

**И.М.МИКУЛИЧ, аспирантка**  
**(Белорусский государственный**  
**экономический университет)**  
**ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В странах с развитой рыночной экономикой основным показателем, характеризующим уровень развития и эффективность деятельности предприятий и фирм, является экономическая прибыль.

Понятие и содержание термина "экономическая прибыль" несколько отличается от определения прибыли, используемого в нашем народном хозяйстве. Экономическая прибыль характеризует финансовый результат, полученный в процессе рискованной деятельности, внедрения инноваций, а также обладания монопольной властью. Определяется она как разница между общей суммой валовых доходов и суммой валовых издержек (внешних и внутренних). Один из элементов внутренних издержек — нормальная прибыль, представляющая собой ту минимальную плату за выполнение предпринимательских функций, которая способна удерживать капитал предпринимателя в рамках данного предприятия или отрасли.

Показатель прибыли, исчисляемый в торговле, больше подходит к последнему определению по сути, является элементом внутренних издержек предприятия. В последнее время несовершенная система ценообразования, галопирующая инфляция, почти ежеквартальное и часто экономически необоснованное изменение налогового законодательства, отсутствие стабильности в финансовой и политической сферах привели к тому, что прибыль, получаемая торговыми предприятиями, особенно в продовольственной торговле, недостаточна для обеспечения финансовой самостоятельности и дальнейшего развития предприятия.

В 1992 г. уровень рентабельности по Управлению торговли Мингорисполкома, исчисленный к товарообороту, составил 2,33 %, в том числе по продовольственной сети — 0,82 %, по промышленной — 3,95 %. В то же время в 1990 г. он был на уровне 3,45 %, а в 1991 г. — 3,78 %. Особенно значительно снизился уровень рентабельности по продовольственной сфере: с 2,01 % в 1990 г. до 0,82 % в 1992 г.

Столь резкое снижение не является результатом плохой работы торговых предприятий. Эффективность затрат живого и овеществленного труда за этот период возросла. В 1991 г. по продовольственным магазинам на 1 руб. издержек обращения приходилось 6,6 руб. прибыли, в 1992 г. уже 8,9 руб. Та же тенденция наблюдается и при анализе эффективности использования основных фондов.

Начавшиеся в торговле процессы разгосударствления и приватизации способствовали значительному повышению заинтересованности

предприятий в получении прибыли, ибо появилась реальная возможность самостоятельно распоряжаться ею. В арендных предприятиях по продаже продовольственных товаров уровень рентабельности составляют в среднем 2,6—4,3 %, и это при условии, что реализация хлебобулочных изделий и молочных продуктов убыточна. Таким образом, при появлении реального хозяина и возможности самостоятельного распоряжения прибылью начинают действовать законы и факторы, побуждающие предпринимателей искать пути для постоянного и долговременного роста прибыли.

На основе проведенных исследований торговой сети можно сделать вывод, что применяемая система анализа и оценки экономической эффективности работы предприятия не соответствует методам рыночной экономики, она была достаточна только для административно-командной системы. На наш взгляд, для анализа и оценки эффективности деятельности предприятия показатели можно использовать следующие: объем продаж; балансовую и чистую прибыль; влияние налогов; распределение активов.

Анализ продаж позволяет предприятию оценить достигнутые результаты по отношению к поставленным целям, конкурентам и потенциальному рынку. Он оказывает большую помощь в принятии тактических и стратегических решений. Анализ ведется по товарам, географическим секторам, пунктам продажи, клиентам. Экономические показатели, исчисляемые на данном этапе — индекс роста, индекс цен, норма накопления, процент проникновения на рынок, — позволяют составить первое впечатление о работе предприятия и задают направление расширения клиентуры и лучшего удовлетворения спроса постоянных клиентов. Целесообразно, где это возможно, вычислять предел рентабельности по категориям клиентуры.

Основным показателем и в то же время источником функционирования является прибыль. Применяемый в настоящее время показатель рентабельности, рассчитанный как отношение прибыли к товарообороту, не дает полной ясности. Для предпринимателя важно знать, какой процент прибыли он получил на вложенные средства, т.е. отдачу от затраченного капитала. Следовательно, его более интересует показатель рентабельности, исчисленный как отношение прибыли к сумме вложенных средств. Кроме того, необходимо также определить коэффициент финансовой автономности (собственные средства — общие заемные средства), коэффициент ликвидности актива (актив в недвижимости — оборотный актив) и чистую рентабельность оборота (чистая прибыль — балансовая прибыль).

Только на основании анализа можно прислушаться к стратегическому планированию дальнейшей деятельности предприятия, для чего целесообразно предварительно определить критическую точку продаж, обеспечивающую предельный уровень рентабельности.

Это состояние, при котором верны следующие положения: прибыль=нулю; постоянные издержки + переменные = Т-о; сальдо баланса по переменным издержкам = постоянным издержкам.

Если не обеспечивается предельный уровень рентабельности, то предприятие свои капиталы может перебросить в другую сферу деятельности, либо применить новейшие технологии и другие усовершенствования, которые позволяют ему получить прибыль для самостоятельного развития. Особенно привлекательна возможность получения экономической прибыли, которая появилась только в новых условиях перехода к рынку. Предприниматель волен принимать любые управленческие решения, осуществлять рисковую деятельность. Стремление к прибыли и ее росту способствует применению новых технологий и современного оборудования, привлечению постоянного клиента, заставляет использовать не только рекламу и улучшенный ассортимент, но и более высокую культуру обслуживания.

**Т.П.АНИСИМОВЕЦ,**

кандидат экономических наук, доцент

(Белорусский государственный  
экономический университет)

## **О СЕКТОРНОМ АНАЛИЗЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА**

В условиях развития рыночных отношений успех функционирования торговых предприятий во многом зависит от результатов их деятельности, обеспечивающих платежеспособность и устойчивость их финансового положения. При этом для оценки результатов работы используются мно.численные показатели. Среди них наиболее общим показателем является рентабельность хозяйственных средств, исчисляемая отношением прибыли к среднегодовой величине активов баланса. В зависимости от поставленной цели анализа в числителе рассматриваемого показателя можно взять различные виды прибыли — балансовую, чистую, прибыль от реализации. Исходя из экономического содержания показателя рентабельности следует отметить, что он тесно взаимосвязан с рентабельностью реализованных товаров, оборачиваемостью как всех активов, так и отдельных их составных частей, соотношением дебиторской и кредиторской задолженности и т.д. В этой связи нам представляется необходимым проведение анализа рентабельности с учетом количественного влияния целой группы факторов, взаимосвязь с которыми прослеживается исходя из алгоритма его расчета:

$ПБ = ПБ \cdot ПР \cdot Т \cdot Дт \cdot Кт \cdot КО \cdot СК \cdot ТЗ \cdot АТ \cdot ОФ,$

$ОК \cdot ПР1 \cdot Т2 \cdot Дт3 \cdot Кт4 \cdot КО5 \cdot СК6 \cdot ТЗ7 \cdot АТ8 \cdot ОФ9 \cdot ОК10,$

где ПБ — балансовая прибыль; ОК — средняя величина всех активов баланса; ПР — прибыль от реализации товаров; Т — розничный товарообо-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГУ. Беларуский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by> elib@bseu.by