

**ЦВЕТАН ДИМЧЕВ ДИМОВ**

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ”, СВИЩОВ

**ИЗСЛЕДВАНЕ ТЕНДЕНЦИИТЕ В УПРАВЛЕНИЕТО НА СТОКОВИТЕ ЗАПАСИ  
В ТЪРГОВСКА ВЕРИГА**

**STUDYING THE TRENDS IN RETAIL CHAIN INVENTORY MANAGEMENT**

**TSVETAN DIMCHEV DIMOV**

D. A. TSENOV ACADEMY OF ECONOMICS, SVISHTOV

**Abstract:** We can specify inventory as the transformation of some of the assets from production assortment into retail assortment protecting the fluctuations and failures in the supplies and striving to maintain the balance between supply and demand. It is intended to ensure sales in the businesses and to meet customer needs. This study aims to synthesize theoretical formulations related to retail chain inventory, to analyze the methodological framework and on this basis to outline recommendations for their improvement in real conditions. The object of study is the 'Piccadilly' retail chain and the subject – the state and trends in the management of inventory in the basic entity.

**Keywords:** inventory, retail chain, turnover, stocking

JEL: M21, M31

**1. Стоковите запаси в търговска верига, като икономическа категория**

Всяка търговска верига поддържа определени обеми от стоки, чиито стокони запаси са форма на съществуване на материалния поток. Ограничени са в пространството и времето, и са необходими за функциониране на дейността на предприятието. В „Световна бизнес енциклопедия” е представено, че запасите<sup>1</sup> от суровини са запаси от материали, закупени от даден производител, като съставни части за разработване на фирмения продукт. В руския „Большой экономический словарь”<sup>2</sup>, запасът се описва като материални ресурси, стоки, складиращи в склад, предназначени за производство или продажба. Според „Съвременна българска енциклопедия”<sup>3</sup> запасът има различно значение. Понятието обхваща всичко, което е за резерв, нещо натрупано, събрано за бъдеща употреба. Терминът запаси оприличаваме и в „състояние на различни материални блага, получени в резултат на човешки действия, като произвеждаме, купуваме, натрупваме”<sup>4</sup>.

Според автора, запасът е буфер между един входящ процес (процес на създаване и попълване на запасите  $Y_t$ ) и на един изходящ процес (процес на потребление  $X_t$ ). Процесът на потреблението  $X_t$  и този на снабдяването  $Y_t$  са протичащи във времето **количествени** процеси (вж. Фиг. 1).

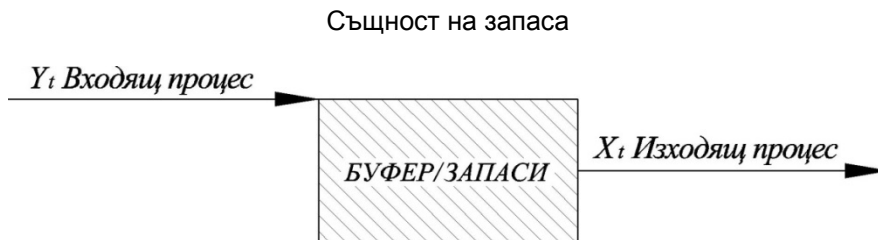
<sup>1</sup> Световна бизнес енциклопедия „Книгоиздателска къща - Труд”, 2008, с. 160

<sup>2</sup> Большой экономический словарь / Общ. ред. А. Н. Азрилияна, Москва: Фонд "Правовая культура", 1994, с. 106

<sup>3</sup> Съвременна българска енциклопедия А-Я / Илонка Антонова и др., В. Търново: Gaberoff, 2003, с. 401

<sup>4</sup> Белчев, Г., Запаси – понятие геоложко, техническо или еколого-икономическо / Георги Белчев // *Геология и минерални ресурси*, 2009, N7-8, с. 41

Фигура 1



Запасите се формират тогава, когато показаните по-горе процеси никога не съвпадат помежду си във времето. В теорията на запасите силно влияние върху тях оказват *входящият*, но най-вече *изходящият* процес. Главната цел при създаването на запас е обслужване на поръчки от потребителските звена. Запасите се формират при наличието на несъгласуваност в действията на свързаните участници. Поради това, ако характеристиките на входящият материален поток съвпадат напълно с характеристиките на изходящия материален поток *не се образува запас*.

В икономическия си смисъл стоковите запаси предизвикват и образуват някаква съвкупност. Тази съвкупност може да е от всякакви суровини, изделия, материали, продукти и др. Съвкупността от запаси се разделя на производствени и стокови. Разликата между тях е в това, че първите са в първоначален и необработен вид. От преработката им се обособяват продукти, които е възможно да преминават и в следващи фази на стопанския процес. *Производствените запаси* са суровини, материали и др., които са предназначени за производствения цикъл. *Стоковите запаси* са краен (готов) продукт, който е предназначен за продажба на крайни потребители. Основната икономическа функция на стоковите запаси е осигуряването на нормалния ход на процеса на продажбите, чрез компенсация на колебанията в нивото на търсене, което в дадения случай е като правило, стохастична величина, т.е. обезпечаване на потребностите. **За да се стигне до оформянето на стокови запаси, те се трансформират от продукти в производствени запаси, в стоково-материални и се получат същинските стокови запаси.**

Факторите, които определят необходимостта от формиране на наличности от стоки, определяни от категорията стокови запаси са :

- времето, необходимо за транспорт на стоките от мястото на производство до мястото на продажба, включително времето на товаро-разтоварните работи;
- сезонните колебания в производството и потреблението на стоките;
- несъответствието между производствения и търговския асортимент на стоки, изискващи подготовка, сортировка и опаковка;
- условията на транспортирането на стоките, разстоянието между доставчика и търговското предприятие.

В търговската верига те се състоят от „съвкупни стоки, изразени в натурална или веществена форма, от момента на постъпване в предприятието до тяхното напускане в резултат на извършена продажба”<sup>1</sup>.

С **търговска насоченост** материалните запаси обхващат закупените и предназначени за продажба стоки, включително стоките, закупени от търговци на дребно и предназначени за препродажба. Чрез тях търговската политика на предприятието се стреми да постигне положителни резултати. *Стоковите запаси са материални ресурси на сегашната икономическа активност. Те се съхраняват в*

<sup>1</sup> Данчев, Д., Д. Гроздева, , Въведение в търговския бизнес, В. Търново, 2010, с. 433

търговската зала и складовите помещения. В непредвидени ситуации са създадени за „резерв, в случай на повишено временно търсене на пазара със стоки“<sup>1</sup>. *Характеризираме запасите като краткотрайни активи, формирани за задоволяване на търсенето в търговските обекти, чакащи употребата си и краткотрайно задоволяване на потребителите.* Запасите са съвкупни средства или ценности, по силата на закон или договор образували резервен фонд в случай на необходимост. Същите са целесъобразни свободни материални ресурси, които включват капиталови или потребителски стоки, обслужващи материалното производство или услугите, които се използват за задоволяване на потребителите<sup>2</sup>. Представени са, като достатъчно сложно явление, свързано със съчетаване характеристиките на движение на входящия и изходящ материален поток, които формират запаса.

Тези ресурси от **счетоводна гледна точка** (Международен счетоводен стандарт 2 *Стоково-материални запаси*) „... обхващат закупените и предназначените за продажба стоки, включително например стоките, закупени от търговци на дребно и предназначени за продажба, или земя и други имоти за продажба“<sup>3</sup>. Те са текущи активи, които участват еднократно в дейността на предприятието. Според МСС 2<sup>4</sup> са описани като материални активи под формата на: материали, придобити главно чрез покупка и предназначени основно за влагане в производствения процес с цел произвеждане на продукция или услуги. Те могат да са обект на преки продажби, когато това се прецени от предприятието; продукцията, създадена в резултат на производствения процес в предприятието и предназначени за продажба; стоки, придобити главно чрез покупка и предназначени за продажба.

*Представяйки разглежданите гледни точки за същността на стоковите запаси в търговска верига конкретизираме, че те са материални запаси или резерв от доставени потребителски стоки, образували се по двете причини: несинхронност на потоците между търсенето и предлагането във времето и нежелание на трите страни (доставчик, посредник и потребител) за прекъсване на потребностите.*

Различни са мненията в литературата и няма единно дефиниране на същността на търговските вериги<sup>5</sup>. Върху базата на чужди становища, авторът обобщава, **че търговска верига представлява съвкупност от повече от два обекта, които имат систематизиран екстериор, различен интериор, многоканално ниво на снабдяване, и конкретизиран метод на пласмент с единна маркетингова, финансова и мениджърска концепция и идентично ниво на обслужване.** Търговската верига е мрежа за разпределение на стокови запаси, даваща представа за отношенията на посредник между производители и доставчици от една страна, и крайни потребители – от друга.

<sup>1</sup> Внешнеэкономический толковый словарь / Под ред. И. П. Фаминского, Москва: ИНФРА-М, 2000, VIII, с. 504; 25 см

<sup>2</sup> Гаврилишин, Б., Мочерний, С., Економічна енциклопедія. Київ : Академія, 2000, с. 583

<sup>3</sup> Международен счетоводен стандарт / Райчев, В., София, 2001, с. 116

<sup>4</sup> НСФО / СС 2. Отчитане на стоково-материалните запаси. (изм. – ДВ, бр. 86 от 2007г., в сила от 01.01.2008 г. )

<sup>5</sup> Lewison, D. M., M.W.DeLozier. Retailing Merrill publ. company, 1989. p 77; Котлър, Ф. Основи на маркетинга. Част 2. София, 1993. с. 77; [Duncan C.](#), Marketing Its Problems and Methods BiblioBazaar, LLC, 2009, p. 348; Владимирова, И., Конкурентни предимства на търговските вериги / Йорданка Владимирова и др . София : Изд. комплекс – УНСС, 2012; Костова, С. Оценка на търговските вериги в светлината на глобализацията. // Седем национален симпозиум „ Качество, конкурентноспособност, устойчиво развитие”, Сафия: Стопанство, 2002. с. 92.

## 2. Емпирична база данни за управлението на стоките запаси в „Пикадили“ ЕАД

Процесите, свързани със запасите, се идентифицират с движението им от момента на придобиване, постъпване до тяхното напускане – продажба, преместване и т.н. Това са сложни процеси, обвързани с разнообразни дейности, извършвани под влияние на различни обективни и субективни фактори. Информацията, изнесена по-долу, отразява времето на престой на запасите между входящия и изходящия момент, както и въпроса – кога се превръщат в пари за предприятието? Същите конкретизират актуалното икономическо измерение в търговската верига за времеви период: 2011 г. - 2014 г.

При планирането стандартното отклонение на грешката на прогнозата за една година в търговска верига „Пикадили“ ЕАД е приблизително равно на 25 000 единици при внос на стоки. На мнение сме, че бюджетиранието влияе върху прогнозирането на потребността по месеци, които са разпределени в амплитудата от минус 25 000 до 5 000 единици<sup>1</sup>. Контролната графика на грешките на прогнозата показва, че абсолютното болшинство случаи на наличие на грешки в прогнозирането се намира в рамките, установени в контролните граници. Следователно, прогнозата може да се счита за актуална. В противен случай, техниката за прогнозиране би изисквала промяна.

В таблица 1 са поместени данни за изпълнението по бюджети в обекти в търговска верига „Пикадили“ ЕАД от 2011 г. до 2014 г.

Таблица 1

Информация за изпълнението по бюджети в обекти в търговска верига Пикадили за период 2011- 2014 г.<sup>2</sup>

„Пикадили“		Дейли
Пикадили Мол Пловдив 18,96%	*Пикадили сити център - 0,48%	Дейли Милин камък 8,64%
Пикадили В.Търново 11,53%	*Пикадили Младост - 0,64%	Дейли Пиротска 7,95%
Пикадили Симеонов век 9,25%	*Пикадили Стрелбище - 1,39%	Дейли К.Величков 3,38%
Пикадили Козяк 9,23%	*Пикадили Владиславово - 1,57%	Дейли Б.Брези 2,10%
Пикадили Методи Антонов 8,21%	*Пикадили Лагера -2,99%	Дейли П.Евтимий 2,00%
Пикадили Софарма 6,66%	*Пикадили Бургас -7,28%	Дейли К.Водопад 0,24%
Пикадили Сердика 6,52%	*Пикадили ЦУМ - 8,36%	Дейли Орбита 0,04%
Пикадили Фууд корт Парк 6,35%	*Пикадили Габрово - 8,90%	*Дейли Сити парк - 1,65%
Пикадили Рикардо вакарини 5,76%	*Пикадили Полиграфия - 11,65%	*Дейли Христо Белчев- 1,91%
Пикадили Видин 5,70%	*Пикадили НДК - 12,34%	*Дейли Кораб планина- 2,87%
Пикадили Палах 5,66%	*Пикадили Надлез Надежда - 16,81%	*Дейли Дондуков - 3,01%
Фуд корт Йерусалим 5,59%		*Дейли 27 ми Юли - 7,01%
Пикадили Орион 5,24%		*Дейли Цар Освободител- 7,85%

<sup>1</sup> В зависимост от транспортната единица.

<sup>2</sup> Обектите със \* са преизпълнили зададените бюджети

„Пикадили“		Дейли
Пикадили МОЛ С-я 4,24%		*Дейли Сливница- 8,26%
Пикадили Каблешков 3,69%		*Дейли С. Чомаков- 8,50%
Пикадили Парк 3,24%		*Дейли Редута- 9,95%
Пикадили Йерусалим 3,01%		*Дейли К.Лулчев- 10,50%
Фууд корт Надежда 2,58%		*Дейли Кадемлия - 10,52%
Пикадили Чаталджа 2,50%		*Дейли Нишава -11,50%
Пикадили Солувска 2,32%		*Дейли Антон Чехов - 17,76%
Пикадили Ловеч 1,74%		*Дейли Корабостроител - 20,87%
Пикадили Изгрев 0,97%		*Дейли Г.Баня -82,30%
Пикадили Христо Ботев 0,70%		
Пикадили Център 0,16%		

Източник: разработена от автора на база емпирично проучване в търговската верига

За ефективното управление бюджетирването, прогнозирането и отчитането са комбинирани. В следващата таблица са поместени данни, които показват, кои обекти във веригата имат реален ръст за период от 2011 до 2014 година.

Таблица 2

Таблица за ефективно управление на бюджетирването в периода 2011 г. - 2014 г.

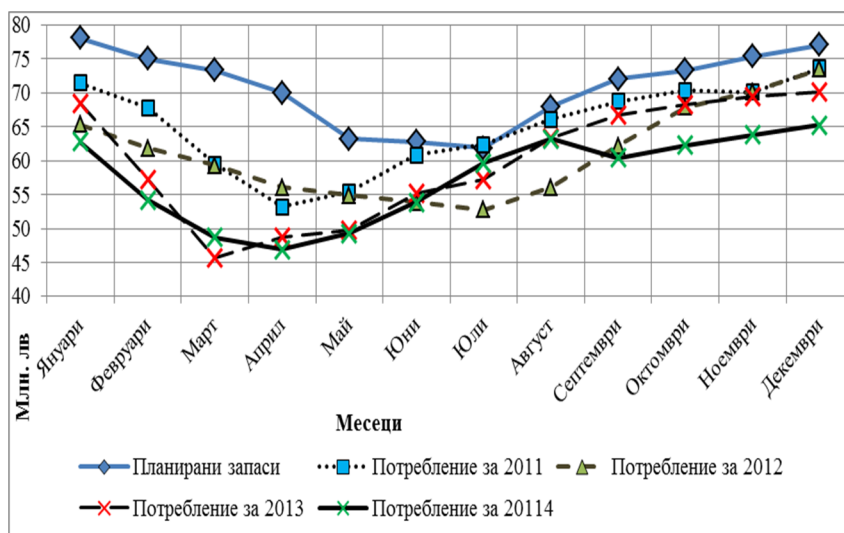
1	Пикадили Каблешков	23,12%	1	Дейли Бели брезии	34,07%
2	Пикадили Методи Антонов	20,89%	2	Дейли Редута	31,95%
3	Фууд корт Парк	16,51%	3	Дейли Пиротска	29,91%
4	Пикадили Изгрев	15,33%	4	Дейли С.Чомаков	25,47%
5	Пикадили Йерусалим	12,12%	5	Дейли К.Величков	24,43%
6	Пикадили Христо Ботев	11,07%	6	Дейли Орбита	21,91%
7	Пикадили Софарма	6,93%	7	Дейли Сити парк	16,29%
8	Пикадили Полиграфия	5,11%	8	Дейли К.Водопад	11,89%
9	Пикадили В.Търново	3,63%	9	Дейли Милин Камък	11,84%
10	Пикадили Палах	2,74%	10	Дейли Коста Лулчев	11,72%
11	Пикадили Младост	2,65%	11	Дейли Кораб планина	9,49%
12	Пикадили НДК	0,30%	12	Дейли П.Евтимий	7,39%
13	Пикадили Бургас	-0,73%	13	Дейли Корабостроител	7,32%
14	Пикадили Габрово	-1,61%	14	Дейли Дондуков	6,70%
15	Пикадили Парк	-2,79%	15	Дейли 27ми Юли	-3,56%
16	Пикадили Ловеч	-2,81%	16	Дейли А.Чехов	-4,69%
17	Пикадили Орион	-2,96%	17	Дейли Христо Белчев	-11,20%

18	Пикадили Владиславово	-3,17%	18	Дейли Кадемлия	-17,53%
19	Пикадили Център	-5,22%	19	Дейли Цар Освободител	-18,36%
20	Пикадили Козяк	-5,59%	20	Дейли Нишава	-33,53%
21	Пикадили Сердика	-5,70%	21	Дейли Горна Баня	20,05%
22	Пикадили Мол Пловдив	-5,83%			
23	Пикадили ССS	-6,63%			
24	Пикадили Мол София	-6,86%			
25	Пикадили Чаталджа	-7,98%			
26	Пикадили Видин	-9,80%			
27	Фууд корт Надежда	-10,03%			
28	Пикадили ЦУМ	-13,60%			
29	Пикадили Стрелбище	-13,77%			
30	Фууд Корт Йерусалим	-13,82%			
31	Пикадили Надлез Надежда	-21,80%			

Потребността от запаси в търговската верига изразява динамиката на попълването им. То е изразено в следващата Фиг.2.

Фигура 2

Динамика на потребността от запас в търговска верига „Пикадили“ ЕАД за период 2011г. – 2014 г.

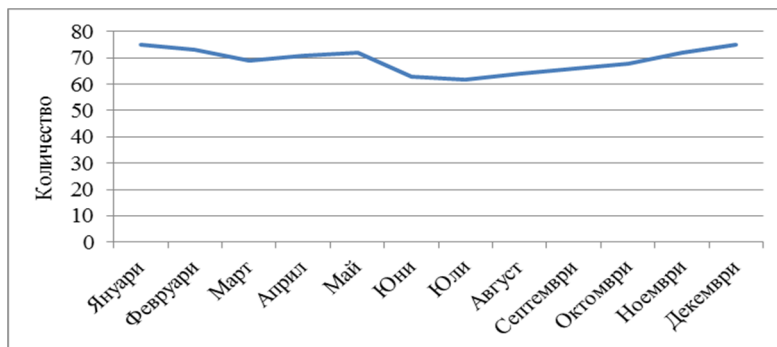


Източник: по данни на предприятието

За анализ на връзката между динамиката на попълване и намаляване на запаса е необходимо да се проследят данните от следващата фигура. Динамиката на попълването на запаса позволява да се опишат входящите стокови потоци, да се планира обемното състояние на склада, търговската зала, допълнителните точки на продажба.

Фигура 3

Анализ на средната динамика на попълване на запаса в звено от веригите за доставки за 2011 г.– 2014г.

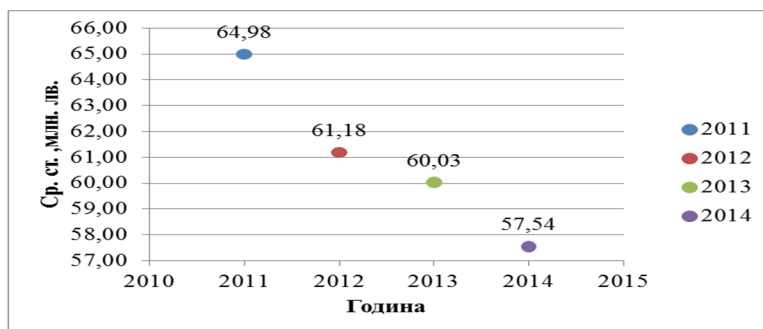


Източник: по данни на предприятието

Графиката подсказва, че в продължение на една година нарастването на постъпленieto на запас е интензивно. От януари до март се наблюдава спад на доставките, през април-май тенденцията е към леко повишение поради пролетните празници, но се заменя с намаляване през летните месеци. Ръстът на постъпленieto е през август-септември с последващо увеличение през октомври-декември. Съпоставянето на попълването на запаса за няколко години позволява да се открият изразените сезонни тенденции. Както се вижда от графиката, за запаса като цяло са характерни пикове на доставките през зимния период ноември-декември и през пролетния (в края на април и началото на май) период. Зимните периоди на всички разглеждани години са имали изместване на пиковете на доставките от март към април. Есенните периоди имат пик на продажбите през септември, поради изчерпващите сезонни стоки, празници и др. Във всички години през юни, юли и август са отбелязани минимални обеми на постъпление на стоката в склада. Очевидна е тенденцията за намаляване на общия обем на доставките на стоката в продължение на 3 години, като това се изразява в следващата Фиг.4.

Фигура 4

Динамика на попълване на запаса в търговска верига „Пикадили“ ЕАД за период 2011 г. – 2014 г.



Източник: по данни на предприятието

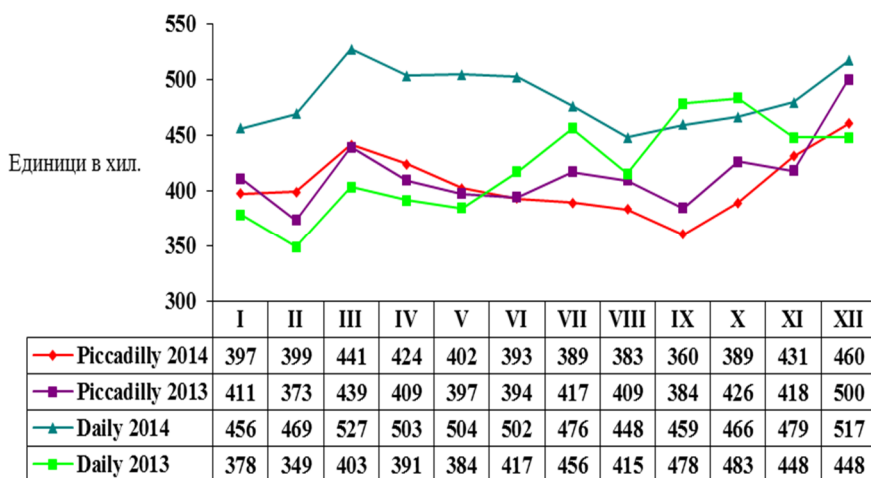
Изнесеното поведение на входящия материален поток може да има различни причини. На фигурата е представена динамиката на постъпленieto и намаляването. Тенденциите на постъпленieto и намаляването като цяло съвпадат, като периодично възникващите понижения на постъпленieto над средните стойности е

основа за понижение в ръста на намаляване в по-нататъшния период. Затова, постъплението има по-изгладена динамика, отколкото намаляване, което е положителна черта на практиката за управление на запасите от стока само за складовите пространства. При работата със запас, потреблението е обслужван фактор, а доставката – организируем. По-гладкият характер на динамиката на доставките се доближава към по-голяма регулярност на доставките в сравнение с потреблението.

Обзорът на тенденциите на динамиката на постъпване и намаляване на запас показва връзката между входящия и изходящия процес. За да се представят темповете на попълване и намаляване, извеждаме следната графиката с продажби в търговска верига Пикадили ЕАД (вж. Фиг. 5).

Фигура 5

Продажби в търговска зала в „Пикадили“ ЕАД за период 2013 и 2014 за двата вида формат



Източник: по данни на предприятието

Таблица 3

Извадка на основни финансови данни в „Пикадили“ ЕАД за периода 2013 – 2014 г.

Период	2013 г.	2014 г.
Продажба, млн. лв.	137,046	141,465
Чиста печалба	22,50%	17,60%
Разходи за запаси	-34,80%	-33,10%
Резултат, спрямо бюджет	-12,80%	-15,10%

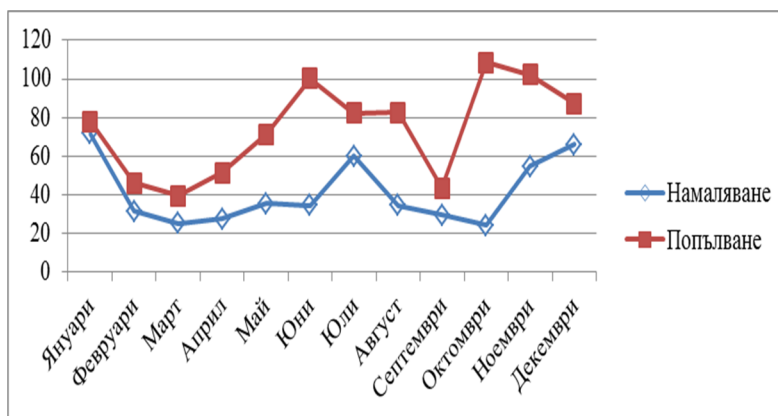
Динамиката на средните показатели на постъплението и намаляване (потребността, обема на продажбите или стокооборота) на запасите е свързана с динамиката на **вариацията на величините на постъплението и намаляването**.

Вариацията показва степента на променливост на математическия ред. Тя е изчислена, като отношение между стандартното отклонение към средната аритметична величина на статистическия ред.



Фигура 6

Средни вариации на прихода и намаляване обема на запас в търговска верига „Пикадили“ ЕАД



Източник: по данни на предприятието

Информацията на Фиг. 6 показва, че вариацията на намаляване за една календарна година е по-ниска от вариацията на попълването на запаса. При това, вариацията на попълването систематично расте с течение на времето. Обръщаме внимание на наличието на изпреварващ вариацията приход, което говори за проактивни действия, водени от специалистите по запасите. Съвместният анализ на средните показатели на прихода и вариацията на прихода показва наличието на връзка между вариацията и динамиката на средните показатели - с нарастването на стойностите на средните величини на попълването на запаса вариацията на попълването на запаса спада, и обратно. Подобна е картината и при анализа на средните показатели на намаляване и вариацията на намаляване. Ако върху показателите на намаляването специалистите по движение на материалните потоци най-често не могат да влияят пряко, то върху характеристиката на входящите материални потоци такова пряко влияние е не само възможно, но и се очаква.

Важен показател за поведението на запасът е *относителният дял* на преминаване през търговските обекти. Такива данни за периода са изразени в таблици 4 и 5 за съответните формати, като са представени за стоките групи: „плодове и зеленчуци“ и „млечни стоки“.

Таблица 4

Дял на преминаващия запас за Формат „Пикадили“

Формат „Пикадили“	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Средна стойност	1,07%	0,97%	1,32%	1,17%

Таблица 5

Дял на преминаващия запас за Формат „Дейли“

Формат „Дейли“	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Средна стойност	0,84%	0,90%	1,27%	1,20%

В таблици 4 и 5 е представена динамиката на дела на преминаващия сток запас в периода 2011 г.-2014 г. Както се вижда, делът се колебае в диапазона от 0.97 до 1.32 за „Пикадили“, и от 0.84 до почти 1.30 за „Дейли“ показвайки, че в началото

на разглеждания период (в дадения случай година) в складовите пространства и в търговските зали е наличен сток в размер, около 0.84 – 1.07 % от доставките. Наличието на тези показатели е необходимо за съставянето на основен разрез за състоянието на запасите, които имат сложна природа на формиране. Един от тях е осигуреност, илюстриран в следващите таблици.

Таблица 6

Осигуреност на потребността от запас за формат „Пикадили“

Формат Пикадили	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Средна стойност, дни	87	78	110	125

Таблица 7

Осигуреност на потребността от запас за формат „Дейли“

Формат Дейли	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Средна стойност, дни	68	74	79	75

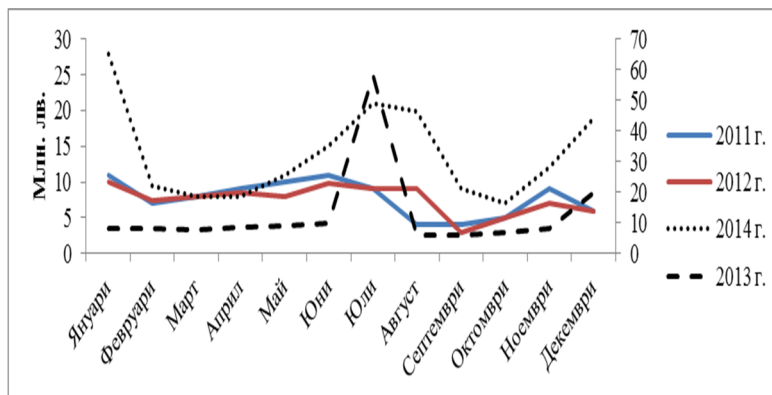
Средният брой дни за обслужване потребността от запас в примера с данните в таблици 6 и 7 се колебае от 78 до 125 за големия формат „Пикадили“, и от 68 до 79 за формат „Дейли“ за изследвания период.

*Запасоемкостта* също е важен показател. Свързан е с обслужването на запаса и показва на колко бъдещи периода са достатъчни остатъците от запас, създадени на края на разглеждания период, при условие, че обемът на намаляването (потребността, обема на продажбите или стокооборота) в бъдещите периоди, остане на нивото на разглеждания.

На Фиг. 7. е представена динамиката на запасоемкостта от стока за период от четири години. С изключение на юли 2013 г. и началото на 2014 г., нивото на запасоемкостта по години е без особени отклонения и посочва между 3-5-кратно превишаване на нивото на остатъците от запас в края на разглеждания период над намаляването за разглеждания период, при наличие на тенденция към повишаване на този показател през летните месеци на годината. С други думи, в края на всеки отчетен период е налично такова ниво на запас, което е достатъчно за осигуряване потребността на 3-5 бъдещи периода, при условие, че се съхрани обемът на потребността на отчетния период.

Фигура 7

Динамика на запасоемкостта от стока през 2011-2014 г.



Източник: по данни на предприятието

С изучаване на закономерностите на връзката между прихода и намаляването на запасите може да се оцени възможността за построяване на тренд по показателите на прихода и намаляването по всяка от стоките групи. Наличието на правопрпорционална зависимост между потребността от запаси и тяхното попълване е необходимо условие за ефективна работа със запаса, тъй като отразява необходимостта от ръст на обращаемостта на запаса. Авторът е на мнение, че именно този показател е най – важният в стопанския живот на търговската верига.

Фигура 8

Средна обращаемост на търговска верига „Пикадили“ ЕАД за период 2011 г. – 2014 г.



Източник: по данни на предприятието

Прави впечатление, че групите стоки от раздел „нехрани“ имат високи стойности, поради по-слабото им потребление. Тъй като предприятието е със статут на верига за бързооборотни стоки стоките от групи мляко и млечни стоки, замразени стоки, плод и зеленчук, собствено производство имат ниски данни. Бързата продажба на стоки и превръщането им в парични средства повишава ликвидността на търговската верига, като това е показано в Таблица 8.

Таблица 8

Обща ликвидност на търговска верига „Пикадили“ ЕАД за периода 2011- 2014 г.

Година	2011	2012	2013	2014
Обща ликвидност	0,42	0,63	0,77	0,72

Чрез горепосочените данни не е трудно да се отбележи тенденцията на ръст в коефициента за обща ликвидност от 2011 до 2013 г. което е съответно 0,42, 0,63 и 0,77. За последната изследвана година има спад с 0,05. С висока ликвидност са търговските вериги, които притежават ликвидни средства, т.е. активи, които веднага (почти веднага) могат да бъдат обърнати в парична наличност.

От данните може да се направи заключение, че променливите нива, стойности и параметри задоволяват търсенето, съвместими са с входящия и изходящия поток на обемните количества, а някои от тях в големи стойности биха могли да се редуцират.

Като **заключение** може да се обобщи, че редуцирането или обогатяването на асортимента на търговска верига зависят от комбинативни действия в отделите – маркетинг, мениджмънт, финанси. Вземането на бързи решения и предприемането на реакции би затруднило покачването на обращаемостта. Колкото по-широк и по-дълбок е асортиментът на дадена търговска верига, толкова повече тя е предпочитана от купувачите, защото те спестяват време, необходимо за покупка на всички търсени стоки. Същевременно наситената търговска номенклатура създава благоприятен климат за повишение на обращаемостта. Обновяването на асортимента е постоянен процес, който се приспособява към маркетинга на търговската верига.