

4. Die G. Cracking the code on incrementality in brick-and-mortar // Official site PathToPurchaseInstitute. [Electronic resource]. – Access: <https://p2pi.com/cracking-code-incrementality-brick-and-mortar>. – Date of access: 30.09.2024.

5. Рейтинги и рэнкинги устойчивого развития // Официальный сайт ESG Альянса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.esg-a.ru/ru/ratings>. – Дата доступа: 30.09.2024.

УДК 338.2

С. С. Каморников

katornikov@beloil.by

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Республика Беларусь

С. С. Кирелюк

S.Kireluk@beloil.by

РУП «Производственное объединение «Белоруснефть», Республика Беларусь

О НЕКОТОРЫХ ИНТЕГРАЛЬНЫХ МОДЕЛЯХ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОПУТСТВУЮЩЕГО БИЗНЕСА РОЗНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ НЕФТЕПРОДУКТАМИ

В работе отмечаются особенности оценки эффективности сопутствующего бизнеса розничных предприятий по обеспечению нефтепродуктами. С их учетом обосновываются системы показателей эффективности деятельности таких предприятий и строятся многомерные мультипликативные модели факторного анализа.

Как отмечено в работе [1, с. 110], розничный рынок светлых нефтепродуктов Республики Беларусь относится к зрелым рынкам, близким к насыщению, а потому для него характерна тенденция снижающейся маржинальности по основному виду деятельности – реализации моторного топлива. В итоге доходы от бизнеса, связанного с розничной торговлей светлыми нефтепродуктами, падают. В перспективе эта тенденция будет только усиливаться ввиду роста в стране парка электромобилей и падения коэффициента автомобилизации в сегменте автомобилей с двигателем внутреннего сгорания.

В такой ситуации одно из возможных направлений развития рынка – диверсификация его за счет подъема сопутствующего бизнеса, создания уникального торгового преимущества для конечного потребителя, где набор сопутствующих товаров и услуг позволил бы увеличивать лояльность клиентов и предлагать им нечто большее, чем основной продукт.

Как показывает анализ, такое направление развития рынка является весьма перспективным. Если сегодня доля сопутствующего бизнеса в общем товарообороте (выручке) автомобильных заправочных станций относительно невелика и составляет в среднем около 15 %, то уже при формировании финансового результата предприятия, с учетом применяемых надбавок при реализации сопутствующих товаров и продукции общественного питания эта доля существенно увеличивается и составляет более 60 %. Отметим, что с каждым годом такая тенденция усиливается: автомобильные заправочные станции все больше трансформируются из объектов придорожного сервиса с обеспечением только возможности заправки транспортного средства в инфраструктурные объекты придорожного сервиса с возможностью как заправки, так и получения услуг общественного питания, покупки товаров в магазинах на АЗС, использования услуг страхования, автоматических моек и пр.

Под давлением многих внешних и внутренних факторов рынок розничной торговли нефтепродуктами несмотря на свою зрелость сегодня остается весьма подвижным, спрос и покупательские предпочтения на нем весьма динамичны, и чтобы им соответствовать, нужно не

только следовать современным маркетинговым траекториям, но и активно исследовать его, развивая в том числе методику оценки факторного влияния на результаты деятельности предприятий розничной торговли нефтепродуктами. Последняя задача является достаточно актуальной, учитывая тот факт, что сегодня нет унифицированной модели расчета влияния факторов на результирующие показатели видов деятельности «общественное питание» и «торговля сопутствующими товарами», которая позволила бы оценить динамику показателей. С учетом этого многие существующие подходы требуют существенной корректировки и уточнения.

В экономическом анализе, как известно (см., например, [2, с. 28]), в настоящее время для оценки влияния факторов используется целый арсенал методов факторного анализа. При этом «под факторным анализом понимается методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результирующих показателей» [2, с. 29]. Основная идея его заключается в разложении общей вариации результирующей функции на компоненты, которые не зависят друг от друга и при этом каждая из них характеризует влияние вариации того или иного фактора или взаимодействия целого ряда факторов [3, с. 115]. При этом в экономической практике в зависимости от исследуемой ситуации используются как аддитивные, так и мультипликативные модели представления результата.

Сравнительный анализ (см., в частности, [4, с. 34]) используемых в финансовом анализе методов выявляет ряд существенных недостатков в большинстве из них. По мнению ведущих специалистов в области экономического анализа [5, с. 46] к наиболее универсальным методам оценки количественного влияния факторов на результирующий показатель относится интегральный метод. Использование его позволяет получить более точные оценки влияния факторов по сравнению со способами цепной подстановки, абсолютных и относительных разниц и избежать неоднозначной оценки влияния. Кроме того, он обеспечивает полное разложение результирующего показателя по факторам и имеет универсальный характер, так как применим к многим видам моделей: мультипликативным, кратным и смешанным.

В данной работе обосновывается введение двух групп факторных показателей и группы результирующих показателей предприятия по обеспечению нефтепродуктами (АЗС) и на этой основе строятся многомерные мультипликативные модели детерминированного факторного анализа его товарооборота.

Первая группа факторных показателей включает показатели, характеризующие конкурентоспособность объекта при розничной реализации сопутствующих товаров и/или продукции общественного питания, его востребованность, доступность и потенциал:

- СрКП – среднее количество позиций в одном чеке (измеряется в единицах товара);
- КвЧ – количество чеков в периоде, штук;
- СрЦП – средняя цена одной позиции в одном чеке (измеряется в денежном выражении);
- К – коэффициент сменности (12 часов – единица, 24 часа – 2);
- СрЧ – средний чек на покупку в торговом объекте (измеряется в стоимостном выражении).

Вторая группа содержит показатели ресурсооборуженности объекта, характеризующие возможности роста, обеспеченность и человеческий ресурс:

- S – площадь торгового объекта (измеряется в квадратных метрах);
- ФО и ФВ – фондоотдача и фондовооруженность;
- Числ – численность работников в торговом объекте.

Группа результирующих показателей включает показатели: П – производительность труда; ТО – розничный товарооборот объекта (измеряется в стоимостном выражении).

Анализ представленных показателей и их взаимодействия позволяет выявить объективно существующие факторные связи и построить многомерные мультипликативные модели, отражающие закономерности взаимодействия с помощью коэффициентов, имеющих следующие аббревиатурные обозначения:

а) $\frac{SS}{СрЧ}$ – объем розничного товарооборота со всей торговой площади за 1 рабочую

смену, приходящийся на 1 рубль среднего чека (показатель позволяет оценить изменение номенклатуры товарных групп, выкладки товаров на торгово-технологическом оборудовании, а также взаимосвязь этих изменений с динамикой торговой площади торгового объекта);

б) $\frac{Пр}{КвЧ}$ – емкость чека относительно объема товарооборота, приходящегося на одного

работника (показатель позволяет оценить динамику спроса и покупательских ожиданий на торговом объекте путем изучения влияния изменения количества работников, количества покупок и соотношения показателей);

в) $\frac{Числ}{СрКП}$ – количество работников торгового объекта, требующееся для продажи сред-

него количества покупок (товаров или единиц продукции) в одном чеке;

г) $\frac{Фотд}{КвЧ}$ – нагрузка единицы розничного товарооборота на основные фонды, которую

несет 1 чек продажи товаров или продукции на торговом объекте;

д) $\frac{Фв}{СрЦП}$ – обеспеченность персонала торгового объекта основными фондами из расчета

на среднюю цену 1 позиции товара или продукции в чеке.

На основании предложенной системы показателей и факторов построены следующие трех-, шести- и восьмифакторные мультипликативные модели товарооборота и обоснована их актуальность для проведения факторного детерминированного анализа деятельности предприятия розничной торговли нефтепродуктами:

$$ТО = КвЧ \cdot СрКП \cdot СрЦП;$$

$$ТО = \frac{SSKD}{СрЧ} \cdot \frac{Пр}{КвЧ} \cdot \frac{Числ}{СрКП} \cdot \frac{Фотд}{КвЧ} \cdot \frac{Фв}{СрЦП} \cdot Числ;$$

$$ТО = \frac{SS}{СрЧ} \cdot К \cdot D \cdot \frac{Пр}{КвЧ} \cdot \frac{Числ}{СрКП} \cdot \frac{Фотд}{КвЧ} \cdot \frac{Фв}{СрЦП} \cdot Числ.$$

Учитывая, что валобразующие показатели (в частности, товарооборот) не в полной мере раскрывают и характеризуют потенциал и резервы роста предприятия, в работе для оценки эффективности его деятельности, отмеченные выше модели дополняются следующей пятифакторной моделью рентабельности продаж:

$$P = \frac{П}{А} \cdot \frac{ТО}{ОФ} \cdot \frac{ОФ}{Числ} \cdot \frac{Числ}{ТО} \cdot \frac{А}{ТО},$$

где P – рентабельности продаж;

А – активы анализируемого объекта;

ОФ – основные фонды анализируемого объекта.

Использование предложенных многомерных мультипликативных моделей по сравнению с существующими обеспечивает более глубокое и разностороннее изучение факторов, которые оказывают влияние на формирование ключевых результативных показателей административно-хозяйственной деятельности предприятий по обеспечению нефтепродуктами в Республике Беларусь. Их использование позволяет разработать гибкий план мероприятий по повышению эффективности, определить резервы роста и создать последовательную стратегию улучшения показателей деловой активности.