

## **Секция 10. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЛИ**

*Ю.А. Алейникова  
БГЭУ (Минск)*

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АНАЛИЗА РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ТОРГОВЛЕ**

Прибыль и рентабельность являются одними из важнейших экономических показателей хозяйственной деятельности предприятия. Только на основе устойчивого прибыльного развития торговые организации могут достичь своих стратегических целей. По оценкам специалистов, минимальный уровень рентабельности оборота, при котором торговое предприятие может нормально развиваться, должен быть не менее 4 %. Однако в настоящее время многие торговые организации сталкиваются с проблемой ухудшения финансового положения и снижения финансовых результатов деятельности. Об этом свидетельствуют постоянно снижающиеся показатели рентабельности.

Данная проблема характерна и для одного из ведущих торговых предприятий республики — УП “Универмаг Беларусь”. Так, анализ финансовых показателей за девять месяцев 2002 г. свидетельствует о снижении уровня рентабельности оборота с 2,08 % до 1,29 %, а, следовательно, об ухудшении эффективности работы предприятия.

Проведенный факторный анализ показал, что основной причиной снижения уровня рентабельности УП “Универмаг Беларусь” в 2002 г. стало уменьшение суммы полученной прибыли. Падение прибыли произошло из-за снижения уровня валового дохода на 0,35 процентных пункта и повышения уровня издержек обращения на 0,47 процентных пункта.

Данный анализ рентабельности характеризует прибыльность предприятия в целом, но не показывает влияния изменения рентабельности отдельных товаров или товарных групп на общую рентабельность, что очень важно как для выбора стратегии управления, так и обоснования направления дальнейшего развития торгового бизнеса. Оценка такого влияния позволит установить влияние объемов продаж отдельных товаров на общую рентабельность в условиях сложившейся ассортиментной структуры реализованных товаров и оценить ее оптимальность и рациональность.

К сожалению, такого рода анализ практически не проводится на предприятиях торговли, так как требует достаточно больших

объемов исходной информации и больших затрат времени. Информационной базой для него являются данные бухгалтерского учета, но он возможен лишь при условии наличия аналитического учета затрат по видам реализуемых товаров. Такой расчет влияния изменения рентабельности отдельных товаров или товарных групп\* может быть представлен в виде следующей таблицы:

Товар	Рентабельность, %			Доля в общем объеме реализации			Влияние на рентабельность продаж		
	за прошлый год	за отчетный год	отклонения	за прошлый год	за отчетный год	отклонения	структуры реализации (гр. 1 · гр. 6)	рентабельности товара (гр. 3 · гр. 5)	совокупного влияния факторов (гр. 7 + гр. 8)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
А	10,5	13,0	+2,5	0,36	0,30	-0,06	-0,63	+0,75	+0,12
Б	8,3	7,1	-1,2	0,28	0,28	—	—	-0,336	-0,336
В	7,8	3,4	-4,4	0,27	0,22	-0,05	-0,39	-0,968	-1,358
Г	8,7	10,1	+1,4	0,09	0,20	+0,11	+0,957	+0,28	+1,237
<i>Итого</i>	8,993	8,656	-0,337	1,00	1,00	—	-0,063	-0,274	-0,337

По данным проведенного анализа можно сделать вывод, что на предприятии заинтересованы в повышении доли товаров А и Г в структуре товарооборота и, соответственно, снижении доли менее рентабельных товаров Б и В, по которым наблюдается падение спроса.

Таким образом, анализ рентабельности отдельных видов товаров помогает определить, какие товары более издержкостоемкие по сравнению с другими, а какие более прибыльные, и тем самым позволяет исключить менее прибыльные товары из ассортимента и сделать его структуру оптимальной.

\* Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ. М.: Дело и Сервис, 1999. С. 99.