

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ СО СКИДКОЙ НА НЕКУМУЛЯТИВНОЙ ОСНОВЕ

Эффективность деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих розничную торговлю, во многом зависит от грамотной организованной товарно-сбытовой и ценовой политики. У розничных торговых организаций такая политика базируется на использовании различных мер по стимулированию потребительского спроса, продвижению товаров на рынке, поскольку рост покупательской активности способствует увеличению объема продаж и выручки от реализации.

Реализация товаров на условиях предоставления скидки на некумулятивной основе – один из наиболее действенных способов привлечения потенциальных потребителей. Скидки на некумулятивной основе предоставляются при разовом приобретении товаров, стоимость которых превышает установленную величину средней (минимальной) разовой покупки (размера чека).

В свою очередь, увеличение прибыли от реализации товаров может быть обеспечено только за счет сокращения расходов на реализацию и наращивания объема продаж. При составлении таких расчетов, определение расходов на реализацию осуществляется торговой организацией исходя из принятой учетной политики на основе их разделения на прямые (условно-переменные) и косвенные (условно-постоянные) расходы. Связано это с тем, что увеличение объема продаж товаров оказывает непосредственное (прямое) влияние на снижение доли косвенных (условно-постоянных) расходов стоимости реализации товаров (выручке от реализации товаров).

При этом балансовая прибыль от реализации товаров в условиях роста объема продаж возрастает прямо пропорционально снижению косвенных (условно-постоянных) расходов. В этом случае рост прибыли от реализации товаров происходит за счет перераспределения указанных расходов на большее количество реализуемых товаров.

Достижение такой экономии возможно только при проведении мероприятий по совершенствованию ценовой политики, оптимизации сбытовой и товарной политики, детальному изучению конъюнктуры рынка и других мероприятий, способствующих увеличению объемов продаж товара и улучшению финансового состояния организации.