

## КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ ЧАСТНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

**Степанова Ю.Н., к.э.н., доцент**

**Мошкина Н.В., магистрант.**

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет им. Г.Ф. Морозова», Воронеж.

Сфера товарного обращения в современных условиях охватывает не только торговлю, но и распространяется на все общественное производство. В связи с этим формирующаяся в бухгалтерском учете информация о движении товаров приобретает первостепенное значение для управления всем комплексом товарных операций.

В свою очередь возможность продуцировать сравнительно большую прибыльность как результат товарных операций проявляется в среде преимущественно ориентированной на результат, как это отмечается у представителей предпринимательского сообщества, субъектов малого предпринимательства, которые лишены громоздкой структуры производственно-управленческого персонала и повышенной централизации процессов обработки первичной экономической информации и принятия оперативных и ключевых управленческих решений, как это имеет место на предприятиях государственной формы собственности.

Как показывает практика, не смотря на сильную подверженность внешним колебаниям представители частного сектора экономики способны достигать успешных конкурентных преимуществ в процессе завоевания, удержания и расширения влияния на определенном сегменте потребительского рынка. Одновременно с уменьшением влияния государственных торговых предпринимательских структур можно наблюдать тенденцию активизации ведения бизнеса, проявляющуюся в постоянном и активном открытии обществ с ограниченной ответственностью.

В данной статье выявлены ключевые признаки торговых операций частного сектора экономики, которые позволят оценить влияние конкурентоспособного предпринимательского сообщества на общий итог экономического развития страны.

Ключевые слова: торговые операции, розничная торговля, оптовая торговля, предпринимательское сообщество, частный сектор экономики.

## CLASSIFICATION SIGNS OF TRADING OPERATIONS OF THE PRIVATE SECTOR OF ECONOMICS

**Stepanova Yu.N., PhD Econ., associate professor.**

**Moshkina N.V., undergraduate.**

The Voronezh state timber university of G. F. Morozova, Voronezh.

The sphere of commodity circulation in modern conditions covers not only trade, but also extends to all social production. In this regard, the information on the movement of goods, formed in accounting, acquires paramount importance for the management of the whole complex of commodity operations.

In turn, the ability to produce a relatively high profitability as a result of commodity transactions is manifested in a predominantly result-oriented environment, as noted by representatives of the business community, small business entities that lack the cumbersome structure of production and management personnel and increased centralization of the processing of primary economic information and adoption operational and key management decisions, as is the case for entrepreneurs state ownership.

As practice shows, despite a strong exposure to external fluctuations, representatives of the private sector of the economy are able to achieve successful competitive advantages in the process of conquering, retaining and expanding influence on a certain segment of the consumer market. Simultaneously with the decrease in the influence of state commercial business structures, it is possible to observe a trend in business activation, manifested in the constant and active opening of limited liability companies.

This article identifies the key features of private sector trading operations that will allow us to assess the impact of a competitive business community on the overall outcome of the country's economic development.

Key words: trade operations, retail trade, wholesale trade, business community, private sector of the economy.

Торговля является важнейшей отраслью российской экономики и в то же время одним из видов предпринимательской деятельности, направленной на систематическое извлечение прибыли от продажи товаров [5]. Именно в процессе продажи товаров формируется прибыль, как конечный результат предпринимательской деятельности, и в связи с этим на данном этапе принимаются различные управленческие решения.

Для того, чтобы полностью иметь полное представление о процессе продаж необходимо изучить все теоретические аспекты, начиная от экономической сущности понятия «торговля», заканчивая правильным отражением торговых операций на счетах бухгалтерского учета при этом владея знаниями нормативно-правовых основ бухгалтерского законодательства, гражданского и налогового кодексов.

В соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации (ГК РФ) продажа товаров позиционируется как операция по переходу права собственности на имущество от одной стороны к другой, взаимная деятельность которых определяются на основании договора. При этом сделка купли-продажи является предметом договорных гражданско-правовых отношений и регулируется нормами главы 30 ГК РФ 1].

Нормативные стандарты по бухгалтерскому учету признают продажу продукции, товаров, фактами хозяйственной деятельности, которые направлены на получение доходов, и относятся они к доходам от обычных видов деятельности. С законодательной точки зрения эту область учета регламентируют Положения по бухгалтерскому учету ( ПБУ) 9/99 «Доходы организаций» и ПБУ 10/99 «Расходы организаций».

Процесс продажи товаров в бухгалтерском учете взаимосвязан с определением выручки от продажи продукции, она может быть признана в сумме, которая исчисляется в денежном выражении и равна величине поступления денежных средств или имущества. Таким образом, хозяйствующий субъект, раскрывающий учетную информацию обязан указывать порядок признания выручки продукции. На этапе формирования учетной политики в сфере продаж хозяйствующим субъектам необходимо отражать ряд важных аспектов, а именно момент перехода права собственности на товары и алгоритм расчетов за товары [6].

Рассматривая налоговое законодательство отметим, что определение «реализация понимает под собой процесс, связанный с передачей на возмездной основе товаров, права собственности на товары. В контексте целей налогообложения выручка признается как сумма денежных средств, поступивших за отгруженные товары, а также, как сумма, на которую у покупателя есть документы к оплате, регламентируется она ст. 40 Налогового Кодекса Российской Федерации (НК РФ), [2].

Итак, в соответствии с Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в ред. от 3.07.2016 г.)

различают оптовую и розничную торговлю [3]. Данной классификации придерживаются многие другие источники, а также авторы статей, книг, учебников.

Далее отметим выделенные нами критерии разграничения оптовой и розничной торговли в Российской Федерации, данные в таблице 1.

Таблица 1 – Критериальные признаки торговых операций

Признаки	Оптовые торговые операции	Розничные торговые операции	Специфика ведения бухгалтерского учета и анализа
1	2	3	4
1.Режим налогообложения	Общий режим налогообложения, УСН	Специальные режимы налогообложения: ЕНВД, патентная система налогообложения	Количество составляемой отчетности. Необходимость выставления счетов-фактур, в том числе с НДС. Влияние объема выручки от продажи товаров на налоговую нагрузку организации. При совмещении видов торговли – осуществлять распределение «входящего» НДС между ними
Цель потребления покупателем реализуемых товаров	Осуществляет передачу покупателю товаров с целью их использования в предпринимательской деятельности (вариант перепродажи), а также с целями, не связанными с личной наживой	Осуществляет передачу покупателю товаров для личного, потребления, не связанного с получением личных доходов от предпринимательской деятельности	Необходимость заключения договора купли-продажи. Различия в документальном оформлении продажи товаров
Документы, оформляемые при продаже	Договор поставки, товарная накладная, счет-фактура	Оформление покупателю платежной документации: выписка кассового, товарного чека или приходного кассового ордера в подтверждение оплаты товаров	Правильность составления и оформления контролируется проверяющими органами
Объекты торговой сети	Не представляется возможным выделить отдельные объекты, относимые исключительно к оптовой торговле.	Объекты нестационарной торговой сети; стационарной торговой сети, в которой отсутствуют торговые залы; магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 150 квадратных метров	Наличие зала обслуживания посетителей позволяет рассчитать дополнительные показатели, отражающие ее эффективность использования

Цель потребления покупателем реализуемых товаров выбрана в качестве критерия разграничения оптовых и розничных товарных операций в связи с четким разграничением данных понятий, представленных в нормативных документах.

Изучив источники по теме исследования автором была изучена и обобщена информация исходя из которой предложена следующая классификация направлений оптовой торговли (таблица 2).

Таблица 2 – Классификационные характеристики оптовых торговых организаций частного сектора экономики

Классификационная характеристика	Типы оптовых торговых организаций
1	2
Организационно-правовая форма собственности	Хозяйственные товарищества. Хозяйственные общества. Индивидуальные предприниматели. Коммерческие (предпринимательские) объединения – объединение юридических лиц (холдинг), объединение без образования юридического лица (простое товарищество). Некоммерческие объединения – объединения юридических лиц (ассоциации и союзы); некоммерческие партнерства; потребительские кооперативы. Унитарные предприятия
Масштабы бизнеса	Микропредприятия, малые, средние, крупные предприятия
Уровень интеграции	Автономные, интегрируемые
Организационно-экономические формы	Товарные биржи, оптовые ярмарки, дилерские сети, торги, оптовые предприятия
Масштаб форматов продаж	Крупноформатные, среднеформатные, малоформатные
Специализация по товарам	Универсальные, специализированные
Концентрация по территориальному масштабу	Расположение индивидуальное (изолированное) или групповое (концентрированное)
Политика ценообразования	Форматы: «высоких» цен, «средних» цен, «низких» цен
Объем сегмента потребительского рынка	Сегмент обслуживания <sup>б</sup> городской, сельский

В качестве первого классификационного признака оптовых торговых организаций частного сектора экономики выделим их систематизацию по организационно-правовой форме. Сегодня в разрезе с действующем законодательством Российской Федерации выделяют: хозяйственные общества и товарищества, унитарные предприятия и индивидуальных предпринимателей. Отличие данной классификации в дополнении вышеуказанных форм объединениями юридических лиц и предпринимателей без образования юридического лица в виде предпринимательских сообществ и некоммерческих объединений, что востребовано в условиях усиления глобализационных процессов в сфере обращения и

соответствует идеологии взаимосвязанных лиц.

Вторым признаком классификации оптовых торговых организаций частного сектора экономики выделим масштаб бизнеса, требующего уточнения в связи с изменением в законодательной сфере. Касаемо российской практике все субъекты принято ранжировать по масштабу бизнеса как: микропредприятия, малые, средние и крупные.

Нормативно-правовой базой, регламентирующей деятельность микропредприятий, малых и средних предприятий в Российской Федерации выступает ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» N 209-ФЗ от 18.07.2007 г., (в ред. от 27.11.2017 г.) который расширил критерии отнесения организаций к субъектам малого и среднего предпринимательства вне зависимости от отрасли деятельности [4]. Установленные критерии удовлетворяют современным требованиям, однако, по нашему мнению, должны систематически пересматриваться и уточняться.

Следующим классификационной характеристикой оптовых торговых организаций частного сектора экономики отметим это уровень интеграции. Отметим, что систематизация хозяйствующих субъектов в зависимости от уровня интеграции в той или иной интерпретации присутствует в современных классификациях, представленных рядом авторов в экономической и нормативной литературе. На ряду с тем, что процесс развития торговых интеграций динамичен, следовательно, в рамках данной статьи мы предлагаем дополнить выше представленную классификацию торговых оптовых организаций частного сектора экономики по уровню интеграции, введением ряда характеристик, таких как: – по организационно-экономическим формам.

Далее остановимся на наиболее значимых классификационных признаках. Исходя из политики ценообразования торговые оптовые форматы делят на форматы «высоких цен», «средних» цен и «низких» цен. Политика ценообразования чаще всего формируется исходя их уровня доходов потенциальных покупателей.

В соответствии с концентрацией по территориальному масштабу торговые оптовые организации частного сектора экономики дифференцируются на расположенные индивидуально и в виде концентрированной агломерации на территории.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что описанная классификационная характеристика согласуется с общетеоретическими подходами к систематизации от общего к частному, отражает современные тенденции развития и состояния оптовой торговли, что в свою очередь способствует разработке инструментария, направленного на эффективное сотрудничество частного и государственного сектора экономики в целях повышения конкуренции товаропроизводителей на потребительском рынке.

В данной статье на ряду с выделением классификационных признаков торговых

организаций частного сектора экономики, были изучены подходы к понятию оптовой торговой деятельности с точки зрения гражданского, налогового законодательства и бухгалтерского учета.

Итак, выявленные классификационные признаки, определяют различные виды оптовых организаций в условиях экономической интеграции, и территориального принципа развития потребительского рынка с учетом специфики частного сектора экономики, отличающиеся: во-первых, уточнением содержания субъектов по организационно-правовому регулированию и размерам бизнеса; во-вторых, дополнением группировки торговых организаций признаками: систематизация по организационно-экономическим формам интеграции, сегменту потребительского рынка; в-третьих, в развернутой характеристике современных торговых форматов как основных организационных форм оптовой торговли.

### Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (в ред. от 22.06.2017 г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) (в ред. от 22.06.2017 г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/)
3. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в ред. от 3.07.2016 г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)
4. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ (в ред. от 27.11.2017 г.) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=301647&fld=134&dst=100000001,0&rnd=0.8658166728466664#018668644654144717>
5. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский учет и налогообложение операций по договору купли-продажи // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2015. N 8. С. 2 - 6; N 9. С. 2 - 9.
6. Бабаев, Ю.А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров: Учеб. Пособие.- М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015.- 352с.

