

Отраслевые особенности торговых организаций

А.А.Гаспарян, студент Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (alik222.822@yandex.ru)

Аннотация. В статье рассматриваются особенности торговых организаций (предприятий) и, в частности, двойственность выполняемых ими функций, взаимосвязь и взаимное влияние торговых и производственных организаций. Автором исследуются особенности формирования активов и капитала, доходов, расходов и прибыли торговых организаций.

Annotation. The article examines the financial characteristics of organizations (enterprises), trade and, in particular, the creation and use of revenues, costs and profits. The author investigates the relationship of the volume of trade, revenue, distribution costs and profit, provides guidance on improving pricing policies , strengthen the financial condition of the trade organization.

Ключевые слова: торговля, форма товарного обмена, сфера обращения, прибыль, торговая надбавка, издержки обращения.

Многие торговые организации в Российской Федерации являются коммерческими и, следовательно, главной общей целью функционирования значительного количества торговых структур является максимизация объемов получаемой прибыли. Для достижения поставленной цели организации торговли самостоятельно осуществляют свою деятельность, распоряжаются собственными товарами, полученной прибылью, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Одновременно торговыми организациями должен учитываться целый ряд присущих только им особенностей, вызванных спецификой торговли как видом деятельности. Как известно, торговля является формой товарного обращения и выражает собой экономические отношения, связанные с процессами их реализации.

То есть торговля выполняет две главные общие функции: как форма товарного обмена осуществляет смену форм стоимости; как отрасль экономики - доводит товары от производителя до потребителя. На практике обе эти функции связаны, выполняются одновременно и реализуются через торговые организации. Первая из названных функций торговли является непроизводительной, так как ее выполнение в торговых организациях связано с процессами непосредственной купли-продажи товаров и включает в себя выполнение кассовых, банковских, учетных и прочих подобных, не увеличивающих стоимость товара операций. Вторая функция является производительной и представляет собой продолжение процессов производства в сфере товарного обращения. Для ее выполнения торговые

организации решают такие вопросы, как транспортировка, хранение товарных запасов, фасовка, подсортировка и т.п., т.е. проводят те операции, которые увеличивают стоимость товаров.

Таким образом, можно сказать, что первой отличительной особенностью торговых организаций является своеобразная двойственность выполняемых ими функций.

В процессе воспроизводства торговля занимает промежуточное положение между производством и потреблением и поэтому, с одной стороны, оказывает на них влияние, а с другой стороны, сама испытывает их воздействие. На практике это означает, что торговые организации влияют как на формирование ассортиментной политики производства, так и на формирование покупательского спроса и вместе с тем зависят и вынуждены реагировать на изменения товарного предложения и колебания спроса.

То есть второй отличительной особенностью торговых организаций является зависимость и сильное взаимное влияние торговых и производственных организаций, с одной стороны, и торговых организаций, и конечного потребителя – с другой.

Торговля является составной частью сферы обращения товаров. Следовательно, с технологической точки зрения (в обобщенном виде) торговый процесс представляет собой совокупность процедур по закупке, хранению, подработке и продаже товаров. Функционально и технологически организации торговли не осуществляют полного производственного цикла. В торговых организациях могут выполняться отдельные производственные функции, но производство в традиционном понимании этого слова отсутствует. Поэтому в качестве третьей особенности можно выделить ту, что торговые организации (за исключением организаций общественного питания) осуществляют только операции по купле-продаже товаров и услуг, не производя их.

В силу специфики своей деятельности организации торговли должны быть приближены к потребителям. Одним из основных конечных потребителей услуг торговых организаций является население. А это обстоятельство определяет наличие в экономике значительного количества небольших по своим размерам, объемам деятельности и численности занятых торговых организаций. Кстати, довольно много регистрируемых малых предприятий заявляют в качестве основного вида деятельности торговлю. Внешняя простота этой деятельности, близость к наличному обороту денег, приводит, кроме всего прочего, к тому, что многие предприятия занимаются и торговлей.

Учитывая сказанное, можно сделать вывод, что следующей особенностью торговых организаций является их значительное количество в экономике и относительно небольшие размеры (по всем параметрам).

В последнее время стала проявляться тенденция увеличения численности занятых работников в торговых организациях. Это обстоятельство можно также выделить в качестве еще одной особенности им присущей в современных условиях. Надо заметить, что такая особенность присуща большинству развитых экономик. Увеличение численности работников, занятых в сфере обслуживания и вообще и в торговле в частности, характерно для многих стран[3].

Термин торговля применяется в двух значениях. В первом значении это один из видов предпринимательской деятельности, во втором – одна из отраслей экономики, т.е. совокупность всех предпринимательских структур, занимающихся данным видом деятельности.

Как в отрасли деятельности выделяют следующие торговые организации.

Государственные и (или) муниципальные. В этих организациях главным учредителем и, соответственно, основным владельцем капитала выступают власти различных уровней. Государственная (муниципальная) собственность в значительной мере предопределяет и конкретные моменты хозяйственной деятельности. Например, руководство, а также основные направления (ассортиментная, ценовая, учетная политики) определяются властями соответствующего уровня.

Частные организации торговли. Данная форма собственности получила широкое распространение в розничной торговле, но встречаются также и в оптовых торговых структурах.

К частным организациям торговли относят: индивидуальные; частные; семейные организации и предприятия; предпринимателей без образования юридического лица, занимающихся торговлей, приватизированные предприятия, принадлежащие трудовым коллективам. Следует заметить, что частная форма собственности в торговле уже стала основной.

Совместные торговые организации, т.е. объекты, учреждаемые российскими и иностранными либо физическими, либо юридическими лицами (резидентами или нерезидентами). Можно отдельно выделить торговые организации полностью с иностранным капиталом. Такие организации торговли представлены как в розничной, так и в оптовой торговле, преимущественно в крупных городах.

По видам деятельности в торговой отрасли выделяют три относительно самостоятельных звена: оптовую торговлю, розничную торговлю, общественное питание. Соответственно, можно выделить и организации, основным видом деятельности которых является либо оптовая торговля, либо розничная торговля, либо общественное питание.

Кратко охарактеризуем каждую из подотраслей торговли.

Оптовая торговля включает в себя любую деятельность по продаже товаров или услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи или дальнейшего использования в производственных процессах.

Значение и необходимость существования оптового торгового звена заключается в том, что: во-первых, производительность предпочитает иметь крупных партнеров для сбыта своей продукции, что у них нет ни финансовых, ни иных материальных возможностей, ни желания организовать свою торговую или сбытовую сеть. Поэтому большинство производителей предпочитает работать с оптовыми торговыми организациями;

во-вторых, эффективность деятельности организации оптового звена выше, чем у отдельных производительных или розничных структур, благодаря большому размаху операций и наличию большого количества контактов, как с организациями промышленности, так и розничной торговли;

в-третьих, оптовые торговые организации имеют материальные возможности преобразовывать промышленный ассортимент в торговый. Формирование торгового ассортимента осуществляется оптовыми организациями путем подсортировки продукции различных специализированных производителей товаров.

Выполнение названных задач предопределяет особенности экономического механизма функционирования оптовых торговых организаций:

➤ для оптовых торговых организаций характерен более низкая норма прибыли, чем, например, для розничных. Но это компенсируется более высокими объемами товарооборота и, собственно, большой массой прибыли;

➤ для оптовых торговых организаций характерен более низкий процент торговой надбавки по сравнению с другими торговыми организациями. Кроме того, оптовые торговые структуры чаще прочих получают торговые скидки у поставщиков и производителей;

➤ для оптовых торговых организаций характерен более низкий уровень издержек обращения по сравнению с розничными торговыми организациями. Соответственно отличается и структура издержек обращения.

Розничная торговля представляет собой любую деятельность по продаже товаров и услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования.

Соответственно главной целью розничных торговых организаций является реализация товаров непосредственно конечным потребителям.

Осуществляется розничная продажа товаров населению в большинстве случаев через магазины (они, как правило, являются организациями), которые могут быть классифицированы по такому признаку, как формы обслуживания. Здесь выделяют магазины с традиционной формой обслуживания (через прилавок), с самообслуживанием, использующие открытую выкладку, торгующие по образцам и т.д. Каждой форме обслуживания, применяемой в розничных торговых организациях, соответствуют свои экономические особенности, касающиеся структуры расходов и доходов, товарооборота конкретной организации, состава основных фондов, оборотных средств и т.д.

Специфика функционирования розничных торговых организаций в значительной мере предопределяет особенности их экономического механизма:

- сравнительно высокая норма прибыли (доля прибыли в цене) при относительно невысокой массе прибыли;
- более высокий уровень валового дохода и, соответственно, более высокий процент торговых надбавок;
- строго определенная структура издержек обращения.

Общественное питание выполняет функции производства, продажи и организации потребления продукции.

Соответственно, и организация внедомашнего питания отличаются от прочих организаций торговли тем, что они совмещают в своей хозяйственной деятельности функции производства, продажи (т.е. розничной и оптовой торговли) и организации потребления (т.е. сервисные функции) со всеми вытекающими отсюда экономическими особенностями.

Организации общественного питания условно можно разделить на две группы.

Первая – это организации, функционирующие под руководством и контролем общества и организующие питание определенных категорий населения бесплатно или на льготных условиях. Такие организации в значительной мере выпадают из рыночных отношений (питание в детских домах, больницах, интернатах, домах для престарелых и т.п.), являясь, по существу, некоммерческими. Содержание их деятельности направлено на социальную поддержку и достаточно полно характеризуется понятием «общественное питание».

Вторая – организации коммерческого типа. В них применяется принцип свободного ценообразования. Основным источником финансирования является получаемый доход. Преобладающая форма собственности – частная. Деятельность подобных организаций полностью

обусловлена законами рынка и регулируется государством лишь посредством налогов и других косвенных рычагов.

Финансы торговых организаций функционируют в рыночной экономике на тех же принципах, что и финансы всех других коммерческих организаций: хозяйственной самостоятельности, самофинансирования, экономической заинтересованности, материальной ответственности, формирования финансовых резервов. В то же время торговыми организациям присущи отраслевые финансовые особенности. Прежде всего, это особенности структуры активов и капитала. В торговле активы представлены в основном оборотными активами (75-80% всех активов): в составе оборотных активов преобладают товарные запасы. В большинстве торговых организаций на их долю приходится более 80% всех оборотных активов. Для их формирования требуется соответствующий объем оборотного капитала [5].

Источниками формирования имущества торговых организаций могут быть:

- прибыль от реализации товаров и услуг;
- взносы учредителей организаций;
- доходы от операций с ценными бумагами;
- перечисления из бюджетов разных уровней;
- безвозмездные взносы или спонсорская помощь;
- доходы от реализации имущества и др.

В связи с недостаточностью собственного капитала торговые организации вынуждены привлекать в больших объемах заемный капитал в форме краткосрочных банковских кредитов, финансовых заимствований у других коммерческих организаций, а также коммерческого (товарного) кредита – кредиторской задолженности перед поставщиками товаров. В структуре капитала российских торговых организаций доля заемного капитала составляет по отрасли в целом более 90%. При этом заемный капитал почти полностью представлен краткосрочными обязательствами.

Существенные особенности имеются в порядке формирования доходов, расходов и прибыли, а также в показателях рентабельности торговых организаций.

В торговле, как и в любой другой сфере предпринимательства, исходной основой коммерческого расчёта являются доходы от хозяйственно-финансовой деятельности. Доходы торгового предприятия представляют собой сумму выручки, полученной в определенный период от реализации операций, связанных с осуществлением его хозяйственной деятельности [6].

Основным источником доходов в торговле являются реализованные торговые надбавки. Расходы по основному виду деятельности – продаже товаров – в торговле представлены издержками обращения.

Торговые надбавки (доход от реализации товаров) используется для возмещение издержек обращения и образования прибыли. Тем самым торговые организации обеспечивают самокупаемость текущей хозяйственной деятельности и создают условия для самофинансирования в предстоящем периоде (развития материально-технической базы, пополнения собственных оборотных средств, социального развития). Для расчета торговых надбавок торговые организации могут использовать два подхода затратный и рыночный. Затратный подход к расчету торговых надбавок используется торговыми организациями по товарам, на потребительском рынке которых конкуренция слабая или отсутствует. При этом методе уровень торговой надбавки в процентах к товарообороту определяется путем суммирования уровня издержек обращения и рентабельности торговли (прибыль от реализации товаров в процентах к товарообороту). Рыночный подход к установлению торговых надбавок применяется в условиях развитой конкуренции на товарных рынках. Сущность заключается в том, что цена товара определяется рынком [4].

Главным качественным показателем в торговле, как и во всех других сферах предпринимательской деятельности, является прибыль. В отличие от производственной деятельности, где калькулируется себестоимость продукции, в торговле такого показателя нет. Здесь используется показатель «издержки обращения» - сумма расходов, связанных с осуществлением торговой деятельности, т.е. доведением товаров от производителей до потребителей. Показатель «издержки обращения» отличается от показателя «себестоимость продукции» тем, что в его состав не включается закупочная стоимость товаров. В отчетности торговой организации о финансовых результатах как эквивалент показателя «себестоимость продукции» показывается закупочная стоимость реализованных товаров.

Эффективность хозяйственно – финансовой деятельности в торговле принято оценивать показателями рентабельности: товарооборота, издержек обращения, активов, собственного капитала.

Существуют также особенности оценки финансовой устойчивости и деловой активности торговых организаций. При определении типа финансовой устойчивости торговой организации принято сопоставлять основной их элемент – товарные запасы, с источниками их финансирования. Поэтому наряду с показателем собственных оборотных средств важным показателем в торговле считаются собственные оборотные средства в товарных запасах [5].

Таким образом, торговля является особой формой товарного обращения и выражает собой экономические отношения, связанные с обменом товаров и конкретные хозяйственные отношения, связанные с процессами их реализации. Для выполнения своих функций и получения максимальной прибыли торговыми организациями должен учитываться ряд

присущих только им особенностей, вызванных спецификой торговли как вида деятельности.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 28.12.2009 N381-ФЗ (ред. от 31.12.2014) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
2. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – Киев, Эльга, 2009 год. – С.240
3. Иванов Г.Г. Экономика организации. Торговля Учебник М.: ИНФРА-М, 2012.-С.11.
4. Лупей Н.А., Соболев В.И. Финансы. Учебное пособие, 2-е издание. М. Магистр, 2012.- С.261.
5. Соболев В.И. Отраслевые особенности торговых организаций // Экономика и предпринимательство. 2015 №9 (ч.2). С 687-688.