

Еще одна альтернативная классификация внутренних факторов дана российским экономистом Шепеленко. Он объединяет все внутренние факторы в следующие группы:

- Персонал;
- Техника и технология;
- Материальные ресурсы;
- Организация технологического процесса;
- Менеджмент;
- НИОКР;
- Месторасположение предприятия;
- Отраслевые особенности.

Отечественный экономист Лебедева С.Н. выделяет шесть показателей, характеризующих внутреннюю среду деятельности торгового предприятия:

1. Розничный и оптовый товароборот;
2. Материально-техническая база;
3. Труд и заработная плата;
4. Доходы торговой деятельности;
5. Издержки обращения;
6. Прибыль и рентабельность.

Данная классификация наиболее часто используется для целей экономического анализа деятельности торгового предприятия, учитывающей специфику торговой отрасли.

При оценке внутренних факторов необходимо помнить, что все приведенные классификации являются условными, ибо нельзя абстрагироваться от влияния всех прочих факторов для изучения одного. Они помогают изучить все стороны деятельности во взаимосвязи и взаимозависимости. Так, система материального стимулирования, принятая на предприятии, будет зависеть от профессионализма и уровня квалификации руководства предприятия, равно как и эффективность использования финансовых ресурсов. Уровень развития материально-технической базы, применяемые технологии определяют возможность реализации резервов по повышению производительности труда, создания соответствующего морально-психологического климата в коллективах торговых предприятий и т.д.

Слабая степень задействованности внутренних факторов в обеспечении эффективной деятельности наглядно демонстрирует тот факт, что находящиеся в приблизительно одинаковых условиях предприятия могут иметь расхождения не только в уровне рентабельности на 1—1,5 % к обороту, но и в темпе роста товарооборота до 110 %.

*Л.В. Наркевич
МГТУ (Могилев)*

<http://edoc.bseu.by>

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В практике хозяйственной деятельности торговых предприятий распространен постатейный учет, анализ и планирование издержек обращения, что не позволяет эффективно управлять ими. Управленческий учет издержек обращения является составной частью управленческого учета, в условиях рыночной экономики выступает условием обеспечения конку-

рентоспособности торгового предприятия. Наиболее приемлемым при калькулировании затрат в торговле считается учетно-расчетный метод. Он позволяет получить достаточно точные сведения об издержках обращения по товарным группам. Данный метод приемлем в оптовой торговле, где учет поступлений и реализации ведется по отдельным товарам. При калькулировании затрат по товарным группам в розничных торговых предприятиях для получения данных о реализации товаров используют кассовые аппараты со считывающими магнитными устройствами и магнитными носителями, прикрепляемыми к товарам. Такой учет реализации широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой.

Методы калькуляции издержек обращения основаны на распределении расходов пропорционально удельным весам тех или иных показателей. Однако расчеты громоздки, трудоемки и требуют использования вычислительной техники. В торговых предприятиях, где реализуется широкий ассортимент товаров и не ведется потоварный учет издержек обращения, предлагается следующий подход к проведению анализа прибыли по группам товаров. При калькулировании затрат по отдельным товарам и товарным группам ряд статей издержек обращения (транспортные расходы, расходы на аренду, амортизацию основных средств, отчисления на ремонт основных средств, износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов, расходы на торговую рекламу, прочие расходы) предлагается перераспределять на издержки отдельных групп товаров с учетом результатов, полученных при анализе их в целом по предприятию. Эти расходы распределяются между отдельными видами товаров пропорционально их уровню в процентах к товарообороту, сложившемуся в целом по торговому предприятию. Величина обозначенных расходов зависит от изменения товарооборота по отдельным группам товаров и от среднего их уровня по предприятию. Для расчета издержек обращения по статьям "Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров", "Проценты за пользование кредитом и займами" целесообразно учесть оборачиваемость отдельных групп товаров, уменьшая при этом затраты по товарам, оборачиваемость которых выше.

Расчет может быть произведен и в другом направлении. При отсутствии в структурных подразделениях торгового предприятия оперативного учета реализации отдельных групп товаров целесообразно калькулирование издержек производить на основании поступления товаров за анализируемый период. Источниками информации при этом выступают приходные документы (товарно-транспортные накладные) исследуемого периода. Данный подход ориентирован на издержки обращения, приходящиеся не на реализованные товары, а на текущие издержки. Величину отдельных текущих издержек можно получить из аналитического учета, из первичных документов.

В результате осуществления предлагаемых расчетов допустимы некоторые отклонения, которые в целом не нарушают пропорций издержкостности по товарным группам. Такие расчеты оправданы даже при наличии отклонений, выступают наиболее точными носителями информации для анализа и прогнозирования в торговле. Результаты калькуляционных расчетов позволят обосновывать управленческие решения со значительно большей степенью точности, чем решения, не опирающиеся на такие прогнозные расчеты. При использовании товарооборота по товарным группам

в калькуляционных расчетах общая сумма издержек обращения, распределяемая по товарным группам, должна быть равна сумме издержек, приходящихся на реализованные товары.

Н.В. Оксенчук
УО БТЭУПК (Гомель)

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ ТОВАРОВ

Торговые предприятия ежегодно сталкиваются с необходимостью выбирать товары для реализации из большого количества наименований. Наряду с этим им необходимо обеспечить выгодность каждой коммерческой сделки. Это означает, что следует обеспечить взвешенный подход при выборе поставщиков, определении оптимальной партии и цены закупки товаров, установлении обоснованной торговой надбавки.

Для торгового предприятия очень важно при выборе поставщиков товаров глубоко и всесторонне исследовать их деятельность, изучить их потенциал с тем, чтобы установить деловые отношения, обеспечивающие предприятию стабильную работу. Поэтому для изучения поставщиков товаров необходимо составить перечень всех поставщиков предприятия, сгруппировать их по определенным товарным группам, изучить их деятельность и на основе сравнительного анализа показателей, характеризующих деятельность поставщиков предприятия, следует осуществить оценку их привлекательности с помощью метода экспертных оценок с использованием предлагаемой оценочной шкалы.

Данные для оценки привлекательности поставщиков товаров

Показатель	Оценка, баллы			
	0	1	2	3
1. Репутация и имидж				
2. Доступность территориальная и коммуникативная				
3. Уровень специализации				
4. Важность для поставщика объема продаж				
5. Концентрированность поставщика на работе с клиентами				
6. Предоставление гарантии качества поставляемого товара				
7. Условия оплаты				
8. Условия поставки				
9. Пунктуальность и обязательность выполнения условий поставки				
10. Предоставление дополнительных услуг				
11. Цена поставляемого товара				

Например, по показателю 10. "Предоставление дополнительных услуг" 0 баллов соответствует их отсутствие; 1 балл — оказание разовых ус-