

**И. В. ПРЫГУН, аспирантка
(Белорусский государственный
экономический университет)**
**О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МЕТОДОВ
ИСЧИСЛЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Реализация маркетинговых принципов в деятельности предприятий (фирм), в том числе и торговых, обостряется проблемой "выживаемости" и надежности.

В условиях, когда формируются рыночные структуры, идет становление смешанной экономики, опирающейся на различные формы собственности, многое будет зависеть от контрагентов (поставщиков, покупателей, подрядчиков, банков и т.д.), которых предприятия должны выбирать самостоятельно на основе информации о хозяйственной деятельности будущего партнера, его финансовом положении и рентабельности.

Система показателей, характеризующих рентабельность торговли, исследована достаточно глубоко и включает следующие подходы:

1) отношение прибыли к издержкам обращения, средствам на оплату труда в расчете на одного торгового работника и т.д.;

2) деление прибыли на используемые предприятием средства и наиболее полно отвечает основному принципу рыночной экономики "прибыль на капитал";

3) расчет рентабельности выполняется путем деления прибыли на товарооборот и является наиболее распространенным в торговой практике. Именно этот метод исчисления рентабельности торговли и был избран при привязке действующей с 1991 г. системы налогообложения, в рамках которой для торговли среднеотраслевая рентабельность определена в размере 4%, предельная — 8%. Однако, по нашему мнению, данный подход обладает рядом существенных недостатков:

во-первых, исчисление рентабельности торговли по отношению к товарообороту носит ярко выраженный внутрисистемный характер и нарушает требования применимости данного показателя к существенно различным по области деятельности, размерам, экономическому состоянию предприятиям;

во-вторых, несмотря на то, что среднеотраслевая рентабельность несет определенную выравнивающую нагрузку, формирование действительно усредненной величины, если учесть существенную дифференциацию уровней рентабельности по конкретным оптовым и розничным предприятиям, обусловленную как факторами базисного характера, лежащими на стороне объективных закономерностей воспроизводственного процесса, так и факторами, связанными с особенностями хозяйственного механизма или явле-

ниями случайного порядка, затруднено. Поэтому сама цифра среднеотраслевой рентабельности не выдерживает критики.

При введении новой налоговой системы важная роль отводилась показателю сверхрентабельности в проведении антиинфляционной политики. Рассмотрим этот аспект воздействия более подробно. С одной стороны, сверхрентабельность в торговле исчисляется по отношению к товарообороту, т.е. к цене товара, что повышает заинтересованность торговых предприятий в повышении цен, так как это способствует росту их дохода. Кроме того, опережающий рост расходов, издержек по транспортировке, топливу, аренде, кредиту при жестко определенном пределе торговой надбавки (скидки), являющейся основным источником обеспечения рентабельности, подталкивает торговые предприятия к взиманию в свою пользу максимальной ставки надбавки и создает беспрецедентную ситуацию: товарооборот, а следовательно, и зарплата, растут, а предприятие терпит убытки. С другой стороны, в современных условиях при высоком уровне монополизации и отсутствии конкуренции за счет диктата договорных цен легко увеличиваются объемные показатели в промышленности. В результате общая динамика цен и ее характер по различным группам и видам продукции имеет значительную инфляционную составляющую, ее искажающее влияние на адекватное отражение рентабельностью эффективности производства еще больше усиливается.

Следует согласиться с предложением о раздельной оценке, во-первых, производственных показателей прибыли и эффективности, т.е. зависящих от успехов работы производственных подразделений предприятий; во-вторых, рыночных показателей прибыли от реализации продукции и рентабельности работы предприятия, зависящих от сбыта продукции, конъюнктуры рынка, в том числе и от роста свободных цен. По существу речь идет о необходимости использования теории производительности факторов производства, производственной функции в качестве методологической основы определения эффективности функционирования предприятий. Такой подход даст возможность приблизить методику исчисления рентабельности и методы оценки эффективности работы торговых предприятий к принятым в международной практике.

Т.Н.МОРГОЛЬ, ассистент

**(Белорусский государственный
экономический университет)**

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Платежеспособность — один из важнейших показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия. Основной информационной базы анализа финансового состояния является бухгалтерский ба-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Беларуский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by