

Устанавливать для торговых представителей какие-то стандартные значения показателей нецелесообразно. Целесообразнее сравнивать работу разных торговых представителей, с тем, чтобы показать каждому из них, в чем он проявил себя лучше, а в чем недоработал по сравнению со своими коллегами.

Оценка деятельности торговых представителей необходима и для расчета их количества. В большинстве случаев численность торговых представителей складывается стихийно. Иногда она определяется объективными показателями состояния книжного рынка. Даже если такие исследования рынка когда-то проводились, то надо учитывать, что их данные быстро устаревают, так как происходят постоянные изменения в составе книготорговых точек, состоянии экономики, спросе на книги.

Ю.В. Окулик, БГЭУ (Минск)

ИЗМЕРЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ

В современных экономических условиях торговый бизнес имеет важное значение, поскольку конечная цель любого субъекта рынка, заключающаяся в получении прибыли, может быть достигнута только при условии успешной реализации произведенной продукции. Экономический интерес хозяйствующих субъектов состоит в том, чтобы обеспечить превышение доходов над расходами, выручки над затратами, и в получении на этой основе необходимой и достаточной для дальнейшего функционирования и развития прибыли. Прибыль характеризует конечный результат финансово-хозяйственной деятельности организации.

Однако абсолютный показатель прибыли не содержит базы для сравнения, а как следствие - не несет в себе полную информацию о хозяйственной деятельности торговой организации и не позволяет дать точную и достоверную оценку эффективности ее деятельности. В рыночной экономике результаты деятельности субъектов рынка оцениваются системой показателей.

Основным относительным показателем результатов финансово - хозяйственной деятельности является рентабельность.

Можно выделять следующие основные методы измерения рентабельности торговых организаций:

1. Рентабельность товарооборота. Рассчитывается как отношение прибыли от реализации товаров к розничному товарообороту и отражает долю торговой прибыли, приходящейся на 1 руб. товарооборота. Этот метод определения рентабельности получил наиболее широкое распространение, поскольку основным экономическим показателем торговой деятельности, оказывающим влияние на остальные показатели, является товарооборот. Кроме того, этот метод прост в исчислении и согласован с уровнями валовых доходов и издержек обращения, исчисляемых также к товарообороту. Однако наряду с указанными преимуществами он обладает рядом недостатков. Так, на объем товарооборота оказывает влияние ценовой фактор. Снижение или повышение цен на товары соответственно изменяет объем товарооборота, а, следовательно, и уровень рентабельности. Другим фактором, оказывающим влияние на

рентабельность, является изменение товарной структуры товарооборота. Увеличение в товарообороте более дорогостоящих товаров ведет к снижению уровня рентабельности, и наоборот. Значительное влияние на рентабельность торговой организации оказывает издержкоемкость реализации тех или иных товаров. Рост удельного веса более издержкоемких товаров вызовет снижение рентабельности.

2. Рентабельность затрат живого и овеществленного труда. Органы статистики при определении рентабельности применяют термин «рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг» и используют его применительно ко всем отраслям. Рассчитывается как отношение прибыли от реализации к затратам на реализацию продукции, товаров, работ, услуг, включающим расходы как живого так и овеществленного труда, и характеризует величину прибыли, приходящуюся на 1 руб. текущих затрат.

3. Рентабельность совокупных затрат. Рассчитывается как отношение балансовой или чистой прибыли к стоимости содержания работников (трудовых ресурсов), основных и оборотных фондов, и показывает размер прибыли, приходящейся на единицу стоимости совокупных затрат.

4. Рентабельность затрат живого труда. Рентабельность, рассчитанная по отношению к среднесписочной численности занятых на предприятии работников либо к фонду заработной платы показывает размер полученной прибыли в расчете на одного работника, либо на 1 руб. выплачиваемой заработной платы. Показатель ставит в зависимость достигнутые результаты хозяйственной деятельности от результатов работы каждого сотрудника и позволяет определить эффективность использования трудовых ресурсов. Затраты живого труда являются основным видом текущих затрат. В этой связи исчисление такого показателя приобретает особенно важное значение. Расчет рентабельности затрат живого труда позволяет судить о вкладе в финансовые результаты работы организации каждого сотрудника и может способствовать принятию решения о необходимости сокращения или расширения штатов.

5. Рентабельность вложенного капитала. Рассчитывается как отношение прибыли (балансовой или чистой) к активам и показывает размер прибыли, приходящийся на 1 руб. имеющихся активов.

6. Рентабельность собственного капитала. Рассчитывается как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала и характеризует эффективность использования собственного капитала.

7. Рентабельность инвестиций. Рассчитывается как отношение общей суммы прибыли к совокупной среднегодовой стоимости собственного и заемного капиталов, и характеризует эффективность их использования в хозяйственной деятельности.

8. Маржа прибыли. Рассчитывается как отношение чистой прибыли к доходам от реализации товаров и позволяет оценить долю чистой прибыли в доходах от реализации товаров.

Рентабельность торговли существенным образом зависит от объема розничного товарооборота и его динамики.

Каждый из указанных методов измерения рентабельности имеет важное аналитическое значение, но позволяет охарактеризовать лишь отдельные стороны этой сложной экономической категории. Всесторонний анализ возможен только при использовании системы показателей. В этой связи для тщательного и полного анализа финансового состояния организаций розничной торговли необходим расчет, по крайней мере, двух основных показателей рентабельности: рентабельности реализованной продукции, товаров, работ, услуг и рентабельности товарооборота, не исключая возможности использования и других методов расчета (рентабельность на вложенный капитал, рентабельность на собственный капитал, маржа прибыли и др.).

Показатель рентабельности товарооборота прост в исчислении, доступен для понимания и имеет единую с уровнями торговых доходов и расходов на реализацию базу исчисления – товарооборот, и позволяет выявить тенденции развития финансовых показателей. Рентабельность реализованной продукции, товаров, работ, услуг позволяет определить прибыльность реализации товаров и дает возможность сопоставления расходов по реализации с действующей системой торговых надбавок. Установленные предельные уровни торговых надбавок едины для всех организаций розничной торговли и не позволяют отразить специфику условий работы. Введение в торговых организациях учета потоварных издержек обращения позволит выявить группы товаров, реализация которых сверхприбыльна или убыточна, и более обоснованно определять уровни торговых надбавок. По мере повышения обеспеченности технологиями появятся необходимые условия в большинстве торговых организаций для организации такого учета.

А.А. Орешенков, ВГТУ (Витебск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ФАКТОРАМИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ СРЕДЫ

Экономика Республики Беларусь находится на этапе структурной трансформации, в основе которой лежат, в частности такие фундаментальные требования, как эффективное международное разделение труда и приоритетное развитие технологий, присущих постиндустриальному обществу и обеспечивающих развитие наукоемких производств. Анализ показал, что в сложившихся условиях научно-технологическое развитие становится главным средством достижения экономического лидерства, важнейшим инструментом в конкурентной борьбе, приносит значительный коммерческий успех. Интеллектуальный ресурс становится важнейшим условием экономического развития. В изменении качества экономического роста большая роль отводится высокотехнологичному сектору, способному быть стабильной, долговременной движущей силой развития, наиболее перспективной базой роста белорусской экономики за счет интенсивных факторов.

Развитие инновационной деятельности – стратегический курс вхождения в международный технологический рынок с его специфическими законами и условиями. Вместе с тем на этом рынке происходит снижение доли Республик бывшего Советского Союза. Республика Беларусь, обладая развитой системой