

ДОХОДЫ ТОРГОВЛИ: ОСОБЕННОСТИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ

Функционирование деятельности всего народного хозяйства, любой организации, в том числе торговой деятельности потребительской кооперации в условиях рынка товаров и услуг, перехода на полный хозяйственный расчет, самокупаемость, самофинансирование требуют соизмерения затрат с доходами. Именно хозрасчетные интересы вызывают необходимость иметь доходы в таком объеме, чтобы они были достаточными для покрытия общественно-необходимых, рациональных расходов, уплаты налогов и неналоговых платежей, осуществляемых за счет доходов, а также для получения прибыли, дающую возможность нормального функционирования организации в рыночных отношениях.

По своему экономическому содержанию доходы торговли представляют часть совокупного общественного продукта, обособившегося в сфере товарного обращения.

Объективная необходимость существования доходов торговли обусловлена наличием товарно-денежных отношений, действием закона стоимости, разделением функций между сферой производства и сферой товарного обращения.

Сущность доходов, как экономической категории определяется действием всей системы экономических законов нашего общества.

Деятельность потребительской кооперации, в том числе и торговли, осуществляется за счет собственных средств, поэтому размер доходов имеет решающее значение в укреплении финансового состояния потребительской кооперации. Исходя из этого каждый кооператив, потребсоюз заинтересован в увеличении доходов, поскольку только за счет их величины, можно осуществлять расширенное воспроизводство.

Доходы, как экономическая категория, находят свое практическое проявление в конкретном показателе торговой деятельности, который исчисляется в абсолютных и относительных величинах. Абсолютный размер доходов выражается в сумме и определяется как разница между выручкой от реализации товаров и стоимостью их приобретения у производителей или посредников. Относительный размер доходов представляет собой отношение их суммы к другим показателям торговой деятельности, прежде всего, к объему розничного товарооборота, а также к расходам на реализацию товаров, сумме основных и оборотных средств, ко всему экономическому потенциалу и так далее.

Хозрасчетные интересы требуют, чтобы каждая торговая организация получала доходы в размере достаточном для покрытия общехозяйственных расходов и получения прибыли, необходимой для нормального их функционирования.

Доходы в целом по системе потребительской кооперации формируются за счет различных источников и, прежде всего, они подразделяются на планируемые и непланируемые, а также получаемые от торговой и неторговой деятельности. В связи с тем, что основным видом деятельности потребительской кооперации Белкоопсоюза является торговля, то формирование доходов за счет торговой деятельности составляет наибольший удельный вес во всех доходах системы. Что касается торговой деятельности, то основными источниками образования доходов являются торговые скидки, надбавки и наценки на продукцию собственного производства и покупные товары в предприятиях питания, а также внереализационные и операционные доходы. Следует отметить, что соотношение между источниками образования валовых доходов изменяется под влиянием многих причин и, прежде всего, здесь учитывается политика и экономическое положение государства, материальное положение населения республики, размеры надбавок и торговых скидок, структура реализуемых товаров и ряд других факторов.

В последние годы по торговле системы потребительской кооперации в основном формирование доходов производится за счет надбавок, установленных к оптово-отпускной цене поставщика-производителя или первого покупателя, завезшего товар в нашу страну.

Второе место занимают торговые скидки, устанавливаемые к розничной (фиксированной) цене на товары народного потребления и третье – прочие доходы. Но размер этого соотношения колеблется и в отчетном году, в связи увеличением доли реализации социально-значимых товаров и товаров, имеющих фиксированные розничные цены, в общем объеме товарооборота, происходит снижение доли доходов, получаемых за счет реализации товаров по свободным ценам. Увеличивается доля доходов от прочей деятельности.

В условиях рыночной экономики немаловажным источником пополнения доходов являются внереализационные доходы, сумма которых как в целом по Белкоопсоюзу, так и по отдельным структурным подразделениям, увеличивается, причем доходы в несколько раз превышают сумму внереализационных расходов.

Именно превышение внереализационных доходов над расходами дает возможность торговым организациям потребительской кооперации повысить доходность и рентабельность торговой деятельности.

Рассматривая состояние и развитие валовых доходов по торговой деятельности в целом по Белкоопсоюзу и отдельным облпотребсоюзам следует отметить, что здесь просматривается тенденция роста их из года в год, причем происходит увеличение во много раз.

Так в целом по Белкоопсоюзу за период с 1994г. по 2005г. сумма валовых доходов от торговой деятельности возрастала с каждым годом. В 2000 году она достигла более 84,6 млрд.р. и возросла по сравнению с 1994 годом более чем в 228 раз, в 2005г. она составила более 391 млрд. р., т.е. по сравнению с 2000 годом возросла более чем в 4,6 раза. Аналогичная тенденция развития этого показателя наблюдается и в разрезе облпотребсоюзов, однако величина его роста была неодинакова.

Давая оценку развития валовых доходов в абсолютной сумме, не всегда точно отражаем состояние их развития по относительному показателю, так как он зависит от многих факторов, в том числе от объема товарооборота. Рассматривая состояние развития доходов по отношению к товарообороту, видим, что этот показатель дифференцируется как по периодам, так и по отдельным структурным подразделениям (см. таблицу), но и здесь просматривается закономерность его развития.

Эта закономерность проявляется в том, что с 1990 до 1994 года в целом по Белкоопсоюзу и отдельным облпотребсоюзам наблюдается повышение уровня доходности и пик его роста приходится на 1994 год. Размер уровня доходов в этот период по Белкоопсоюзу достигает 27% к товарообороту, а по облпотребсоюзам колеблется от 28,9% в Могилевском ОПС до 25% в Минском ОПС. В последующие годы наблюдается тенденция снижения уровня исследуемого показателя как в целом по торговле системы, так и по структурным подразделениям. В 2000 году уровень доходов торговли по Белкоопсоюзу составил только 15,7% и колебался в пределах от 16, 11% до 14, 27%. В последующие годы как

в целом по Белкоопсоюзу, так и по облпотребсоюзам наблюдается рост исследуемого показателя и по сравнению с 2000г. в целом по торговле системы он возрос почти на 2,5% к товарообороту, наилучшего результата добился Могилевский, Гомельский, Брестский облпотребсоюзы. Колебания развития уровня валовых доходов свидетельствует о том, что на него оказывают влияние многие факторы и, прежде всего, объем товарооборота, его состав и структура, уровень цен на товары народного потребления и количество реализуемых товаров, звенность товародвижения, источники поступления товаров, размер торговых скидок и надбавок и др. Одни из этих факторов способствуют росту доходов и укреплению финансового состояния торговли, а другие, наоборот, снижают результативность торговой деятельности. Поэтому в процессе изучения доходов, комплексного их анализа, особое внимание следует уделять факторному анализу и осуществлять количественную оценку влияния каждого факторов на величину доходов с тем, чтобы учесть это при обосновании развития их на прогнозный период.

Таблица.

Динамика изменения уровня доходов от реализации товаров за 1990 – 2005
годы.

(в % к товарообороту)

Годы	БКС	Облпотребсоюзы					
		Брестский	Витебский	Гомель- ский	Гроднен- ский	Минский	Могилев- ский
1990	9,3	9,0	9,0	9,7	9,4	9,2	9,2
1991	11,4	11,5	11,1	11,2	11,4	11,2	11,0
1992	17,1	16,4	15,9	16,1	14,8	15,1	13,6
1993	25,2	24,1	25,5	25,1	24,8	23,4	26,2
1994	27,0	26,2	27,1	27,4	25,7	25,0	28,9
1995	22,7	22,1	22,8	23,1	21,4	21,7	24,2
1996	20,2	19,9	20,0	19,7	19,8	19,1	21,7
1997	19,5	19,7	19,1	19,4	19,1	18,6	20,6
1998	19,7	19,3	18,9	19,2	18,6	18,5	20,0
1999	19,6	19,1	18,6	19,6	18,8	18,8	19,3
2000	15,7	15,56	15,58	14,27	16,07	15,74	16,11
2001	16,6	16,59	16,64	15,72	18,63	16,45	17,41
2002	16,93	16,89	16,15	16,12	16,80	16,51	17,57
2003	16,5	16,58	15,37	15,25	16,55	15,9	16,82
2004	18,05	17,65	17,26	18,11	17,53	16,62	18,39
2005	18,23	18,36	17,66	18,48	18,3	16,97	18,56

Именно факторный анализ способствует выявлению как внутренних, так и межхозяйственных резервов роста доходов и эффективности работы предприятий торговли.

Факторный анализ доходов следует проводить в двух направлениях:

- 1 – изучать и количественно определять влияние отдельных факторов на изменение суммы и уровня дохода;
- 2 – определять влияние дохода и других показателей на конечные финансовые результаты хозяйственной деятельности.

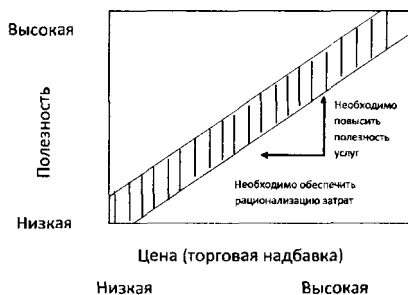
В связи с тем, что в рыночных отношениях валовые доходы формируются в большей части за счет надбавок, то работникам торговли следует проверять правильность их обоснования как по отдельным товарам, товарным группам, так и по торговым объектам.

Занижение размера торговых надбавок не стимулирует развитие товарооборота той или другой товарной группы, приводит к убыточной работе торговых предприятий и организаций.

По проведенным расчетам установлено, что реализация таких товаров как: масло животное, молоко и молочная продукция, соль, хлеб и хлебобулочные изделия, маргарин и маргариновая продукция, крупа, бобовые и т.д. является убыточной. Учитывая это, работникам торговли следует добиваться повышения уровня надбавок на убыточные товары, до установленного расчетного показателя. Если же не возможно это осуществить, то следует рассмотреть размер необходимой оборачиваемости убыточных товаров, путем рационализации товародвижения, снижение времени на приемку и комплектование товаров, повышение частоты завоза товаров и увеличение комплектности поставки, снижение звенности товародвижения и других показателей.

Особое место при рассмотрении доходов торговые работники должны отдавать оценке полезности торговых услуг, предоставляемых торговлей, потребностям в этих услугах потребителей. Эта оценка дает возможность определить правильность применяемой тактики формирования доходов, а для этого необходимо использовать данные о работе конкурентов и построить график полезности торговых услуг и размера торговой надбавки, отразив их взаимосвязь.

Взаимосвязь между ними может быть низкой и высокой и наглядно просматривается на рисунке.



В том случае, если полезность услуг и величина торговой надбавки попадает в заштрихованную полосу, то покупатель считает, что полученные им услуги стоят денег, затрачиваемых на услуги, т.е. размер торговой надбавки оправдан.

Верхняя часть заштрихованной полосы свидетельствует о том, что покупатель платит более высокую цену за более высокие потребительские свойства товаров (услуг).

Левая верхняя зона выше заштрихованной полосы свидетельствует о том, что покупатель получает больше услуг, чем оплачивает. Это повышает имидж организации, доверие покупателей, увеличивает долю на рынке. Если в данной плоскости организация находится ниже заштрихованной полосы, то это говорит о том, что полезность ее услуг низкая. Покупатель считает, что он переплачивает и услуги, оказываемые ему ниже стоимости товаров (услуг). Услуги и набавка не соответствуют друг другу. Надбавка завышена.

Для того, чтобы предоставляемые торговлей услуги и размеры торговых надбавок соответствовали друг другу, работникам торговли необходимо определять границы деятельности организации на прогнозный период и рассчитывать коэффициент покрытия расходов на реализацию товаров. Для этого расчет его следует проводить по формуле:

$$K_n = (\Sigma D - \Sigma IO_{пер}) \times 100 / \Sigma D,$$

где K_n – коэффициент покрытия расходов доходами;

ΣD – сумма доходов;

$\Sigma IO_{пер}$ – сумма переменных расходов.

Кроме того, работникам торговли необходимо определять критическую точку доходов и запас финансовой прочности.

Критическая точка доходов определяется на основе следующей формуле:

$$\Sigma D_{кр} = \Sigma IO_{пос} \times 100 / K_n,$$

где $\Sigma D_{кр}$ – критическая сумма доходов;

$\Sigma IO_{пос}$ – сумма постоянных расходов.

Запас финансовой прочности ($Z_{фн}$) определяется путем отнесения разницы между суммой доходов и критической точкой доходов, выраженных в процентах и рассчитывается по формуле:

$$Z_{фн} = (\Sigma D - \Sigma D_{кр}) \times 100 / \Sigma D$$

В том случае, если сумма доходов торговли снизится более чем на размер запаса финансовой прочности, то данная организация снижает свою платежеспособность и увеличивает вероятность банкротства, чего не должны допускать работники торговли.