

УДК 339.16.012.23

ТОРГОВАЯ НАДБАВКА - ЦЕНА ТОРГОВЫХ УСЛУГ

К.В. ПЕНЬКОВСКАЯ

Могилевский технологический институт

Могилев, Беларусь

В настоящее время торговая надбавка, установленная в процентах к отпускной цене, является практически единственным источником формирования валовых доходов предприятия. С одной стороны, сфера торговли, в которой непосредственно складываются величины торговых надбавок, является посредническим звеном между производством и потреблением. С другой стороны надбавки выступают в качестве цены особой сферы экономики - торговли, имеющей определенную самостоятельность и специфический рынок с основными рыночными атрибутами: спросом, предложением, конкуренцией. На величину торговых надбавок оказывают влияние соотношения между спросом и предложением на торговые услуги, специфика деятельности, ценовая политика предприятия, уровень конкуренции, а также правительственная политика, проводимая в сфере обмена и другие факторы. Это в свою очередь отражается на характере торговых надбавок: свободные или государственно-регулируемые. Большинство экономистов признает за торговой надбавкой четыре основные функции: учетно-измерительную, распределительно-перераспределительную, стимулирующую и балансирующую. Функция учета и измерения затрат общественного труда определяется сущностью торговой надбавки как денежного выражения стоимости торговой услуги. Торговая надбавка демонстрирует, во что обходится торговле реализация данного вида товаров. Распределительно-перераспределительная функция связана с отклонением цены торговой услуги от ее стоимости не столько под влиянием рыночных факторов, сколько политики государства. Торговые надбавки выступают инструментом распределения и перераспределения создаваемой стоимостью между производителями и потребителями. Реализация стимулирующей функции торговой надбавки выражается в стимулировании торгового предприятия заниматься продажей тех или иных товаров через уровень заключенной в ней прибыли, а также играет большую роль в решении социальных проблем, когда создаются благоприятные условия для поддержания покупательского спроса на достаточно высоком уровне. Балансирующая функция сигнализирует о диспропорциях в экономике, производстве и сфере обращения и регулирует их с учетом изменения объема реализации тех или иных товаров. Можно выделить еще одну функцию надбавки носителя информации. Надбавка несет информацию обратной связи по стоимости и потребительской стоимости товара, о состоянии отечественного и эффективности импортных операций. Однако,

на практике эта функция либо не реализуется, либо частично искажается. Государство ограничивает полномочия торговых предприятий в вопросах самостоятельного формирования цены торговых услуг, законодательно ограничивая их предельными размерами.

В связи с вышеизложенным, на мой взгляд, назрела необходимость пересмотра механизма формирования торговой надбавки.

Торговая надбавка имеет право на самостоятельность существования и должна формироваться под влиянием внешних и внутренних факторов каждым конкретным торговым предприятием.

УДК 657.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОТЧЁТНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК.

Е.А. БАРСУКОВА

Могилевский технологический институт

Могилев, Беларусь.

Ежемесячно промышленные предприятия представляют в органы статистики до 10 форм статотчётов. Существенным недостатком действующих форм государственной статистической отчётности является то, что один и тот же показатель отражается в разных отчётах (в нескольких формах) и в разных ценах. Статистическая отчётность "раздута" до таких пределов, что качественное и достоверное составление отчётов становится затруднительным. Количество форм статистических отчётов должно быть минимальным, а объём показателей - отражать все стороны деятельности предприятия.

Рассмотрим, например, форму 1-П "Срочный отчёт промышленного предприятия по продукции". Показатели этого отчёта характеризуют работу предприятия по производству и реализации (отгрузке) продукции. А из общего объёма отгруженной продукции выделяется продукция, отгруженная на внутренний рынок страны, в страны СНГ, в страны дальнего зарубежья.

Казалось бы, в этом отчёте содержатся все показатели, характеризующие работу предприятия. Но, кроме этого отчёта, Министерством статистики и анализа утверждён отчёт формы 1-продажа "Отчёт о продаже продукции предприятиями-изготовителями". В этом отчёте отражаются те же показатели, что и в форме 1-П, только в разных ценах.

Ежемесячно промышленные предприятия представляют 2 отчёта об экспорте (импорте) товаров, где также отражается количество и стоимость продукции, реализованной за пределы республики (раздельно по каждой