

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЗАПАСЫ - СУЩНОСТЬ И ПОДХОД К АНАЛИЗУ

А.В. Зырянов,
Уральский государственный экономический университет

Термин «потребительские запасы» является довольно часто употребляемым. При этом исследованию сути потребительских запасов, по мнению автора, уделяется недостаточно внимания. Иногда возникает и определенная путаница по вопросу о том, что же считать потребительскими запасами. Скажем, можно ли ставить знак равенства между понятиями «потребительские запасы» и «запасы товаров народного потребления»? Каковы размеры и уровень потребительских запасов? К сожалению, современная экономическая литература не дает ясного ответа на вопрос о сущности, а статистический учет - о размерах и уровне потребительских запасов.

Для ответа на эти вопросы необходимо обратиться к теории управления запасами.

Товарно-материальные запасы состоят из двух супергрупп: средств производства и предметов потребления. Один из известных специалистов по управлению запасами, проф. Н.Д. Фасоляк отмечал, что в отличие от средств производства предметы потребления совершают один кругооборот и их движение заканчивается после удовлетворения личных потребностей человека [4, с. 126-127]. При этом выделяются стадии кругооборота предметов потребления, которые мы приводим в несколько уточненном виде (см. рис. 1).

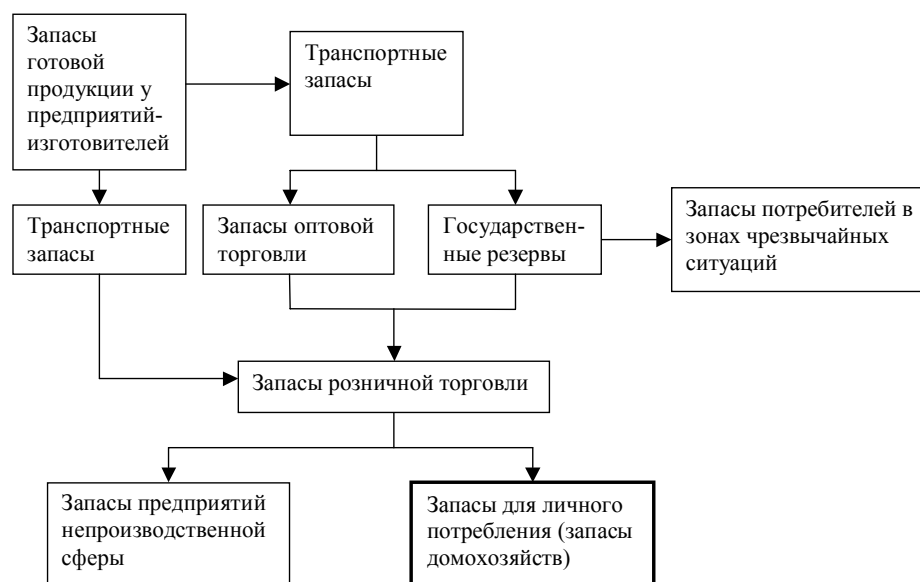


Рис. 1. Схема материального потока и запасов предметов потребления

На наш взгляд, выделенным на рис. 1 запасам предметов потребления, образующимся в домохозяйствах, определению их роли и размеров, особенностям формирования в разрезе товарных групп и в разрезе различных типов домохозяйств (количественный состав семьи, уровень доходов, региональные различия и т. п.) уделяется пока недостаточно внимания.

Следует внести уточнения в понятийный аппарат темы, разграничив понятия «товарные потребительские запасы» и «потребительские запасы».

Широко используется понятие «товарные потребительские запасы», которое включает в себя запасы потребительских товаров: а) у изготовителей; б) в оптовой торговле; в) в розничной торговле, то есть находящиеся в пределах сферы товарного обращения и еще ее не покинувшие. В 2000 г. их структура в раз-

резе перечисленных групп составляла соответственно (в %): 14,8; 29,8 и 55,4 [2, с. 126, расчет автора]. Как видим, преобладающий удельный вес в структуре товарных потребительских запасов приходится на розничную торговлю.

Кроме того, существует и понятие «потребительские запасы». Оно может рассматриваться широко и включать в себя в таком случае как производственные запасы (если рассматривать производственное предприятие в качестве потребителя), так и запасы предметов потребления у конечных потребителей, то есть в домашнем хозяйстве. Поскольку запасы потребительских товаров, равно как и запасы средств производства, которые предназначены для использования в процессе производства, у предприятий носят название производственных запасов, то правильнее понимать под потребительскими запасами запасы предме-

тов потребления, хранящиеся в домохозяйствах и уже вышедшие из процесса товарного обращения. Товарными запасами их уже называть нельзя.

Отметим попутно, что в совокупности запасы потребительских товаров и средств производства, предназначенные для использования в производственном процессе, на наш взгляд, правильнее было бы называть запасами продукции производственно-технического назначения.

В современной статистике совершенно справедливо все больше внимания уделяется домашним хозяйствам. Исследуются состав и структура расходов на конечное потребление домашних хозяйств. Это весьма важно, поскольку, например, в индустриально развитых государствах удельный вес домашних хозяйств в ВВП составляет значительную величину по сравнению с двумя другими секторами: бизнесом и правительством. Так, в США структура расходов в ВВП сравнительно недавно выражалась следующими цифрами (в %): домашние хозяйства - 65,6; бизнес - 16,3; правительство - 20,6 [3, с. 441].

Однако особенности и размеры потребительских запасов пока не изучены.

Нами проведено выборочное обследование домашних хозяйств жителей города Екатеринбурга, а также находящихся на территории Свердловской области городов Первоуральска и Каменск-Уральского. Выборка оказалась достаточно представительной и охватила 246 домашних хозяйств. Включенные в массив домашние хозяйства относятся к средним по уровню среднедушевых расходов. По принятой в выборочных статистических обследованиях методике домашние хозяйства относятся к 3-6-й группам по уровню среднедушевых расходов.

Как известно, состав потребительских товаров, которые мы в контексте данной статьи рассматриваем как синоним товаров народного потребления, достаточно широк. Сюда относятся товары повседневного спроса и товары долговременного использования. К первой группе относятся продукты питания, а также товары бытового назначения. Во вторую группу входят товары культурно-бытового назначения длительного пользования, одежда, обувь и ряд других товаров.

Автора в большей степени интересовала группа потребительских товаров повседневного спроса. В разработанную анкету были включены 23 товарные группы продуктов питания: мясо; птица; колбаса; пельмени; консервы; рыба; молоко; кефир, ряженка и другие подобные молочные продукты; творог; сыр; яйца; сахар; крупы; хлеб; чай, кофе; соки; минеральная вода; картофель; лук; морковь; яблоки; апельсины и другие цитрусовые; бананы.

Данный перечень можно было бы продолжить, что осуществимо в дальнейших исследованиях. Кроме того, изучая потребительские запасы, необходимо проводить подобного рода анализ и в части непродовольственных товаров повседневного спроса: хозяйственные товары (предметы гигиены, мыло и моющие средства, спички, некоторые канцелярские товары, предметы и принадлежности для растущего числа пользователей компьютерной техники и т. д.).

Вообще, вопросы определения сущности товаров повседневного спроса и пользования, их состава требуют к себе более глубокого внимания и изучены не в полной мере. Значимость данной проблемы усиливается постоянным и быстрорастущим расширением товарного ассортимента.

Особого внимания требует классификация услуг. Правомерна ли постановка вопроса о существовании услуг постоянного спроса, и что следует к ним относить?

Форма с показателями и сводные данные по товарной группе «мясо» приведены в таблице 1.

Приведем основные выводы, которые позволил получить анализ ответов респондентов.

Таблица 1

Сводные данные о покупке продуктов питания домашними хозяйствами (товарная группа «мясо»)

	Количество домохозяйств	Средний интервал покупки, дней	Средняя дневная потребность домохозяйства, кг	Средний размер покупки, кг	Средний потребительский запас, дней
Домашние хозяйства, состоящие из:					
2-х человек	47	8,50	0,180	1,53	0,77
3-х человек	101	7,28	0,244	1,78	0,89
4-х и более человек*	98	8,47	0,285	2,41	1,21
В целом по всем группам	246	7,99	0,243	1,94	0,97

* В данной группе преобладают семьи, состоящие из 4-х человек. Сравнительно невысок удельный вес семей численностью 5 и 6 человек.

Оказалось, что средний интервал покупки не коррелирует с численным составом семьи. В одних случаях зависимость обратная: с увеличением численности семьи уменьшается интервал покупки (колбаса; пельмени; консервы; сыр; сахар). В других - прямая (яблоки). Но по большинству товарных групп зависимости не выявлено, а приведенный пример с группой «мясо» достаточно типичен.

Следующий вывод, который дают полученные ответы, состоит в том, что средние объемы потребления в расчете на одного члена семьи несколько больше в малых семьях (2 человека) и сокращаются в крупных семьях (4, 5 и 6 человек).

Средневзвешенные интервалы совершения покупки по всей совокупности товарных групп в разрезе домохозяйств разного размера также не позволяют сделать вывод о существовании заметных особенностей у этих домохозяйств. Среднее значение интервала покупки колеблется в диапазоне 6,42-6,83 дня.

Проведенный анализ позволил определить средние запасы продуктов питания в расчете на одно домохозяйство. Они достаточно существенны: 14,18 кг в домохозяйстве из двух человек; 14,59 кг - из трех; 17,99 кг - из четырех и более человек.

Выявлены особенности отдельных товарных групп в части интервалов совершения покупки (см. таблицу 2).

Таблица 2

Интервалы совершения покупки продуктов питания в разрезе товарных групп

Интервалы совершения покупки, дней			
до 3,99	4,00 - 5,99	6,00 - 7,99	8,00 - 10,00 и более
молоко; кефир; хлеб; минеральная вода	колбаса; творог; соки; яблоки	консервы; сыр; апельсины; бананы	мясо; птица; пельмени; рыба; яйца; сахар; крупы; чай, кофе; картофель; лук; морковь

Исследование сущности и видового состава потребительских запасов имеет весьма важное значение.

В теоретико-методологическом плане это позволит точнее определить содержание и структуру совокупных потребитель-

ских запасов общества. Обобщая вышесказанное и оставляя в стороне имеющую специфику систему запасов государственных материальных резервов, движение потребительских товаров и

соответствующие каждому звену потребительские запасы можно представить в виде следующей цепочки (рис. 2).

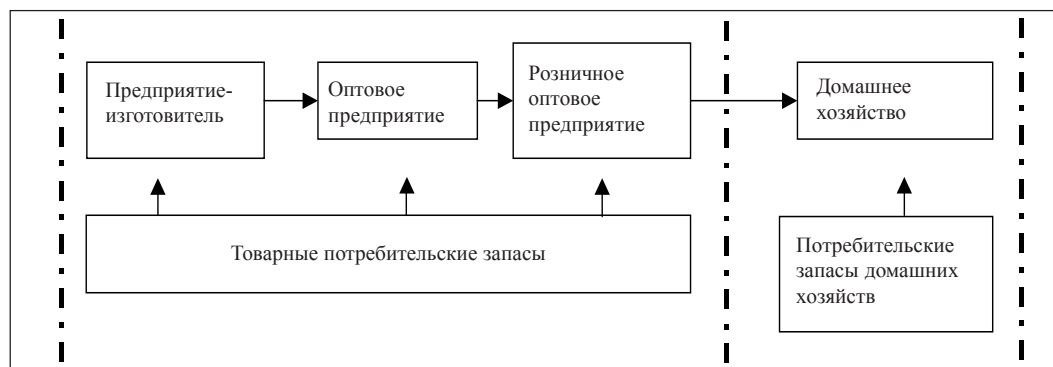


Рис. 2. Совокупные потребительские запасы общества

Проведенный автором анализ не позволяет пока сделать выводы о структуре совокупных потребительских запасов общества. Для этого требуется проведение дополнительных исследований. В практическом и методическом плане такой анализ позволит точнее определить, скорректировать и дополнить состав товаров повседневного спроса; с учетом фактически имеющих место интервалов совершения покупки более обоснованно подходить к практическому решению проблемы размещения розничных торговых предприятий, реализующих товары повседневного спроса, на территории районов и микрорайонов городских поселений. Это даст возможность розничным торговым предприятиям правильно планировать ассортимент и размеры закупок и товарных запасов.

Наконец, теоретическое и практическое значение имеет сопоставление связанных с содержанием потребительских запасов издержек: логистических и потребительских, о чем мы писали в других работах [например: 1, с. 184-190]. Методически такая задача не отработана. Проблема заключается в неоднозначности трактовки состава издержек потребления и сложности их приведения к сопоставимому виду с точки зрения используемых единиц измерения. Между тем и те, и другие издержки (и их размер) оказывают большое влияние на выбор предпринимателем места дислокации торгового предприятия и покупателем - магазина, в котором лучше приобрести товар. На рис. 3 представлена схема движения товара из сферы торговли в сферу потребления и адекватные этим процессам издержки.

Если логистические издержки измеряются в стоимостном выражении, то издержки потребления в одной части измеряются временем, затрачиваемым на приобретение товаров, в другой - деньгами, израсходованными на дорогу в магазин и обратно, стоимостью упаковочных материалов. Однако полностью оценить издержки потребления в стоимостном выражении довольно трудно. Все-таки главными компонентами издержек потребления следует считать затраты времени в минутах и часах на приобретение товаров, о которых говорилось в начале данной статьи.

Если выбирать те или иные издержки в качестве критерия для обоснования местоположения розничного предприятия и его размера, то нужно обязательно учитывать рассмотренные типы товарных групп. Для товаров повседневного спроса, безусловно, более предпочтительным является критерий минимизации издержек потребления. Покупатель, как показали результаты проведенного опроса, вероятнее, пойдет за ними в бли-

Сфера	Торговля	Потребление
Движение товара	Розничное торговое предприятие	Домашнее хозяйство покупателя
Операции	Логистические Доставка, приемка, разгрузка, хранение, продажа	Потребительские Время на покупку, время на доставку домой, время на подготовку к потреблению
Издержки	Логистические Адекватны соответствующим операциям	Потребительские

Рис. 3. Движение товара из сферы торговли в сферу потребления и адекватные этим процессам издержки

жайший магазин. А критерием для дорогостоящих товаров и предметов роскоши лучше считать минимизацию логистических издержек. Покупатель, не считаясь со временем, пойдет приобретать такие товары, скорее всего, в крупные центральные магазины.

Автор считает, что данное направление анализа следует продолжить, что обогатит наши знания о потребительских запасах, закономерностях их образования, а результаты будут полезны исследователям, работникам торговли, студентам экономических вузов, а главное, конечным потребителям товаров.

Литература

- Зырянов А.В. Инвестирование и размещение торговых предприятий: Учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. - Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2001. - 203 с.
- Торговля в России: Стат. сб./ Госкомстат России. - М., 2001. - 495 с.
- Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд. - М.: Дело ЛТД, 1993. - 864 с.
- Экономика, организация и планирование материально-технического снабжения и сбыта: Учебник для экон. вузов / Под ред. Н.Д. Фасоляка. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономика, 1980. - 368 с.

ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Т.Н. Агапова, д-р экон. наук,
О.В. Фольк,
Вологодская государственная молочнохозяйственная академия
им. Н.В. Верещагина

В настоящее время в статистике торговли в качестве объекта наблюдения рассматривается предприятие торговли относительно его организационно-правовой формы, то есть субъект торговли, а не предприятие торговли как имущественный комплекс, используемый субъектом торговли для купли-продажи товаров и оказания услуг торговли.

Рассмотрение предприятия торговли как имущественный комплекс позволяет облегчить статистическое наблюдение и имеет ряд преимуществ, а именно:

- постоянство размещения и закреплённость за территорией;
- независимость от частой смены собственников предприятия и процедуры их регистрации;
- возможность использования для типизации ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий».

В свою очередь для использования этих преимуществ и для оценки суммарных характеристик изучаемых совокупностей в розничной торговле возникает необходимость в использовании данных о численности предприятий розничной торговли как в целом, так и по формам продажи товаров. Рассматривая в динамике данный показатель с 1990 по 2001 г., отмечаем его неуклонный рост. Темп прироста в 2001 г. в сравнении с 1990 г. составил 36%, но с увеличением количества рассматриваемых предприятий происходит и изменение форм продажи товаров, а именно отмечается увеличение рынков и мест торговли на них.

Проведя сопоставление базисных темпов роста количества предприятий и оборота розничной торговли (ОРТ) (см. рисунок), выявили разнонаправленность уровней динамических рядов, что свидетельствует о тенденции уменьшения размеров анализируемых предприятий. Так, если в качестве показателя размера предприятия принять торговую площадь, то на конец 2002 г. 81% продовольственных магазинов имеют среднюю торговую площадь 48 кв. метров, а в 1990 г. она составляла 94 кв. метра.

При статистическом наблюдении за деятельностью предприятия розничной торговли следует учитывать особенности, связанные как с отраслью или видом экономической деятельности, так и с формой предприятия, а именно:

- децентрализацию торговли, сопровождающуюся большой численностью предприятий торговли;
- высокую динамичность сферы товарного обращения;
- частую смену собственников предприятий торговли, видов экономической деятельности.

Все это должно находить отражение в организации статистического наблюдения, а именно на его типе (отчетность; специально организованное наблюдение; регистры).

Несмотря на увеличение численности предприятий торговли, сопровождающееся изменением структуры по организационно-правовой форме в сторону увеличения удельного веса индивидуальных предпринимателей и малых предприятий, это не отражается на составе статистических форм. Из всех используемых сегодня 29 форм, содержащих около 300 показателей, большая часть - 24 формы, содержащие 73% всех показателей, разработаны для юридических лиц. Для малых предприятий применяется одна форма, включающая 10% всех показателей, и одна

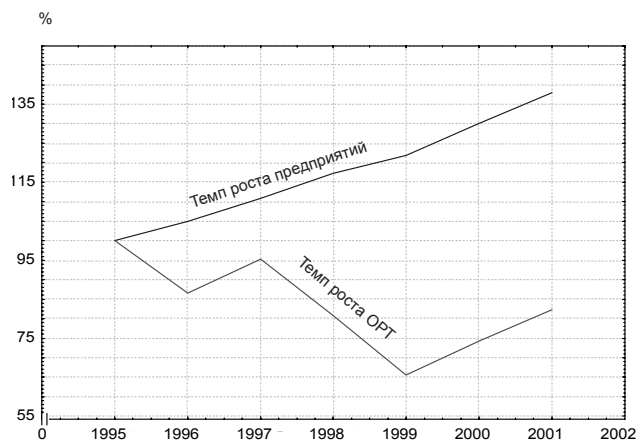


Рисунок. Соотношение базисных темпов роста предприятий розничной торговли и темпов роста оборота розничной торговли в физическом объеме в Вологодской области

форма для индивидуальных предпринимателей. По содержанию рассмотренные выше формы имеют полный перечень показателей только в наблюдении за юридическими лицами. Кроме того, в них встречается разное наименование показателей одного экономического содержания. Так, например, показатель «Оборот розничной торговли» имеет в статистической практике следующие наименования:

- общая стоимость проданных населению товаров;
- количество проданного товара продавцом;
- продано товаров в розничной торговле;
- торговая выручка наличными;
- отгружено (передано) товаров в фактических ценах (с НДС и акцизами);
- оборот торговли на рынке;
- оборот торговли продавца.

Реформирование системы статистического наблюдения - одно из главных стратегических направлений деятельности органов государственной статистики. Основное внимание уделяется проведению наблюдений за деятельностью малых предприятий. В методических рекомендациях, разработанных Госкомстатом России, например, таких, как Методологические положения по проведению выборочного наблюдения индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в торговле и общественном питании. Алгоритм формирования выборочной совокупности, 2003; Методологическое описание функционирования программного комплекса, обеспечивающего построение выборочной совокупности и распространения результатов опроса на исследуемую совокупность (малые предприятия), 1999, находят отражение технологии его проведения. В статистическом исследовании первоочередное внимание уделяется статистическому наблюдению, так как от полноты, объективности, достоверности полученных данных зависит решение поставленных перед исследователем задач, обоснованность выводов, прогнозов.

Разными авторами выделяется различное количество эта-

пов проведения наблюдения. По нашему мнению, можно выделить три основных этапа:

- подготовительный;
- непосредственно наблюдение;
- обобщение и обработка полученных данных.

С точки зрения трудоемкости отдельных этапов и затрат на их проведение, к сожалению, нет достоверной возможности их охарактеризовать, так как нет достаточного массива учетных данных. Однако даже в западных странах, несмотря на высокую организованность выборочного наблюдения, подготовительный этап занимает треть времени [см.: Деев Г.И. Несплошное статистическое наблюдение. М.: Госкомстат России, 2000].

Проведенный анализ применяемых методик с акцентом на подготовительный этап (см. таблицу) позволил выявить ряд практических трудностей и недостатков, связанных с определением объекта наблюдения:

1. При рассмотрении в качестве единицы наблюдения и единицы отбора место торговли уменьшается на 13 показателей [форма № 1-ИНД (торг)], относящихся к общей характеристике индивидуального частного предпринимателя (ИЧП). В этом случае при наблюдении акцентируется внимание на показателях деятельности и снижаются затраты при проведении наблюдения как со стороны комитета статистики, так и со стороны отчитывающейся единицы.

2. Не рассмотрен способ переноса результатов наблюдения по местам торговли на отдельного предпринимателя, то есть по одной совокупности показатели в расчете на ИЧП, а по другой - на место торговли.

3. В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) по разделу G «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» выделя-

ются: класс; подкласс; группа; подгруппа. Требуется обоснование уровня классификации, который нужно использовать при расслоении ИЧП.

4. В ЕГРПО содержится список зарегистрированных частных предпринимателей, а не лиц, осуществляющих торговлю. Это вызывает необходимость проверки выборочной совокупности, сформированной из списочной основы, и исключения тех, кто не осуществляет деятельность в наблюдаемом периоде.

5. При регистрации ИЧП и внесении его в ЕГРПО отражается его основная деятельность на момент регистрации. Все другие виды деятельности, которые ИЧП осуществляет в настоящее время, не отражаются в ЕГРПО.

6. Показатель «Численность населения» имеет ряд недостатков, если его использовать как основание для расслоения генеральной совокупности:

а) его значение фиксируется на уровне 2002 г. (перепись населения), что не показывает миграцию населения в последующих периодах;

б) не измерена его зависимость от оборота розничной торговли;

в) формирование однородных групп по данному показателю в разрезе счетных участков не сказывается на оценке показателей торговли.

7. Показатель «Оборот розничной торговли» в расчете на ИЧП должен рассматриваться как вспомогательный, а не как основной для описания типов торговых предприятий.

8. Нет выделения показателей, которые нужно использовать для характеристики размера малого предприятия.

9. Использование разного группирующего показателя для ИЧП и малых предприятий.

10. Использование адреса проживания ИЧП не обеспечивает полноту сбора данных и затрудняет логический контроль.

Таблица

Подготовительный этап выборочного наблюдения

Стадии	Индивидуальные частные предприниматели	Малые предприятия
1. Характеристика единицы отбора	Индивидуальный частный предприниматель	Малое предприятие
2. Характеристика генеральной совокупности	Используются две независимые генеральные совокупности: - списочная основа; - территориальная основа. Предприниматель может быть включен в каждую генеральную совокупность или хотя бы в одну. Списочная основа включает зарегистрированных в ЕГРПО предпринимателей на начало года, осуществляющих розничную торговлю. Предусматривается расслоение по признакам: - ОКВЭД; - величина оборота розничной торговли в расчете на предпринимателя. Территориальная основа включает перечень населенных пунктов в субъекте РФ (с данными о численности населения в них по переписи 2002 г.). Расслоение населенных пунктов субъекта по следующим признакам: - по типу (4 группы), а затем по численности населения выделяется 25 групп (1-й тип - 1 группа; 2-й тип - 9 групп; 3-й тип - 6 групп; 4-й тип - 9 групп). В каждой из полученных 25 групп случайным отбором отбирается не менее 2-х населенных пунктов. В каждом отобранном населенном пункте (≥ 50) образуются счетные участки.	Одна генеральная совокупность для малых предприятий всех отраслей народного хозяйства. Основной совокупности является ЕГРПО на начало года. Расслоение по признакам: - ОКОНХ (62 группы); - форма собственности (4 группы); - размер предприятия (≤ 5 групп)
3. Численность выборочной совокупности	Определяется на федеральном уровне. Распределение между двумя генеральными совокупностями проводится на региональном уровне.	20 % генеральной совокупности. Включает все малые предприятия со средней списочной численностью работников больше 15 человек, а недостающая часть - со средней списочной численностью работников ≤ 15 человек.
4. Способ отбора	Из списочной основы - случайный, после пропорционального размещения по выделенным группам. Из территориальной основы - механический отбор мест торговли (систематический).	Случайный, после размещения выборочной совокупности по образованным группам. Применяется способ пропорционального размещения по показателю «Выручка от реализации продукции»
5. Место наблюдения	Списочная основа - адрес проживания. Территориальная основа - место торговли, а затем обобщение по предпринимателю.	Юридический адрес