

Галина Кевра,
ЭКОНОМИСТ

Экономическое обоснование предельного размера скидок, применяемых в оптовой торговле

Эффективность функционирования субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих оптовую торговлю товарами, в отношении которых они не являются производителями и (или) импортерами (далее — оптовые организации), в большой степени зависит от грамотно организованной товарно-сбытовой и ценовой политики.

Одним из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности оптовых организаций является проведение комплекса мероприятий по достижению высокого уровня покупательской активности, увеличению заинтересованности организаций-покупателей в приобретении большего количества товаров и ускорению сроков их оплаты и др.

В сбытовой политике оптовых организаций могут использоваться различные меры по стимулированию сбыта товаров, одной из которых является **ценовое стимулирование**, основывающееся на применении различных видов скидок с цен реализации. В свою очередь, снижение цены реализации позволяет оптовой организации увеличить объем продаж и привлечь новых, а также сформировать группу постоянных покупателей.

Предоставление оптовыми организациями скидок с установленных ими цен реализации

осуществляется в соответствии с утвержденным ими порядком применения скидок (далее — Порядок). При этом требования к содержанию, процедуре, форме составления и утверждения названного Порядка законодательством не установлены. В связи с этим данный Порядок разрабатывается оптовыми организациями самостоятельно, и в нем, как правило, отражаются виды скидок, ассортимент товаров (работ, услуг), при реализации которых применяются скидки, а также размеры скидок и условия их предоставления.

Утверждение вышеуказанного Порядка осуществляется оптовыми организациями в форме единого документа (например, положения) или совокупности внутренних документов (приказов, решений, распоряжений и др.). Сроки действия утвержденного Порядка, условия внесения в него изменений и дополнений, ассортимент товаров (работ, услуг), при реализации которых применяются скидки, а также размеры скидок и условия их предоставления определяются субъектами самостоятельно, исходя из финансовых возможностей и складывающейся экономической ситуации, с учетом применяемой маркетинговой и учетной политики.

Основные цели предоставления скидок

При определении системы скидок и их размеров, прежде всего, необходимо определить цели, ради которых предполагается их предоставление (табл. 1).

ТАБЛИЦА 1

Классификация скидок в зависимости от целей их предоставления

Цель предоставления	Виды скидок
Сбыт продукции	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за объем партии (при приобретении определенного количества (веса, объема) товара одного наименования); ■ скидка за оборот (бонусная); ■ скидка за количество или серийность; ■ скидка при приобретении товара на установленную сумму (как определенного, так и различного ассортимента; как отдельно по каждой покупке, так и с накоплением предыдущих покупок); ■ скидка при приобретении товарных наборов; ■ скидка за регулярность закупок
Ликвидация дебиторской задолженности, оптимизация условий работы	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за условия (сроки) оплаты; ■ скидка за предварительную или авансовую оплату; ■ скидка при оплате ранее установленного договором срока; ■ скидка за валюту платежа; ■ скидка за условия поставки
Привлечение новых покупателей, их удержание	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за объем закупок, накопленный в течение определенного (ограниченного) периода; ■ накопительная скидка за объем закупок без ограничения периода; ■ накопительная скидка за объем закупок без ограничения периода по прогрессирующей шкале
Обеспечение стабильности (предсказуемости) работы, сглаживание сезонности	<ul style="list-style-type: none"> ■ скидка за регулярность закупок; ■ скидка при приобретении товара вне сезона (накануне завершения соответствующего сезона); ■ скидка за предварительный заказ

Необходимость составления расчетов по определению уровня скидок

В настоящее время все больше отечественных оптовых организаций-посредников использует в своей практике различные виды скидок на реализуемые товары, испытывая при этом серьезные трудности из-за отсутствия методики обоснования их размера. В большинстве случаев экономические расчеты по обоснованию размера скидок с цен реализации отсутствуют. Нередко скидки устанавливаются по случайному принципу или на минимальном уровне, не вызывая интереса у покупателей. Предлагаемая в данной статье методика составления экономических расчетов по определению уровня скидок с цен реализации позволяет определять их размер в зависимости от основных условий договора: объема закупаемой партии товара и срока его оплаты покупателем.

При разработке системы скидок необходимо осознание того, что их применение должно привести в результате к положительному экономическому эффекту и не должно являться

мерой, необходимой для выживания организации. При этом нижний предел предоставляемой скидки должен обеспечить безубыточную реализацию товаров, то есть цена с учетом предоставленной скидки не должна приводить к убыточности реализации этих товаров. Таким образом, размер предоставляемых скидок с цен реализации определяется оптовыми организациями самостоятельно, исходя из финансовых возможностей и складывающейся экономической ситуации.

Экономический эффект от применения скидок заключается в увеличении объема продаж, оборачиваемости средств, прибыли, снижении дебиторской задолженности. При реализации товаров на условиях предоставления скидок с установленных цен продавцу необходимо осуществлять контроль за тем, чтобы **сумма скидок не превышала суммы экономии по затратам, получаемой в результате увеличения объемов продаваемого товара.** Эта экономия может складываться за счет минимизации затрат по реализации, складированию, поддержанию товарного запаса и транспортировке товара, а также проведения мероприятий по совершенствованию

ценовой политики, оптимизации сбытовой и товарной политики, детальному изучению конъюнктуры рынка и других мероприятий, способствующих улучшению финансового состояния организации.

Вместе с тем при составлении экономических расчетов по обоснованию размера скидок с цен реализации товаров на условиях предоставления скидок с установленных цен необходимо в первую очередь учитывать тот факт, что **снижение цены реализации может быть оправдано только в случаях:**

- если снижение цены реализации приводит к увеличению объема продаж, а структура затрат такова, что рост продаж приводит к увеличению общей прибыли от реализации данного товара;

- если система скидок интенсифицирует приток денежных средств в условиях их дефицита;

- если система скидок за ускорение оплаты товара более эффективна, чем система штрафных санкций за просроченную его оплату.

НА ЗАМЕТКУ

Система скидок должна включать в себя незначительное количество их видов, так как в противном случае может создаться сложная ситуация, и внедряемая система не принесет желаемых результатов.

В настоящее время необходимость экономического обоснования размера (уровня) скидок с цен реализации, применяемых оптовыми организациями при реализации товаров другим организациям-покупателям, законодательно не установлена. Однако с целью обеспечения положительного экономического эффекта от применяемой системы скидок целесообразно производить такое обоснование.

Рассмотрим порядок составления экономических расчетов по обоснованию размера (уровня) отдельных видов скидок, применяемых организациями оптовой торговли.

Обоснование размера скидки, стимулирующей увеличение объема продаж

Скидка за объем продаж — скидка с установленной цены реализации товара, предо-

ставляемая оптовой организацией другим организациям-покупателям за разовое приобретение ими товаров одного наименования в определенном количестве (весе, объеме), превышающем установленную величину минимальной партии. Данный вид скидки представляет собой соразмерное уменьшение цены реализации товара для организаций-покупателей, приобретающих большое количество аналогичного товара. Обычно данного рода скидка устанавливается в процентном соотношении от общей стоимости реализуемого товара одного наименования. При этом скидки за объем продаж могут предлагаться на некумулятивной основе (за определенный объем разовой закупки товара) или на кумулятивной основе (за объем товара, приобретенного покупателем за определенный период времени, сверх договорного предела закупки).

В свою очередь, **предоставление скидки с установленной цены осуществляется оптовыми организациями за счет снижения размера плановой прибыли от реализации товара, учитываемой при определении цены его реализации.** В этом случае прирост размера фактической прибыли от реализации каждой дополнительной единицы товара по цене, установленной с учетом предоставляемой скидки, может быть обеспечен за счет роста объемов его продаж. При этом эффективность предоставления скидок с установленных цен может быть достигнута только при проведении необходимых мероприятий по поиску резервов роста объема реализации товаров (его максимизации) и минимизации издержек их реализации.

Расчет максимального размера скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, может осуществляться с использованием следующей формулы:

$$C_o^v = C_o - OЦ_n (OЦ_m) - ((C_o - OЦ_n (OЦ_m)) \times V_m^c / V_\phi^c),$$

где C_o^v — предельный максимальный размер скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, руб.;

C_o — цена на товар, применяемая оптовой организацией при его продаже другим организациям-покупателям, без НДС;

$OЦ_n (OЦ_m)$ — отпускная цена на товар, применяемая организацией-производителем

(импортером) при его продаже оптовой организации, без НДС, руб.;

V_m^c — предельный объем минимальной партии товара, реализуемой оптовой организацией организации-покупателю на условиях предоставления скидки, в соответствующих натуральных единицах измерения;

V_ϕ^c — фактический объем партии товара, приобретаемой организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, в соответствующих натуральных единицах измерения.

СПРАВОЧНО

Отпускная цена — цена, устанавливаемая производителем на произведенный (в том числе произведенный по договору подряда) товар, а также импортером на ввезенный им в республику товар для дальнейшей его реализации (п. 3 Инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов), утвержденной постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 22.07.2011 № 111 (с последующими изменениями и дополнениями) (далее — Инструкция № 111)).

Составление экономического расчета по обоснованию предельного максимального размера скидки за объем продаж, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, рассмотрим на условном примере.

ПРИМЕР 1

Оптовая снабженческо-сбытовая организация ОАО «ОптСнаб» приобрела у ОАО «Фабрика строительных материалов» 90 т сухой строительной смеси, кладочной, цементной (СТБ 1307-2012) фасованной, упакованной в потребительскую упаковку (мешки) размером 25 кг (далее — строительная смесь) для последующей ее реализации организациям розничной торговли. Согласно товаросопроводительным документам отпускная цена за 1 т, установленная ОАО «Фабрика строительных материалов», составила 750 000 руб. без НДС.

Реализация смеси другим организациям-покупателям производится оптовой организацией ОАО «ОптСнаб» с применением оптовой надбавки в размере, определяемом с учетом сложившейся конъюнктуры рынка, установленном на уровне 8%.

В соответствии с утвержденным Порядком от 04.01.2016 предельный минимальный объем партии разовой закупки строительной смеси, при превышении которого оптовой организацией ОАО «ОптСнаб» предоставляется скидка в размере 1%, составляет 50 т.

Последовательность расчета предельного максимального размера скидки за объем продаж при продаже 90 т строительной смеси розничной организации ООО «РемДорСтрой» приведена в табл. 2.

ТАБЛИЦА 2

Расчет предельного максимального размера скидки за объем продаж

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Значение (расчет)
1	2	3	4
1	Отпускная цена на строительную смесь, применяемая ОАО «Фабрика строительных материалов» при ее продаже организации ОАО «ОптСнаб», без НДС	руб.	750 000
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией ОАО «ОптСнаб» при осуществлении оптовой торговли строительной смесью (справочно)	%	8
		руб.	60 000 (750 000 × 8 / 100)
3	Цена на строительную смесь, применяемая организацией ОАО «ОптСнаб» при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС	руб.	810 000 (750 000 + 60 000)
4	Предельный минимальный объем поставки строительной смеси, реализуемой организацией ОАО «ОптСнаб» на условиях предоставления скидки в размере 1%	т	50
5	Фактический объем партии строительной смеси, приобретаемой организацией ООО «РемДорСтрой» у организации ОАО «ОптСнаб»	т	90

ОКОНЧАНИЕ ТАБЛИЦЫ 2

1	2	3	4
6	Предельный максимальный размер скидки, предоставляемой организацией ОАО «ОптСнаб» при продаже строительной смеси организации ООО «РемДорСтрой»	руб.	26 667 (810 000 – 750 000 – ((810 000) – 750 000) × 50 / 90))
		%	3,3 (26 667 / 810 000 × 100)
6.1	Размер скидки, принятой организацией ОАО «ОптСнаб» при продаже строительной смеси организации ООО «РемДорСтрой»	%	3,0
		руб.	24 300 (810 000 / 100 × 3)

Экономический расчет по обоснованию размера скидки, стимулирующей ускорение оплаты

Скидка за ускорение оплаты товара — скидка с установленной цены реализации товара, предоставляемая оптовой организацией другим организациям-покупателям за предварительную или авансовую оплату товара, а также при оплате товара в полном объеме или по частям ранее установленного договором предельного срока.

СПРАВОЧНО

Оптовая торговля — вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь (п. 16 ст. 1 Закона Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь»).

Расчет допустимого размера (уровня) скидки за ускорение оплаты основывается на оценке экономии денежных средств от снижения потерь, связанных с возможностью возникновения дебиторской задолженности, которая, в свою очередь, может привести к косвенным финансовым потерям доходов организации из-за негативного влияния инфляции, связанного с обесцениванием этой задолженности, возвращаемой должниками с нарушением установленных сроков. Кроме того, дебиторская задолженность уменьшает количество денежных средств, находящихся в оперативном распоряжении организации, что может привести к необходимости использования кредитных ресур-

сов. В этом случае предельная максимальная величина скидки в немалой степени зависит от уровня процентных ставок за пользование кредитными ресурсами банков в национальной и (или) иностранной валюте, используемыми на пополнение собственных оборотных средств.

Для определения предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, можно воспользоваться следующей формулой:

$$C_{\phi}^{y.o} = C_{\kappa}^{\phi} (C_{\rho}^{n.\phi}) \times (\Pi_{\text{м}}^{\phi} - \Pi_{\phi}^{\phi}) / D_{\kappa}^{\phi},$$

где $C_{\phi}^{y.o}$ — предельный максимальный размер скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при его продаже другим организациям-покупателям, %;

C_{κ}^{ϕ} — средняя ставка по новым кредитам банков в национальной (иностранной) валюте, установленная на дату предоставления скидки, %;

$C_{\rho}^{n.\phi}$ — ставка рефинансирования, установленная Национальным банком Республики Беларусь на дату предоставления скидки, %;

$\Pi_{\text{м}}^{\phi}$ — предельный максимальный период оплаты товара, приобретаемого организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, дней;

Π_{ϕ}^{ϕ} — фактический период оплаты товара, приобретаемого организацией-покупателем у оптовой организации на условиях предоставления скидки, дней;

D_{κ}^{ϕ} — количество дней в году.

Составление экономического расчета по обоснованию предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой оптовой организацией при продаже товара другим организациям-покупателям, рассмотрим на условном примере.

Далее, используя условные данные из примера 1, отразим экономический расчет по обоснованию предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара.

ПРИМЕР 2

В соответствии с утвержденным Порядком в ОАО «ОптСнаб» предельный максимальный период оплаты строительной смеси, приобретаемой на условиях предоставления скидки в размере 1%, составляет 25 дней.

Организация ОАО «ОптСнаб» при осуществлении своей деятельности для пополнения собственных оборотных средств привлекает кредиты банка в национальной валюте. Банковская процентная ставка за пользование кредитом составляет 38,5% годовых.

Последовательность расчета предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара, предоставляемой ОАО «ОптСнаб» ОАО «РемДорСтрой», при оплате строительной смеси в течение 3 дней приведена в табл. 3.

ТАБЛИЦА 3

Расчет предельного максимального размера скидки за ускорение оплаты товара

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Значение (расчет)
1	2	3	4
1	Отпускная цена на строительную смесь, применяемая ОАО «Фабрика строительных материалов» при ее продаже организации ОАО «ОптСнаб», без НДС	руб.	750 000
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией ОАО «ОптСнаб» при осуществлении оптовой торговли строительной смесью (справочно)	%	8
		руб.	60 000 (750 000 × 8 / 100)
3	Цена на строительную смесь, применяемая организацией ОАО «ОптСнаб» при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС	руб.	810 000 (750 000 + 60 000)
4	Предельный максимальный период оплаты строительной смеси, приобретаемой организацией ООО «РемДорСтрой» у организации ОАО «ОптСнаб» на условиях предоставления скидки в размере 1%	дней	25
5	Фактический период оплаты строительной смеси, приобретаемой ООО «РемДорСтрой» у организации ОАО «ОптСнаб» на условиях предоставления скидки	дней	3
6	Средняя процентная ставка по новым кредитам в национальной валюте, применяемая коммерческим банком в январе 2016 г.	%	38,5
		руб.	18 630 (810 000 × 2,3 / 100)
7	Предельный максимальный размер скидки за ускорение оплаты строительной смеси, предоставляемой организацией ОАО «ОптСнаб» при ее продаже организации ООО «РемДорСтрой»	%	2,3 (38,5 × ((25 - 3) / 365))
		руб.	18 630 (810 000 × 2,3 / 100)
7.1	Размер скидки, принятой организацией ОАО «ОптСнаб» при продаже строительной смеси организации ОАО «РемДорСтрой»	%	2,0
		руб.	16 200 (810 000 × 2 / 100)

При наличии дебиторской задолженности на 1-е число одного из месяцев каждого учетного периода (квартала) право на получение скидок с отпускных цен теряется.

СПРАВОЧНО

Скидка (от англ. discount) – условие сделки, определяющее размер уменьшения сформированной цены реализации товара на условиях, определяемых продавцом.

Особенности осуществления оптовой торговли товарами на условиях предоставления скидки

Цены на товары, устанавливаемые оптовыми организациями при их оптовой продаже другим организациям-покупателям, определяются путем суммирования отпускных цен, сформированных в соответствии с законодательством Республики Беларусь, и оптовой

надбавки, взимаемой к отпускным ценам, в размере, определяемом самостоятельно с учетом сложившейся конъюнктуры рынка.

В связи с тем, что при осуществлении оптовой торговли договор купли-продажи не считается публичным, законодательство не обязывает по такому договору устанавливать цену на одном уровне для всех покупателей. Это дает возможность оптовым организациям в целях увеличения заинтересованности покупателей в приобретении большего количества товаров, ускорения сроков их оплаты и, соответственно, своевременного погашения дебиторской задолженности осуществлять реализацию товаров на условиях предоставления скидок.

Реализация товаров на условиях предоставления скидок осуществляется оптовыми организациями другим организациям-покупателям по ценам, определяемым расчетным путем, исходя из установленных и помещенных в прейскурант цен реализации, за вычетом скидки за выполнение условий договора в размере, определяемом согласно установленному Порядку, с выделением суммы НДС по ставке, применяемой при их реализации.

Учитывая вышеприведенное, рассмотрим порядок определения цен на товары, реализуемые оптовыми организациями другим организациям-покупателям на условиях предоставления скидок, на условном примере, используя данные рассматриваемых выше примеров.

СПРАВОЧНО

Оптовая надбавка – надбавка к отпускной цене, применяемая юридическим лицом (индивидуальным предпринимателем) при осуществлении оптовой торговли товаром, в отношении которого оно (он) не является производителем (импортером).

ПРИМЕР 3

В соответствии с утвержденным Порядком реализация 90 т строительной смеси в адрес розничной организации ООО «РемДорСтрой» осуществляется организацией ОАО «ОптСнаб» на условиях предоставления скидки с установленной цены реализации за объем партии в размере 3%.

Последовательность расчета цены на строительную смесь на условиях предоставления скидки за объем партии приведена в табл. 4.

ТАБЛИЦА 4

Расчет цены на строительную смесь, применяемой при ее продаже на условиях предоставления скидки за объем партии

№ п/п	Показатель		Сумма (расчет)	
			в расчете на ед. изм. (1 т)	всего
1	2	3	4	5
1	Отпускная цена на строительную смесь, применяемая ОАО «Фабрика строительных материалов», при ее продаже организации ОАО «ОптСнаб», без НДС	руб.	750 000	67 500 000 (750 000 × 90)
2	Оптовая надбавка, взимаемая организацией ОАО «ОптСнаб», при осуществлении оптовой торговли строительной смесью (справочно)	%	8	
		руб.	60 000 (750 000 × 8 / 100)	54 000 000 (67 500 000 × 8 / 100)
3	Цена на строительную смесь, применяемая организацией ОАО «ОптСнаб», при ее продаже другим организациям-покупателям, без НДС (Ц.)	руб.	810 000 (750 000 + 60 000)	72 900 000 (810 000 × 90)
4	Скидка с цены на строительную смесь, предоставленная организацией ОАО «ОптСнаб» в адрес организации ООО «РемДорСтрой»	%	3	
		руб.	24 300 (810 000 / 100 × 3)	2 187 000 (72 900 000 / 100 × 3)
5	Цена на строительную смесь, применяемая организацией ОАО «ОптСнаб», при ее реализации организации ООО «РемДорСтрой» на условиях предоставления скидки, без НДС	руб.	785 700 (810 000 – – 24 300)	70 713 000 (72 900 000 – – 2 187 000)

ОКОНЧАНИЕ ТАБЛИЦЫ 4

1	2	3	4	
6	Сумма НДС, учитываемая организацией ОАО «ОптСнаб» при реализации строительной смеси организации ООО «РемДорСтрой»	%	20	
		руб.	157 140 (785 700 × 20 / 100)	14 142 600 (70 713 000 × 20 / 100)
7	Цена на строительную смесь, применяемая организацией ОАО «ОптСнаб», при ее реализации организацией ООО «РемДорСтрой» на условиях предоставления скидки, с НДС	руб.	942 840 (785 700 + 157 140)	84 855 600 (70 713 000 + 14 142 600)

Документальное оформление условий предоставления скидок

При предоставлении оптовыми организациями скидок цены на товары, сниженные на размер предоставленной скидки, согласовываются с покупателями в договоре на поставку и (или) протоколе согласования цен, на которые делается ссылка при заполнении первичных учетных товаросопроводительных документов формы ТТН-1 «Товарно-транспортная накладная» и (или) ТН-2 «Товарная накладная».

Образец составления протокола согласования цены на поставку продукции может быть представлен в следующем виде.

Примерная форма протокола согласования цены

ПРОТОКОЛ № 9

от «15» января 2016 г.

согласования цены на поставку сухой строительной смеси, кладочной

(наименование товара (услуги, работы))

между оптовой снабженческо-сбытовой организацией ОАО «ОптСнаб»

и розничной организацией ООО «РемДорСтрой»

(наименование субъектов предпринимательской деятельности)

Вес 1 потребительской упаковки (мешки) — 25 кг

Наименование товара	Артикул, марка, тип, сорт	Объем партии	Цена по преискуранту, руб.	Размер предоставленной скидки		Цена без НДС, руб.	НДС		Цена с НДС, руб.
				%	руб.		%	руб.	
Сухая строительная смесь, кладочная, цементная фасованная, упакованная в потребительскую упаковку (мешки) развесом 25 кг	СТБ 1307-2012. Марка М 100, F 50, Пк 2, St4	90 т	810 000	3,0	24 300	785 700	20	157 140	942 840

Продавец Иванов И.И. И.И.Иванов
(подпись)

Покупатель Павлов Н.П. Н.П.Павлов
(подпись)

Одним из основных направлений совершенствования товарно-сбытовой деятельности оптовых организаций является ценовое стимулирование, которое основывается на применении различных видов скидок с цен реализации.

СПРАВОЧНО

Сбытовая политика — это общие принципы деятельности, которых придерживается предприятие в области распределения товаров.

Предоставляя различные виды скидок, продавец товара может преследовать самые разнообразные цели (например, заинтересовать покупателей в приобретении товаров; увеличить объемы сбыта, ликвидировать дебиторскую задолженность, привлечь новых покупателей, обеспечить стабильность функционирования и др.).

Несмотря на то что в настоящее время необходимость экономического обоснования

размера (уровня) скидок с цен реализации законодательно не установлена, в зависимости от вида и цели ценовых скидок целесообразность и их размер должны быть обоснованы соответствующими экономическими расчетами.

Предоставление оптовыми организациями скидок с установленных ими цен реализации осуществляется в соответствии с утвержденным ими Порядком; цены реализации с учетом скидок фиксируются в протоколе согласования, прилагаемом к договору поставки.

В заключение следует отметить, что выбор одного из приведенных методик (способов) составления экономических расчетов по обоснованию предельного размера (уровня) скидок, применяемых при осуществлении товарно-сбытовой и ценовой политики, осуществляется оптовыми организациями самостоятельно и закрепляется в учетной политике. **ФД**

НОВОСТИ

ДОЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В РОЗНИЧНОМ ТОВАРООБОРОТЕ В БЕЛАРУСИ В 2016 ГОДУ ПЛАНИРУЕТСЯ НА УРОВНЕ 70–75%

Это включено в комплекс мер по решению задач социально-экономического развития Беларуси в 2016 году, который утвержден совместным постановлением Совета Министров и Национального банка Республики Беларусь от 18.01.2016 № 28/2.

«Темп роста розничного товарооборота в 2016 году планируется обеспечить в размере не менее 101,6% в сопоставимых ценах к аналогичному периоду 2015 года, в том числе Белкоопсоюзом — 101,1%.

Планом также предусмотрено достижение удельного веса товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций торговли в размере 70–75%», — говорится в сообщении, размещенном на сайте правительства. Кроме того, утвержденный комплекс мер предполагает совершенствование института поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в соответствии с международной практикой, привлечение субъектов предпринимательской деятельности к строительству и функционированию инфраструктурных объектов, активизацию работы по модели государственно-частного партнерства.

В области социальной политики планируется создание новых рабочих мест, совершенствование механизмов поддержки безработных, а также механизмов предоставления государственной адресной социальной помощи.

*Информация подготовлена
по материалам БелТА*