

**Секция 2. ОСОБЕННОСТИ, МЕТОДОЛОГИЯ,
МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

*Е.А. Белоусова
БГЭУ (Минск)*

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ НА ОПЛАТУ ТРУДА
НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ**

Переход к рыночной экономике требует осуществления изменений в методике анализа эффективности использования средств на оплату труда работников торговли. Нельзя отрицать все ценное, что было в экономическом анализе, но в новых условиях необходимо переориентировать его методику на исследование совершенно новых явлений и сторон деятельности торговых предприятий, которые приобретают особую актуальность в условиях перехода экономики к рынку, конкуренции и обострения экономических проблем в переходный период.

Вопросы повышения эффективности использования средств на оплату труда очень остро стоят в связи со значительным отставанием уровня средней заработной платы в торговле от средней заработной платы работников промышленных отраслей, а также экономическими проблемами, вызывающими трудности в повышении заработной платы работников торговли.

Для того чтобы дать правильную оценку эффективности использования средств на оплату труда в торговле, необходимо определить показатели, необходимые для анализа. Сложность задач, решаемых на основе повышения эффективности труда работников, доказывает невозможность применения универсального показателя, характеризующего одновременно все стороны и механизмы его действия. Это обстоятельство вызывает необходимость разработки системы показателей оценки эффективности использования средств на оплату труда в торговой отрасли.

Некоторые применяемые в настоящем показатели не совсем точно отражают реальную ситуацию из-за несоответствия используемых для расчетов данных. Это касается таких показателей, как прибыль на рубль фонда заработной платы, уровень расходов на оплату труда в издержках обращения. Более адекватным в данной ситуации, на наш взгляд, было бы соотносить с общей суммой издержек обращения фонд заработной платы, относимый на издержки обращения, а прибыль в части фонда потребления — к сумме выплат, произведенных из прибыли.

Критериями оценки эффективности использования трудовых ресурсов является рост трудовых доходов работников, с одной стороны, и рост прибыльности их труда для предприятия, с другой. Доходность труда в торговле имеет важное социальное значение, так как продажа товаров должна не только приносить прибыль, способствовать повышению качества услуг, оказываемых в торговле, но и обеспечивать расширенное воспроизводство такого фактора производства, как труд. Оценка прибыльности труда работников может быть выражена коэффициентом, рассчитываемым как отношение прироста чистой прибыли на одного работника за определенный период вре-

мени к приросту фонда потребления на одного работника за определенный период времени. Сопоставимость используемых данных в разрезе источников необходима и при расчете прочих коэффициентов, рассчитываемых при анализе эффективности использования средств на оплату труда.

Для того чтобы оценить конкурентоспособность предприятия по такому показателю, как престижность места работы высококвалифицированного персонала, необходимо постоянно отслеживать соотношение средней заработной платы торгово-оперативного персонала и средней заработной платы по торговому предприятию с уровнем минимального потребительского бюджета, средней заработной платой в целом по отрасли, средней заработной платой работников промышленных отраслей, средней заработной платой в целом по республике.

Включение в систему показателей оценки эффективности использования средств на оплату труда в торговле лишь тех, которые отражаются в государственной отчетности торговых предприятий, ограничивает спектр относительных показателей, которые могли бы отразить реальную эффективность использования средств на оплату труда. Внедрение в традиционную систему новых показателей не повысит трудоемкости расчетов, так как подразумевается использование оперативных и промежуточных данных, используемых при составлении отчетов. Весьма важным является подход к отбору показателей для характеристики процессов, связанных с оплатой трудовой деятельности, так как от этого напрямую зависит объективность оценки результатов этих процессов.

*О.А. Бобровская
БГЭУ (Минск)*

ИЗУЧЕНИЕ СПРОСА — ОСНОВНАЯ ФУНКЦИЯ ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

По состоянию на 1 октября 2001 г. в Республике Беларусь функционировало 593 предприятия фирменной торговли. Наибольшее число предприятий зарегистрировано в Минсельхозпроде, в концернах “Беллепром”, “Белгоспищепром”, “Беллесбумпром”, в Министерстве промышленности.

Однако эффективность работы фирменных магазинов недостаточно высока и не соответствует современным требованиям оперативного изучения мнений покупателей об ассортименте и качестве товаров.

Фирменная торговля практически не влияет на формирование промышленных коллекций, производственных программ предприятий, ассортиментной стратегии отрасли. Сама постановка работы в фирменных магазинах не ориентирована на выполнение этих задач. Так, только 514 магазинов фирменной торговли изучают спрос населения, 153 — реализуют товары по предварительным заказам, 142 — продают товары по образцам.

Такое положение вызвано целым рядом причин, это оценка деятельности фирменной торговли по уровню выполнения плана товарооборота, что наделяет работников на его выполнение, а не на изучение спроса потребителей; отсутствие четко отработанной организационно-методической основы функционирования фирменной торговли.

Часто используется, в том числе и в Типовом положении, определение фирменного магазина как розничного торгового предприятия, учредите-