



Степанов Вадим Григорьевич

О коэффициенте валовой рентабельности запасов

Степанов Вадим Григорьевич

кандидат экономических наук, доцент

Директор по R&D, руководитель проектов **INFORT Group**

Член общественно-экспертного совета по малому и среднему предпринимательству при главе Администрации г. Тула

Эксперт Единого центра предпринимательства Санкт-Петербурга

svg@infort-group.ru

О коэффициенте валовой рентабельности запасов

Ранее мы уже отмечали важность **коэффициента валовой рентабельности запасов (R_S)**, как интегрального показателя управления операционной деятельностью предприятия торговли (см. об этом [36], [58]).

Коэффициент характеризует эффективность использования наиболее важного для торговли и, в то же время, проблемного для предприятия ресурса (или, по-другому, отдачу от наименее ликвидного вида оборотных активов) – товарных запасов, и вычисляется по формулам:

$$R_S = \text{Валовая прибыль} : \text{Средний уровень запасов в ценах закупки} \quad (1)$$

или

$$R_S = \text{Наценка реализации} \times \text{Коэффициент оборачиваемости запасов} \quad (2)$$

Период для расчётов – календарный месяц.

Расчёт коэффициента оборачиваемости запасов выполняется в ценах закупки.

Воспользуемся данным интегральным показателем управления для оценки различных стратегий работы предприятия торговли.

Пусть работа предприятия за календарный месяц (30 рабочих дней) будет характеризоваться следующими значениями показателей его операционной деятельности:

Стратегия №1

Выручка = 1 000 000 руб.

Наценка реализации = 30%.

Коэффициент валовой рентабельности товарных запасов $R_S = 24\%$.

Данное значение R_S характеризует в целом невысокую эффективность использования ресурсов. Как правило, для предприятий торговли значение коэффициента валовой рентабельности запасов должно составлять не менее 30% – 35% (см. [58]).

Тогда,

Коэффициент оборачиваемости запасов = $24\% : 30\% = 0,80$ оборота за месяц (формула (2)).

Период оборачиваемости запасов = $30 \text{ дней} : 0,80 = 37,5$ дней.

Валовая прибыль $\approx 230\,769$ руб.

Себестоимость продаж $\approx 769\,231$ руб.

Средний уровень товарных запасов $\approx 961\,538$ руб.

Стратегия №2

Снизим наценку до 20% при тех же значениях выручки и R_S .

В результате получим:

Коэффициент оборачиваемости запасов = $24\% : 20\% = 1,20$ оборота за месяц.

Период оборачиваемости запасов = $30 \text{ дней} : 1,20 = 25$ дней.

Валовая прибыль $\approx 166\,667$ руб.

Себестоимость продаж $\approx 833\,333$ руб.

Средний уровень товарных запасов $\approx 694\,444$ руб.

Сравним стратегии №1 и №2.

Отклонение (Стратегия №1 – Стратегия №2) по валовой прибыли (ВП):

$$dVP = 230\,769 - 166\,667 = +64\,103 \text{ руб. (заработали)}$$

Отклонение по среднему уровню товарных запасов (З):

$$dZ = 961\,538 - 694\,444 = +267\,094 \text{ руб. («заморозили»)}$$

То есть, при одном и том же значении R_s для получения аналогичной выручки при использовании Стратегии №1 требуется больше ресурсов и, соответственно, приходится «замораживать» больше денежных средств. И не факт, что в последующие месяцы они «разморозятся».

Для итоговой оценки стратегий вычислим разность:

$$dDC = dVP - dZ = +64\,103 \text{ (заработали)} - 267\,094 \text{ («заморозили») } = -202\,991 \text{ руб.}$$

отсутствующих свободных денежных средств (ДС) на операционную деятельность на конец отчётного периода.

При этом оказывается невозможным компенсировать отсутствие денежных средств только за счёт увеличения рентабельности продаж (наценки реализации) без повышения рентабельности использования товарных запасов.

Любое увеличение наценки будет приводить к ещё большей нехватке денежных средств. Например, при наценке 40% будем иметь отклонение от Стратегии №1:

$$dDC = dVP - dZ = +54\,945 \text{ (заработали)} - 228\,938 \text{ («заморозили») } = -173\,993 \text{ руб.}$$

А вот если наценка реализации составит хотя бы 29%, то

$$dDC = dVP - dZ = -5\,963 \text{ (не заработали)} + 24\,846 \text{ («разморозили») } = +18\,883 \text{ руб.}$$

дополнительно свободных денежных средств на операционную деятельность на конец отчётного периода.

В то же время очевидно, что задачей является не просто удержать определённый уровень R_s , а неуклонно, процент за процентом, повышать эффективность использования товарных запасов. Например, если $R_s = 30\%$, то при тех же начальных условиях (выручка = 1 000 000 руб., наценка реализации = 30%) мы получим следующие значения показателей управления:

Коэффициент оборачиваемости запасов = $30\% : 30\% = 1,00$ оборот за месяц.

Период оборачиваемости запасов = 30 дней : 1,00 = 30 дней.

Валовая прибыль $\approx 230\,769$ руб.

Себестоимость продаж $\approx 769\,231$ руб.

Средний уровень товарных запасов $\approx 769\,231$ руб.

А это означает, что только за счёт снижения уровня товарных запасов мы получаем дополнительно

$$dDC = dVP - dZ = 0 \text{ (заработали)} - (769\,231 - 961\,538) \text{ («разморозили») } = +192\,308 \text{ руб.}$$

свободных денежных средств без увеличения размера выручки и валовой прибыли.

Основные выводы:

1. Указанные выше расчёты позволяют понять, насколько выгодны, например, маркетинговые договоры предприятиям микро, малого и среднего бизнеса. Ведь расширение ассортиментной матрицы за счёт, как правило, высокомаржинальных, но сложно реализуемых позиций и, как следствие, увеличение уровня товарных запасов, снижение их оборачиваемости и «замораживание» денежных средств, не всегда компенсируется получаемым предприятием дополнительным доходом по маркетинговому договору.

Более того, естественное переключение внимания торгового персонала на продажу товаров по маркетинговым договорам нередко приводит к провалам в продажах основного ассортимента.

В данном случае наиболее конкурентоспособной ассортиментной политикой предприятия торговли, в первую очередь, микро и малого бизнеса будет являться самостоятельная политика, при которой предприятие формирует свой фирменный ассортимент, по составу и структуре соответствующий реальным целям и задачам продвижения, а также имеющимся для этого ресурсам. Маркетинговые же договоры должны не противоречить целям предприятия, а помогать их достигать, в том числе, – улучшать показатели не только по рентабельности продаж, но и по оборачиваемости и рентабельности запасов, по росту ликвидности и платежеспособности предприятия.

2. Величина коэффициента рентабельности товарных запасов в значительной степени определяется внутренними факторами работы предприятия – оптимальностью состава и структуры ассортимента, эффективностью ценообразования, качеством работы торгового персонала с покупателями, промо-активностью, правильностью выбора параметров управления товарными запасами, точностью прогноза объёмов спроса и качеством алгоритма расчёта оптимального объёма закупки (см. [44], [49], [58]).

Поэтому, в данном случае, управление на основе коэффициента валовой рентабельности товарных запасов позволяет сосредоточить внимание, прежде всего, на важных управляемых факторах, влияющих на эффективность операционной деятельности предприятия.

3. Показатель R_s целесообразно включать в систему ключевых показателей эффективности труда (KPI) руководителя, отвечающего за операционную работу подразделения или предприятия в целом.
4. Коэффициент валовой рентабельности товарных запасов, как показатель управления, полностью соответствует **концепции последовательного управления продвижением**, © **INFORT Group, 2009-2022**, и позволяет естественным образом выстроить **цепь управления** «Финансы → Маркетинг → Продажи → Закупки» (см. [2], [34]).

Следовать данной концепции целесообразно потому, что **параллельное управление** операционной деятельностью, когда:

- маркетинг оценивается отдельно (в данном случае, наличием маркетинговых договоров и размером получаемых доходов),
- продажи отдельно (в данном случае, показателями рентабельности продаж),
- закупки отдельно (как правило, не только уровнем обеспеченности продаж необходимыми запасами, но и уровнем логистических издержек, что фактически нарушает требование этой самой обеспеченности продаж),

приводит к конфликту при решении соответствующих управленческих задач. А это, в свою очередь, не позволяет предприятию достичь поставленных целей, приводит к финансовым проблемам и снижению уровня его конкурентоспособности на рынке.

Последовательное управление операционной деятельностью предприятия снимает все конфликты и позволяет предприятию достичь своих целей. При этом, как можно заметить, формула (2) для расчёта коэффициента валовой рентабельности товарных запасов, также, формируется по цепочке управления (для рассматриваемой ситуации, когда выручка остаётся неизменной):

«Финансы (R_s) → Маркетинг (Наценка реализации) → Продажи (Наценка реализации) → Закупки (Коэффициент оборачиваемости товарных запасов)».

Список литературы

1. **INFORT Group** – Технологии и системы управления бизнесом [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.infort-group.ru>.
2. Степанов В. Г. Модели и технологии последовательного управления продвижением. // Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland, 2014.
3. Степанов В. Г. Информационные технологии управления продажами и маркетингом. // Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland, 2013.
4. Количественные методы и инструментальные средства в экономике и торговле. Монография / Под ред. В. Г. Степанова. – Тула: Издательство «Эконом», 2013.
5. Степанов В. Г. Информационные технологии управления в торговле: алгоритмы и методы решения задач на компьютере. Язык программирования ALLite. Монография. – Тула: Издательство «Эконом», 2013.
6. Степанов В. Г. Основы информационных технологий управления бизнес-процессами. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG/Saarbruken, Deutschland / Германия, 2013.
7. Степанов В. Г. Анализ и оптимизация систем обслуживания в торговле. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH&Co. KG/Saarbruken, Deutschland / Германия, 2015.
8. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Основы бизнес-анализа на компьютере. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2015.
9. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Бизнес-анализ на компьютере: профессиональные вычисления в Excel. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2017.
10. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Информационные технологии управления: профессиональная работа в Word. / Издательство LAP LAMBERT Academic Publishing, OmniScriptum GmbH&Co. KG, Saarbruken, Deutschland / Германия, 2017.
11. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Баканов М. И., Степанов В. Г. и др.; под ред. М. И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.: ил.
12. M. I. Bakanov, V. G. Stepanov Information technologies to control the quality of functioning of servicing systems in trade. // Audit and Financial Analysis, fourth quarter of 2000, – с. 144-152.
13. Степанов В. Г. Математическая теория массового обслуживания. / Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных управленческих решений, финансовое прогнозирование. Учебное пособие. \ Под редакцией Баканова М. И., Шеремета А. Д. — М.: Финансы и статистика, 2004.
14. Степанов В. Г. Анализ качества функционирования систем обслуживания в торговле. / Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / Баканов М. И. [и др.]; под ред. М. И. Баканова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.: ил.
15. Баканов М.И., Степанов В.Г. PRE-анализ коммерческой деятельности сети / Аудит и финансовый анализ №2, 2007.
16. Степанов В. Г. Структурный ABC-Price-анализ ассортимента./ В. Г. Степанов // Журнал "Аудит и финансовый анализ", №3, 2007. – с. 205-214.
17. Степанов В. Г. CATM – комплексный анализ целевого рынка // Аудит и финансовый анализ. – 2007, № 4, – с. 360-370.
18. Степанов В. Г. Алгоритмы и методы решения задач на компьютере. Язык программирования ALLite: Учебное пособие / В. Г. Степанов. – Тула: Тульский филиал РГТЭУ, 2009. – 174с.
19. Степанов В. Г. Анализ коммерческой деятельности торговой сети. // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2007, Вып. №6, с. 60-64.
20. Степанов В. Г. Информационные технологии управления обеспеченностью продаж: технология **INFORT Group Storekeeping**. // IX Румянцевские чтения «Экономика, государство, общество в XXI веке». Материалы конференции. Часть 1. М.: РГТЭУ, 2011.
21. Степанов В. Г. Модели и методы оптимального планирования ассортимента и товарооборота. // Теория и практика современной торговли. Часть 2. [Текст]: Сборник научных работ / Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: Тульский филиал РГТЭУ, 2009. – с. 204-221.
22. Степанов В. Г. Управление продажами: анализ и планирование ассортимента. // Сборник научных трудов Тульского филиала РГТЭУ «Экономика России: теория и практика». — Тула: ИПП «Гриф и К», 2004. – с.110-121.

23. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Системы управления товарными запасами на предприятиях торговли: основные принципы построения и показатели функционирования. // Экономика России: теория и практика: Сборник научных трудов Тульского филиала РГТЭУ. / Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: ИПП «Гриф и К», 2004. – с. 122-129.
24. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Интегрированный брендинг: основные принципы создания имени // Экономико-правовые аспекты эффективного обеспечения предпринимательской деятельности в России: Сборник научных статей Тульского филиала РГТЭУ. – Тула: ИПП «Гриф и К», 2006.
25. Степанов В. Г., Степанова Т. В. Информационные технологии управления продажами и товарными запасами в торговых сетях. // Теория и практика современной торговли: Сборник научных трудов./ Под ред. д.э.н., проф. В. И. Зудина. – Тула: ТФ РГТЭУ, 2008. – с. 162-176.
26. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. и др. Об эффективности информационных технологий управления закупками. // Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75098.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
On the effectiveness of information technology procurement management / DOAJ – Lund University: Koncept : Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3819/>
27. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. и др. О технологии выхода на новый региональный рынок. Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,3 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75099.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
On the technology of entering a new regional market / DOAJ – Lund University: Koncept: Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3820/>
28. Степанов В. Г., Юрищева Н. А. и др. Об управлении ассортиментом в условиях внешнеэкономической деятельности предприятия торговли. Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 06. – ART 75098. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/75101.htm>. – Гос. рег. Эл № ФС 77-49965. – ISSN 2304-120X.
Managing assortment in terms of foreign economic activity of the enterprise trade / DOAJ – Lund University: Koncept : Scientific and Methodological e-magazine. – Lund, №3, 2015 – ISSN(s): 2304-120X (Department of general mathematical and natural sciences REU the Plekhanov, Tula). – URL: <http://www.doaj.net/3822/>
29. Степанов В. Г. , Степанова Т. В. Критерии и модели оптимального управления товарными запасами/. [Электронный ресурс] / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 3. – С. 153–161. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770259.htm>.
30. Степанов В. Г. О маркетинговом подходе к ценообразованию. / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 3. – С. 162–173. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770260.htm>.
31. О концепции последовательного управления продвижением / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
32. Степанов В. Г., Трохимчук А. В. К вопросу об управлении запасами в аптеке. / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
33. Степанов В. Г., Степанова Т. В. О проблемах реализации образовательных программ поддержки субъектов малого (микро-) и среднего предпринимательства. / Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2017. – URL: https://mcito.ru/publishing/teleconf/tula_8/submitted.html.
34. Степанов В. Г. О концепции последовательного управления продвижением. [Электронный ресурс] , 2018. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Sequential_management.pdf.
35. Степанов В. Г. О принципах и системе управления ассортиментом предприятия торговли. [Электронный ресурс] , 2019. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Assortment.pdf.
36. Степанов В. Г. Управление конкурентоспособностью предприятия торговли. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Efficiency.pdf.
37. Степанов В. Г. Об эффективности маркетинговых исследований. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Researches.pdf.
38. Степанов В. Г. О некоторых факторах, влияющих на производительность труда в торговле. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_PersonalSales.pdf.
39. Степанов В. Г. Пятый элемент как фактор конкурентоспособности предприятия торговли на рынке. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_5thElement.pdf.

40. Степанов В. Г. О структуризации персонала, как факторе роста производительности труда и конкурентоспособности предприятия на рынке. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_StaffStructure.pdf.
41. Степанов В. Г. О кадровых проблемах предприятий и бродячих специалистах. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_StaffingProblems.pdf.
42. Степанов В. Г. О системе управления и клубе джентльменов. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_MS&GentlemansClub.pdf.
43. Степанов В. Г. О телефонном маркетинге и CRM-системах. [Электронный ресурс], 2020. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_TelemarketingCRM.pdf.
44. Степанов В. Г. Об управлении товарными запасами. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Storekeeping.pdf.
45. Степанов В. Г. О торговле и торгашах. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_About_trading.pdf.
46. Степанов В. Г., Степанова Т. В. О книгах. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutBooks.pdf.
47. Степанов В. Г. О деталях ценообразования. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutPricing.pdf.
48. Степанов В. Г. Об управлении и формах власти в малом бизнесе. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutManagment.pdf.
49. Степанов В. Г. О технологиях управления. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutTechnology.pdf.
50. Степанов В. Г. Детали ценообразования: об эластичности и стабильности. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutPricing_Elasticity.pdf.
51. Степанов В. Г. О технологии выбора стратегии поведения продавца на рынке. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutStrategies.pdf.
52. Степанов В. Г. О Δ -модели управления. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutDModel.pdf.
53. Степанов В. Г., Степанова Т. В. INFORT.Консалтинг: технологии рационального управления бизнесом. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_Consulting.pdf.
54. Степанов В. Г. Об энергии бизнеса. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutDModel.pdf.
55. Степанов В. Г. Об аксиомах управления бизнесом. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutManagmentAxioms.pdf.
56. Степанов В. Г. О моделях мотивации персонала. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutMotivationModels.pdf.
57. Степанов В. Г. О Δ -моделях управления производительностью труда. [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutDModelsEfficiency.pdf.
58. Степанов В. Г. О технологиях управления и «пятом элементе». [Электронный ресурс], 2022. – URL: http://www.infort-group.ru/books/INFORT_Group_AboutTechnology&5thElement.pdf.