

на 8,7 %. В то же время цены на обувь гусариковую, мальчиковую, школьную, детскую, малодетскую остались практически неизменными.

Дезагрегация подгрупп на составляющие и проведение анализа по аналогу дает более глубокое представление о степени влияния розничных цен i -го товара на среднюю розничную цену по подгруппе. Рассмотрение этого процесса не только в статике, но и динамике позволяет установить тенденции, на которых базируются прогноз розничных цен по каждой ассортиментной позиции бланка заявки и расчет потребности в товарах в стоимостном измерении на ближайшую перспективу (1—2 года).

Однако даже этот простейший анализ розничных цен (см. табл. 1) невозможен без автоматизированных расчетов. Создание Республиканского вычислительного центра Белкоопсоюза, вычислительных центров Минского и Брестского облпотребсоюзов является первым шагом к углублению экономического анализа, снижению трудоемкости расчетов, повышению обоснованности принимаемых коммерческих решений.

Партия и правительство, ориентируя торговлю на необходимость отражения в заказе спроса населения на конкретный товар, требуют дальнейшего совершенствования его изучения.

Проведенный анализ позволил выявить тенденции в изменении спроса при изменении цены по кожаной обуви. По данной методике целесообразно его проводить по всем группам товаров, за исключением изделий первой необходимости, спрос на которые относительно постоянен. Результаты данного исследования показывают одно из направлений изучения и прогнозирования спроса на товары народного потребления.

Формирование заказа с учетом ценовых групп, закономерностей развития спроса под влиянием цены будет в значительной степени способствовать совершенствованию хозяйственного механизма.

Литература

1. Моторин И. С. Завод — магазин — покупатель. — Знание, 1981, № 1, с. 57; Данилов Е. И. Социально-экономическая эффективность торговли. — Знание, 1983, № 1, с. 7. 2. Уруцкоева Е. Обеспечить приоритет потребителя. — Советская торговля, 1982, № 9, с. 17. 3. Валевич Р. П. О формировании заказов на товары с учетом спроса населения. — В кн.: Торговля. Минск, 1981, вып. 8, с. 31.

П. П. Мезян
(Бел. филиал ВНИИЭКТ)

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРВОГО ЭТАПА ПЛАНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ СКИДОВ

Значительные трудности при планировании торговых скидок возникают из-за отсутствия информации об уровне издержек обращения и рентабельности по товарам и товарным группам, реализуе-

мым через розничную торговлю. В государственной розничной торговле не существует потоварного учета издержек обращения, прибыли и валовых доходов. В этом состоит существенное отличие торговли от промышленности, где учитывается себестоимость каждого вида изделий (или, во всяком случае, основной массы изделий). Поэтому на первом этапе планирования торговых скидок встает проблема разработки методики и проведения расчетов для определения издержек обращения и рентабельности по видам реализуемой продукции.

Преобладающая часть издержек обращения в торговле является обезличенной в том смысле, что они относятся не к какому-либо определенному товару, а ко многим товарам или даже ко всему реализуемому ассортименту товаров. Доля затрат, непосредственно связанных с реализацией конкретных товарных групп, в общей сумме издержек обращения составляет 20—25 %. В этих условиях для определения издержек обращения и рентабельности по товарам и товарным группам наиболее приемлемым является метод коэффициентов издержкостности. Он позволяет получать результаты с высокой степенью достоверности на базе существующей системы бухгалтерского учета и по сути своей является расчетно-учетным методом. На его основе можно проводить расчеты не только выборочно, по отдельным торговым единицам, но и по всей совокупности их в рамках предприятий и организаций. При осуществлении некоторых дополнительных расчетов метод коэффициентов дает возможность получать данные в целом по республике. Метод коэффициентов издержкостности поддается формализации, что позволяет проводить расчеты на ЭВМ и обеспечивает высокую экономичность (как по времени, так и по затратам) его применения.

Основные теоретические положения метода коэффициентов издержкостности состоят в следующем. В основе коэффициента издержкостности лежит понятие издержкостности рубля товарооборота, предложенное профессором Н. Н. Рязовым. Положение об издержкостности товарооборота было им использовано при разработке индекса издержкостности рубля товарооборота, который может быть построен не только на основе данных о фактических уровнях издержек обращения товарных групп, но и по иным данным, если они правильно отражают соотношение потоварных уровней расходов. Этот же методологический принцип, но в обратной последовательности лежит в основе метода коэффициента издержкостности.

Основной проблемой при определении потоварно-групповых издержек обращения и рентабельности является расчет коэффициентов издержкостности, достоверно отражающих соотношения уровней издержек обращения товарных групп в процентах к обороту. Экономические показатели, которые лежат в основе коэффициентов издержкостности, должны отражать, с одной стороны, соотношения абсолютных величин расходов на единицу товарной массы разных товарных групп, а с другой — различия в цене единицы товарной массы. Коэффициенты издержкостности определяют отдельно по

каждой статье затрат. При этом издержкостность одной из товарных групп принимается равной единице (выбор той или иной товарной группы в качестве базы сравнения принципиального значения не имеет).

Теоретические основы метода коэффициентов издержкостности, разработанные А. Л. Макаровой, А. А. Беловым, К. К. Гордеевым, были использованы нами при построении модели, алгоритма и программы определения издержек обращения и рентабельности по продовольственным товарам в торговых организациях системы государственной розничной торговли.

Модель и алгоритм расчета издержек обращения по продовольственным товарам для статьи «Расходы по перевозкам автомобильным и гужевым транспортом» (упрощенная схема) представлены ниже.

$$1) K_{1,i} = \frac{C_{16} B_i T_i R_i}{C_i B_{16} T_{16} R_{16}}; \quad 2) K_{\text{ср1}} = \frac{\sum_{i=1}^{36} K_{1,i} O_i}{O};$$

$$3) I_{1,16} = \frac{W_1}{K_{\text{ср1}}}; \quad 4) I_{1,i} = I_{1,16} K_{1,i},$$

где $K_{1,i}$ — коэффициент издержкостности по статье «Расходы по перевозкам автомобильным и гужевым транспортом» (индекс ст. 1) для i -й товарной группы; C_i — цена 1 т i -го товара (вес нетто); C_{16} — цена 1 т сахара (в дальнейшем все показатели для группы «сахар» будут с индексом 16); T_i — коэффициент соотношения тарифных ставок при перевозке различных товарных групп (по отношению к 1 классу); B_i — коэффициент соотношения веса брутто к весу нетто по соответствующей группе; R_i — среднее расстояние перевозки по соответствующей группе; $K_{\text{ср1}}$ — средневзвешенный коэффициент издержкостности (по статье 1); O_i — товарооборот i -й группы; O — общая сумма товарооборота торга; $I_{1,16}$ — уровень издержек обращения для группы «сахар» по статье 1; W_1 — общий уровень издержек обращения по статье 1; $I_{1,i}$ — уровень издержек обращения по статье 1 для i -й товарной группы. В качестве базы сравнения принята группа «сахар», т. е. $K_{1,16} = 1$.

Аналогично проводятся расчеты по другим статьям расходов. Сложив по каждой товарной группе рассчитанные издержки обращения по статьям расходов ($\sum_{n=1}^n U_{n,i}$) получим искомый результат — уровни издержек обращения по товарным группам. Уровень рентабельности определяется как разность между уровнем торговой скидки и уровнем издержек обращения по соответствующей товарной группе.

Результаты расчетов издержек обращения и рентабельности по продовольственным товарам в Советском райпищеторге г. Минска представлены в табл. 1.

Полученные данные показывают, что торговля многими продовольственными товарами остается убыточной. Приносит убытки

Издержки обращения и рентабельность по продовольственным товарным группам в Советском РПТ г. Минска (в % к товарообороту)

Товарная группа	Уровень		
	торговой скидки	издержек обращения	рентабельности
Мясо и птица	10,0	4,59	5,41
Колбасные изделия и копчености	9,0	2,91	6,09
Рыба всякая	11,0	8,31	2,69
Сельдь	8,0	3,50	4,50
Масло животное	5,0	1,63	3,37
Масло растительное	15,0	3,03	11,97
Сало топленое и прочие жиры	10,0	1,26	8,74
Маргарин и маргариновая продукция	10,0	1,16	13,84
Молоко и молочная продукция	13,0	18,62	-5,62
Сыр	7,5	4,23	3,27
Консервы мясные	7,0	0,32	6,68
Консервы рыбные	5,0	0,81	4,19
Консервы овощные	6,5	3,20	3,30
Консервы фруктово-ягодные	6,5	1,67	4,83
Яйца	4,5	0,58	3,92
Сахар	15,0	3,33	11,67
Кондитерские изделия	8,5	5,49	3,01
Варенье, джем, повидло, мед	6,5	1,14	5,36
Чай натуральный	6,0	0,12	5,88
Соль	25,0	14,20	10,80
Мука	12,0	3,45	8,55
Хлеб и хлебобулочные изделия	12,0	14,14	-2,14
Крупа и бобовые	14,0	4,28	9,72
Макаронные изделия	12,0	3,45	8,55
Картофель	12,0	4,18	7,82
Овощи	12,0	12,66	-0,66
Плоды, фрукты, ягоды, арбузы, дыни	12,0	6,24	5,76
Водка	4,0	0,86	3,14
Ликероводочные изделия	4,0	0,52	3,48
Виноградные и плодово-ягодные вина	6,7	2,82	3,88
Коньяк	4,6	0,27	4,33
Шампанское	4,6	0,57	4,03
Пиво	20,0	7,41	12,59
Безалкогольные напитки	25,6	22,28	3,32
Мороженое	20,0	3,35	16,45
Прочие продовольственные товары	8,9	6,09	2,81

торговля молоком и молочной продукцией ($-5,62\%$ к обороту), хлебом и хлебобулочными изделиями ($-2,47\%$), овощами ($-0,66\%$). Существует ряд продовольственных товаров, торговля которыми малорентабельна. К ним относятся: рыба, сыр, консервы овощные, масло животное. Рентабельность же других товарных групп, наоборот, чрезмерно высока.

Полученные результаты свидетельствуют о несовершенстве действующих торговых скидок на продовольственные товары; а также о необходимости продолжения работы над улучшением их планирования. Это положительно скажется на функционировании хозяйственного механизма сферы обращения.