, будут получены необходимые данные для составления бюджета реализации.

4. Определяются оптимальные объёмы закупок и соответствующие экономические показатели по формулам (4-6).

В расходах на реализацию товаров в торговой организации преобладают затраты, связанные с продолжением процессов производства, но они в калькуляции не выделяются. Расходы на осуществление актов купли-продажи требуют более детального изучения. Учет, калькуляция и анализ расходов на реализацию не только в постатейном, но потоварно-групповом разрезе имеют большое отраслевое и народнохозяйственное значение. Большое внимание проблеме

бухгалтерского потоварно-группового учета издержек обращения уделено М.И. Бакановым. По мнению М.И. Баканова, С.М. Капелюша одним из основных недостатков действующей системы учета, планирования и экономического анализа издержек обращения является то, что она построена на весьма общих, усредненных, недостаточно конкретных показателях [9]. В учете, планировании и анализе фигурируют сейчас абсолютная и относительная величины издержек обращения в целом и по отдельным статьям. В бухгалтерском и в других видах учета отсутствуют, как известно, показатели, характеризующие издержкостность отдельных товаров и товарных групп. Такое положение приводит к тому, что оценка результатов хозяйственной деятельности ведется без учета сдвигов в структуре товарооборота». Спустя более полувека эта проблема остается актуальной и по сей день.

Подводя итог, можно отметить, что при подготовке бюджета стоит проблема обеспечения необходимого уровня основных экономических показателей и правильного формирования товарного ассортимента. На практике формирование товарного ассортимента может осуществляться различными методами линейной оптимизации.