

3.6. ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ МОДИФИЦИРОВАННОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

Куропаткина О.М., аспирант кафедры «Финансы»

Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

Автором обосновано влияние управления запасами на финансовую устойчивость розничных торговых предприятий. В статье предложена модифицированная модель управления запасами для организаций розничной торговли с двухуровневой складской системой.

По степени финансовой устойчивости и надежности российский ритейл пока существенно отстает от зарубежных экономических систем. В настоящее время в Российской Федерации, согласно официальным статистическим данным, около четверти российских организаций розничной торговли убыточны, на многих предприятиях ощущается дефицит денежных средств, а активы предприятий недостаточно ликвидны для поддержания финансовой устойчивости.

Причины такого положения кроются в перманентном действии деструктивных внутренних и внешних факторов, высоком уровне рисков, специфике циклов деловой активности торговых организаций, в несовершенстве законодательной и налоговой базы, в сохраняющихся проблемах в бюджетной, денежно-кредитной и платежно-расчетной сферах, недостаточной методологической проработке аналитического обоснования мер по восстановлению финансовой устойчивости.

Для современного этапа развития отрасли розничной торговли характерны, как минимум, восемь описанных ниже тенденций, сформулированных на основе отчетов аналитиков:

- наблюдается быстрый рост отрасли, обусловленный, прежде всего, увеличением реальных доходов населения;
- увеличивается доля современных форматов¹ торговли в общем обороте продовольственной розничной торговли;
- российский рынок розничной торговли остается ненасыщенным с точки зрения объема розничных продаж и торговой площади на душу населения;
- степень концентрации рынка мала: на долю пяти ведущих продовольственных сетей приходится менее 12% рынка;
- российский рынок розничной торговли рассматривается в качестве одного из наиболее перспективных для западных сетевых операторов;
- происходит активная региональная экспансия со стороны российских сетей, их федерализация;
- российские сетевые компании начинают выходить на отечественные и международные фондовые рынки;
- проявляется тенденция перехода к мультиформатности сетей;
- активное использование новых финансовых технологий управления торговыми сетевыми компаниями;
- стремительные процессы реорганизации в торговой отрасли.

¹ Под торговыми форматами понимается набор характеристик, присущих какому-либо виду магазина. Такими характеристиками являются: площадь торгового зала; количество товарных позиций; уровень обслуживания покупателей; технология размещения товара.

В условиях неопределенности рыночной среды и интенсификации жизненного цикла организаций перед финансовыми службами предприятия ставятся новые задачи по оценке финансового состояния и разработке мер по повышению финансовой устойчивости. Такая очевидная необходимость возникает как для торговых организаций, находящихся в процедуре банкротства, так и для экономических субъектов, имеющих неустойчивое финансовое состояние и реализующих программы финансового оздоровления в непрерывном режиме. Однако успешное решение этих задач требует критического переосмысления традиционного механизма управления финансовой устойчивостью.

Автор рекомендует ритейлерам следующие мероприятия по повышению финансовой устойчивости (для перехода в группу предприятий с более высоким ее типом):

- мониторинг текущей деятельности и воздействие на операционные и финансовые результаты;
- мотивация персонала и высшего руководства на снижение потерь с целью увеличения прибыли и стоимости компании; реализация долгосрочных бонусных программ для увязки долгосрочных целей компании с интересами лиц, принимающих решения;
- контроль со стороны акционеров и кредиторов за реальным состоянием дел и изменением стоимости компании;
- взаимодействие с финансово-экономическим сообществом – повышение прозрачности и упрощение процедуры подготовки и предоставления информации для аудиторов, потенциальных и реальных акционеров, рейтинговых агентств;
- оптимизация структуры капитала;
- использование возможности фондового рынка для получения синергетического эффекта на масштабах (обоснованные проекты слияний и поглощений);
- снижение затрат, в том числе с помощью современных финансовых технологий, например, аутсорсинг;
- налоговая оптимизация (уменьшение суммы подлежащих уплате таможенных платежей и сборов);
- внедрение в систему управления финансами подсистемы «финансовый контроллинг»;
- управление денежными потоками;
- изыскание дополнительных источников дохода для предприятий розничной торговли;
- использование IT-технологий;
- дифференциация торговых надбавок;
- использование модифицированной модели управления запасами.

В данной статье пойдет речь о последнем пункте комплекса мероприятий по повышению финансовой устойчивости, предложенного автором, использование модифицированной модели управления запасами.

Политика управления оборотными активами² торговых организаций связана с управлением их главными составляющими: запасами, дебиторской задолженностью, денежными активами и их эквивалентами [3, с. 295]. Из практических исследований в области финансового менеджмента установлено, что из общей экономии, получаемой организацией за счет эффективного управления финансами, 50% может дать эффективное управление запасами, 40% – управление дебиторской и кредиторской задолженностью и 10% – управление технологическим циклом. Одной из основных целей управления производственными запасами является снижение затрат на поддержание товарных и производственных запасов. Грамотное управление за-

² Политика формирования оборотных активов определяется соотношением между риском и эффективностью деятельности компании, которые готовы принять ее менеджеры [56, с.288].

пасами позволяет высвободить значительные оборотные средства, замороженные в виде запасов. Показателями, на основе которых можно построить управление запасами, являются: объем финансовых средств, авансированных в запасы; оптимальный размер партии поставки [2, с. 158].

На предприятиях розничной торговли товарные запасы составляют наиболее существенную долю оборотных активов. Рациональное управление запасами открывает потенциальную возможность для сокращения объемов требуемого финансирования оборотных активов, следовательно, приводит к повышению эффективности управления финансовой устойчивостью торговой компании [3, с. 297].

В конечном счете управление запасами подчинено главной цели финансового менеджмента – максимизации рыночной стоимости компании, которая в отношении запасов достигается путем рационального вложения финансовых ресурсов в те или иные виды запасов [3, с. 297].

На предприятиях торговли оборотные активы составляют 70% и более процентов имущества предприятия. Поэтому эффективность использования и оборачиваемость средств, вложенных в оборотные активы, в значительной степени определяет финансовую устойчивость. Значительный удельный вес в оборотных активах предприятий торговли приходится на запасы, поэтому эффективность управления запасами во многом определяет эффективность использования оборотных средств.

Показателями, на основе которых можно построить управление запасами, являются:

- объем финансовых средств, авансированных в запасы;
- оптимальный размер партии поставки.

Основное внимание уделяется определению потребности в запасах текущего хранения, так как зачастую на предприятии они являются единственным видом запасов. Необходимый объем финансовых ресурсов, направленных на формирование запасов товарно-материальных ценностей, находится по формуле:

$$ФСз = СР * Нз - КЗ, \quad (1)$$

где:

ФСз – объем финансовых средств, авансированных в запасы;

СР – среднедневной объем расхода запасов в сумме;

Нз – норматив хранения запасов в днях;

КЗ – средняя сумма кредиторской задолженности за приобретенные товарно-материальные ценности [2, с. 158].

Одним из важнейших элементов управления финансовой устойчивостью торговых предприятий является управление запасами. Оптимизация запасов, рационализация способов доставки из распределительного центра ведет не только к сокращению затрат, но и к высвобождению части оборотного капитала.

В зависимости от целевого назначения запасы подразделяются на категории³.

³ Категории запасов в торговле: текущие запасы – запасы объемом в одну партию; подготовительные запасы выделяются из текущих запасов при необходимости их дополнительной подготовки к потреблению, например, фасовка и упаковка; страховые запасы; сезонные запасы. Кроме того, на предприятиях торговли выделяют ликвидные и неликвидные товарные запасы. Ликвидные запасы – это запасы, пригодные к реализации. К ним относят товары, на которые не истек срок реализации, не бракованные товары, пользующиеся спросом; неликвидные – это запасы, не пользующиеся спросом; непригодные к реализации бракованные товары, на которые истек срок реализации.

В случае, если товары могут быть признаны ликвидными, их стоимость будет влиять на общую ликвидность предприятия. Для предприятий розничной торговли следует учитывать, что если величина товарных запасов больше некоторого объема, который предприятие может реализовать за определенный период, то это отрицательно скажется на его финансовой устойчивости и ликвидности. Поэтому торговым предприятиям необходимо регулярно следить за уровнем запасов и не создавать излишних запасов. Это приведет к высвобождению дополнительных денежных средств и снижению общего уровня товарных запасов. Высвобождающиеся оборотные средства могут быть направлены на погашение краткосрочных пассивов либо вложены в высоколиквидные активы (ценные бумаги, депозиты банков и т.п. или ликвидные товарные запасы). Данные вложения принесут предприятию дополнительный доход, который в итоге повысит рентабельность предприятия. В свою очередь снижение величины товарных запасов приведет к снижению объема бракованных, испорченных товаров, товаров, на которые истек срок реализации, расходов на хранение и приведет к повышению уровня оборачиваемости запасов.

Существует много причин для создания избыточных товарно-материальных запасов:

- предприятие может покупать товары большими партиями с целью получения дополнительных скидок и снижения затрат на перевозку;
- эффективнее организовывать продажи и удовлетворять спрос покупателей.

Очевидной отрицательной стороной больших запасов являются общие затраты по их содержанию, включая затраты на хранение, перевозку, стоимость средств, вложенных в запасы, а также угрозу устаревания и порчи запасов.

Подходы к нормированию оборотных средств, по существу, помогают обосновать размер товарно-материальных ценностей, необходимых предприятию при нормальных условиях работы. Все, что предприятие имеет сверх этого, рассчитано на непредвиденные обстоятельства. Сколько товарно-материальных ценностей предприятие держит на непредвиденные обстоятельства, руководитель должен знать. И тогда он сможет принимать решения, при каких именно непредвиденных обстоятельствах эти ценности надо начать использовать для выхода из финансовых затруднений [4, с. 18].

Для предотвращения создания излишних запасов необходимо использовать модифицированную модель управления запасами, которые позволят определить их оптимальный уровень.

Неликвидные товарные запасы на предприятиях розничной торговли нужно ликвидировать одним из следующих способов.

1. Возврат продукции поставщику. Одни поставщики очень легко принимают возвращаемый товар. Другие же выставляют определенные условия. Лучший момент для переговоров об условиях возврата продукции поставщику – в преддверии соглашений о закупке новой товарной линии.
2. Спеццены на данные товары.
3. Промоакции.
4. Перемещение излишних запасов на другой склад – магазин, где они больше нужны.
5. Дополнительная мотивация торговому персоналу за продажу неликвидных товарных запасов.
6. Ротация данного товара у поставщика на другой товар, с потенциальной возможностью иметь более высокий уровень спроса.

7. Дарение товара какой-нибудь некоммерческой организации. Это создаст дополнительную рекламу магазину и позволит получить налоговые льготы.

Тем не менее, необходимо не ликвидировать излишние товарные запасы, а не создавать их, используя для этой цели эффективные модели управления запасами.

Общий подход к формированию запасов на предприятии, на взгляд автора, должен быть следующим: запасы должны увеличиваться до тех пор, пока получаемая экономия превышает общие затраты по содержанию дополнительных запасов.

Одной из важных задач, по мнению автора, является определение оптимального размера заказа на основные виды товаров, при которых достигается минимизация затрат на хранение и стоимости пополнения запасов.

Стоимость пополнения включает все затраты, связанные с обработкой, выставлением и приемкой заказа. В эту стоимость входят трудовые и материальные затраты на следующие процессы:

- составление списка запасов, нуждающихся в пополнении;
- выставление заказа на поставку;
- экспедиция заказа (при необходимости).

Стоимость пополнения – это денежная сумма, необходимая для оплаты всех операций, связанных с закупками какого-либо товара.

Стоимость пополнения можно рассчитать путем деления совокупных годовых затрат на пополнение складских запасов на общее число позиций, которые заказывались за аналогичный период. Стоимость пополнения обратно пропорциональна объему заказываемой партии.

Расходы на хранение запасов – это совокупность всех расходов, связанных с хранением запасов на складе. К ним относятся:

- затраты на перемещение продукции внутри склада;
- страхование хранимых товаров;
- арендные, коммунальные платежи за часть склада, в которой хранятся товары, убыль и устаревание;
- альтернативная стоимость инвестиций в запасы – недополученный доход от возможного использования замороженных в запасах средств для относительно безопасного и прибыльного инвестирования.

Соответственно, больший объем заказа увеличивает затраты на хранение запаса и одновременно снижает затраты на пополнение запаса. Необходимо найти такую величину заказа, при которой происходит снижение себестоимости товаров. Снижение себестоимости Z происходит тогда, когда одновременно происходит снижение затрат на хранение и пополнение запасов, но такое невозможно, так как данные величины связаны между собой обратной связью: снижение затрат на хранение Z_1 приводит к увеличению затрат на пополнение запаса Z_2 . Поэтому необходимо рассчитать такую величину заказа, при котором изменение Δ затрат на хранение запаса при всех других вариантах не превышает изменения Δ затрат, связанных с пополнением запаса. Причем разница изменений должна быть максимальной.

Оптимальный размер заказа будет рассчитываться для предприятия розничной торговли, который имеет двухуровневую складскую систему:

- распределительный центр или центральный склад – это основной склад компании, снабжающий все ее отделения и основные склады;
- центральный склад – склад первого уровня, и непосредственно магазины, которые также будут называться складами второго уровня.

В зависимости от того, на какой склад производится заказ, рассчитывается оптимальный размер заказа.

Основные преимущества данной модифицированной модели управления в том, что она позволяет учесть сезонность, циклические колебания и значимость отдельного вида продукции для предприятия.

Автор исходил из того, что никакие нормативы оборотных средств не навязываются предприятию, и оно может иметь на своем балансе столько запасов, сколько выдержат его финансовые источники. Автор не предлагает делать скрупулезные расчеты по каждой товарной позиции, а предлагает определить в самом укрупненном виде, сколько ориентировочно торговому предприятию надо иметь товарных запасов минимально. Это нужно для того, чтобы торговое предприятие имело представление, сколько у него на балансе лишних запасов, или, наоборот, сколько их не хватает. Соответственно, имея такую информацию, торговое предприятие вырабатывает свою линию поведения в отношениях с поставщиками, банками и т.д., либо оно знает, что в критической ситуации продаст часть запасов, либо, наоборот, срочно начнет закупать их по любым ценам, чтобы не нарушать финансовый цикл.

В розничных магазинах доля продаж, приходящихся на каждый день недели, повторяется. Так, например, отдел «Гастрономия» обычно реализует 45-47% объема товаров с понедельника по четверг включительно и 53-55% – в пятницу, субботу и воскресенье:

- понедельник – 9,2%;
- вторник – 9,6%;
- среда – 12,8%;
- четверг – 15,1%;
- пятница – 19,9%;
- суббота – 22,7%;
- воскресенье – 10,7%.

Как правило, наибольший объем проданной продукции; во всех отделах приходится на выходные [6, с.249].

Так как недельная структура продаж в розничных магазинах повторяется, то можно сделать вывод, что доля продаж каждого месяца в году также может быть прогнозируема (рис.1). По официальным данным Федеральной службы государственной статистики, на январь 2010 г. приходилось 7,2% всех годовых продаж, но февраль – 7,1%, на март – 7,7% и т.д. К тому же от времени года зависит объем продаж того или иного продукта. Оборот розничной торговли снижается в начале года и увеличивается в конце года, с марта по октябрь колебания оборота розничной торговли не существенны.

Выше приведены среднестатистические данные, естественно, что на каждом предприятии розничной торговли структура недельных и ежемесячных продаж будет несколько другой, так как она зависит от множества рыночных факторов: местоположение торговой точки, режима работы, наличия конкурентов, ассортимента, времени года и т.д. В данном случае автор указывает на зависимость структуры продаж от дня недели, а не конкретные цифры. Конкретные цифры по продажам в определенные дни недели, месяца каждое предприятие розничной торговли может получить путем анализа данных о продажах за предыдущие периоды.

Исходя из вышесказанного, чтобы учесть все факторы, влияющие на объем продаж, автор предлагает использовать модель оптимального объема заказа с использованием корректировочных коэффициентов K . Корректировочный коэффициент показывает долю

каждого дня недели, месяца в общей структуре продаж за аналогичный период (рис. 1).

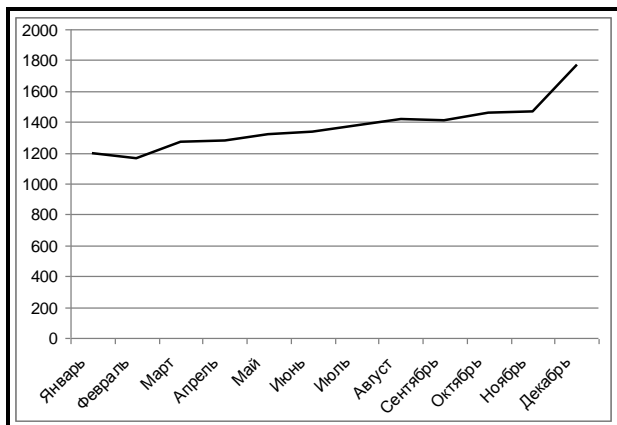


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли в 2010 г., млрд. руб.

Чтобы рассчитать оптимальный объем заказа, необходимо среднегодовой объем продаж в натуральных единицах скорректировать на корректировочный коэффициент месяца (профиль сезонности), корректировочный коэффициент вида продукции, сумму корректировочных коэффициентов дней недели и разделить данное произведение на количество данных дней недели в месяце (например, количество понедельников).

$$Q = \frac{V * K_m * K_t * \sum K_d}{nd}, \tag{2}$$

где

- Q** – оптимальный размер заказа в штуках;
- V** – среднегодовой объем продаж в штуках;
- K_m** – корректировочный коэффициент месяца;
- K_t** – корректировочный коэффициент вида продукции;
- K_d** – корректировочный коэффициент дня недели;
- nd** – количество данных дней недели в месяце.

Для складов уровня 1 данная формула изменится:

$$Q = \frac{V * K_m * K_t * \sum K_d - L - M_1}{nd}, \tag{3}$$

где

L – остаток товара (резерв) на складах уровня 2, который выше величины страхового запаса, определенного для данного товара;

M₁ – текущий остаток на складах уровня 1.

Для складов уровня 2 приведенная выше формула изменится следующим образом:

$$Q = \frac{V * K_m * K_t * \sum K_d + I - M_2}{nd}, \tag{4}$$

где

M₂ – текущий остаток на складах уровня 2;

I – это величина страхового запаса, которая условно принимается постоянной на протяжении всего периода.

Введение этого показателя необходимо, поскольку минимальный уровень запасов на складах уровня 2 не должен достигать нуля и опускаться ниже страхового запаса. Величина страхового запаса определяется:

- в виде процента от спроса во время выполнения заказа;
- на основе дневного потребления;
- экспертным путем;
- на основе среднего отклонения [7, с. 134].

Поддержание страхового запаса какого-либо товара требует определенных затрат. Для некоторых товаров предоставляемая страховым запасом гарантия не стоит этих затрат. К таким товарам относятся товары с небольшими сроками хранения от 24 часов до нескольких дней, элитная продукция высокой стоимостью и низкой оборачиваемостью (в зависимости от специфики магазина):

- хлебобулочные изделия, кисломолочная продукция, высоко-рецептурные изделия, колбасные изделия, овощи и фрукты;
- коллекционные вина, коньки, элитные кондитерские изделия и т.д.

На складах уровня 1, на взгляд автора, наличие страхового запаса не требуется, так как существует определенный резервный запас товара на складах уровня 2. Даже если товар закончился на центральном складе, это не значит, что продажи данного товара прекратились, так как этот товар еще есть на складах уровня 2.

Таким образом, резервный запас – это запас товаров на складах уровня 2. Резервный запас отличается от страхового тем, что его уровень постоянно изменяется. Страховой же запас подразумевает снижение уровня запаса только в крайних случаях.

Кроме обычных дней недели, также существуют праздничные дни, объем продаж в которые увеличивается в разы. Чтобы подготовиться к праздничным дням, необходимо также применять модель оптимального объема заказа. Но она теперь будет иметь уже немного другой вид:

$$Q = V * K_m * K_t * \sum K_{pd}, \tag{5}$$

где

K_{pd} – корректировочный коэффициент праздничного дня.

Коэффициенты праздничных дней также очень просто посчитать, основываясь на данные за предыдущие периоды продаж. Соответственно, если заказ происходит на склад уровня 1, то формула выглядит таким образом:

$$Q = V * K_m * K_t * \sum K_{pd} - L - M_1. \tag{6}$$

Если заказ происходит на склад уровня 2, то формула имеет вид:

$$Q = V * K_m * K_t * \sum K_{pd} + I - M_2. \tag{7}$$

Представленную модель необходимо применять в тех случаях, когда мы точно знаем, что поставка происходит несколько раз в неделю или месяц по определенным дням. В данной системе заказы делаются в строго определенное время. Объем заказа рассчитывается при условии стабильности системы. В случае возникновения отклонений в работе системы, например, задержки в поставке, следующий размер заказа необходимо корректировать.

Модифицированная модель управления товарными запасами, основанная на оптимальном размере заказа с установленной периодичностью, разработана для предприятий розничной торговли, которые имеют двух-уровневую складскую систему: распределительный центр или центральный склад – это основной склад компании (уровень 1), снабжающий все ее отделения основные склады и магазины (уровень 2). В зависимости от того, на какой склад производится заказ, рассчитывается оптимальный размер заказа. Модифицированная модель управления запасами основана на выявленной закономерности структуры продаж розничных торговых компаний по дням недели и месяцам, а также учитывает факт дифференцированного подхода к формированию запасов на различные виды продукции. Так,

на высокодоходные, высокооборотачиваемые товарные позиции уровень запаса может быть выше других. На основе этого автор предлагает использовать корректировочные коэффициенты, которые показывают долю каждого дня недели, месяца в общей структуре продажи и учитывают вид товарной продукции. Было определено, что страховой запас на складах уровня 1 не требуется, так как уже существует определенный резерв товара на складах уровня 2. Даже если товар закончился на центральном складе, это не значит, что продажи данного товара прекратились, так как этот товар еще есть на складах уровня 2. Таким образом, резервный запас – это запас товаров на складах уровня 2. Резервный запас отличается от страхового тем, что его уровень постоянно меняется. Страховой же запас подразумевает снижение уровня запаса в редких случаях.

Данная модель не требует регулярного контроля количества запаса, учитывает сезонные колебания продаж и вид продукции, проста и понятна. На практике использование данной модели эффективно, если отсутствуют систематические сбои в поставке и реализации товаров.

Эффективное управление запасами позволяет снизить продолжительность производственного и операционного цикла, уменьшить текущие затраты на их хранение, высвободить из хозяйственного оборота часть финансовых средств, направляя их в другие активы.

Профессор, доктор экономических наук И.А. Бланк отмечает, что управление запасами должно включать ряд последовательно выполняемых этапов:

- анализ запасов товарно-материальных ценностей в предшествующем периоде;
- определение целей формирования запасов;
- оптимизация размера основных групп текущих запасов;
- оптимизация общей суммы запасов товарно-материальных ценностей, включаемых в состав оборотных активов;
- построение эффективных систем контроля за движением запасов в организации;
- реальное отражение в финансовом учете стоимости запасов товарно-материальных ценностей в условиях инфляции [1, с. 341].

Технология оптимального управления готовой продукцией также унифицирована и предполагает учет следующих факторов:

- запасы готовой продукции увеличиваются по мере завершения цикла производства;
- при планировании запасов готовой продукции необходимо учитывать платежеспособный спрос покупателей;
- на величину запасов готовой продукции могут существенно влиять сезонные колебания;
- неоправданное завышение объемов готовой продукции может привести к образованию залежалых и неходовых товаров [5, с. 343].

Подводя итог, нужно отметить, что управление товарными запасами на предприятиях розничной торговли помогает найти компромисс между риском потери ликвидности и эффективностью работы организации.

Литература

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент [Текст] : учеб. курс / И.А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – Киев : Эльга, Ника-Центр, 2005. – 656 с.
2. Иванова А.Ю. К вопросу разработки политики управления оборотным капиталом предприятия [Электронный ресурс] / А.Ю. Иванова // Мат-лы X региональной науч.-технической конф. «Вузовская наука – Северо-Кавказскому региону» / СевКавГТУ. 2006.
3. Корпоративные финансы [Текст] : учеб. для вузов / под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. – СПб. : Питер, 2011. – 592 с. : ил. (Учебник для вузов).
4. Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле [Текст] / Крейнина М.Н. – М. : Дело и сервис, МВ-Центр, 1994. – 256 с.
5. Леонтьев В.Е. и др. Финансовый менеджмент [Текст] : учеб. / В.Е. Леонтьев, В.В. Бочаров, Н.П. Радковская. – М. : Элит, 2005. – 560 с.
6. Снегирева В.В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [Текст] / Снегирева В.В. – СПб. : Питер, 2007. – 416 с.
7. Эффективное управление запасами [Текст] / Джон Шрайбфедер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 304 с.

Ключевые слова

Предприятие; финансовая устойчивость; отрасль; тенденции; оборотные активы; управление запасами; розничная торговля; факторы; комплекс мер; модель.

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. До настоящего времени около четверти российских предприятий розничной торговли убыточны, на многих предприятиях ощущается недостаток денежных средств, а активы предприятий недостаточно ликвидны для поддержания финансовой устойчивости и платежеспособности. В условиях рыночной экономики, к которой трудно адаптируются отечественные предприятия торговли, залогом выживаемости и основой устойчивости предприятия является управление финансовыми ресурсами, направленное не только на максимизацию прибыли в краткосрочном периоде, но и на поддержание состояния финансовой устойчивости. Проблема финансовой устойчивости предприятий относится к числу наиболее важных не только финансовых, но и общеэкономических проблем.

Научная новизна и практическая значимость. Автор статьи обосновывает влияние управления запасами на финансовую устойчивость предприятий розничной торговли и предлагает модифицированную модель управления запасами, основанную на оптимальном размере заказа с установленной периодичностью, которая была разработана для ритейлеров, которые имеют двухуровневую складскую систему: распределительный центр или центральный склад – это основной склад компании (уровень 1), снабжающий все ее отделения основные склады и магазины (уровень 2). При создании модели автором были выявлены специфические особенности торговой отрасли.

Выводы и предложения, изложенные в статье, теоретически обоснованы и имеют практическую значимость.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к изданию.

Леонтьев В.Е., д.э.н., профессор, заместитель заведующего кафедрой финансов по учебной работе Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

Куропаткина Ольга Михайловна