

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Авторы: *Тілла Данияр Үсенханұлы (Академия Кайнар, г. Алматы, Казахстан)
Сапарова Гульнара Тельмановна (Академия Кайнар)
Ерназарова Урхия Смагуловна (Академия Кайнар, г. Алматы, Казахстан)*

Аннотация: *Изучение особенностей формирования финансовых результатов деятельности торговых организаций является важнейшим условием успешного развития организаций торговли. Финансовый результат как интегрированный показатель деятельности организации определяет эффективность деятельности предприятия в целом, отражает все стороны деятельности предприятий торговли: объем и структуру оптового товарооборота, рациональность использования ресурсов, осуществление мероприятий по совершенствованию организации завоза, хранения, реализации продукции и т.д. Величина и уровень прибыли формируются под воздействием многих различных положительных и отрицательных факторов.*

Ключевые слова: *торговля, интернет-ресурсы, финансовый результат, маржинальная прибыль, валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль*

С развитием глобализации информационной сети Интернет торгово-экономические отношения выходят на новый технологический уровень. Под воздействием современных информационно-технических процессов изменился формат деятельности торговых организаций.

Массовое использование интернет-технологий привело к появлению такого экономического феномена, как «электронная коммерция», который включает все финансовые и торговые бизнес-процессы, осуществляемые при помощи компьютерных сетей и цифровых коммуникаций. Сегодня электронная коммерция является основой сетевой экономики, включающей электронную торговлю (e-trade), электронный маркетинг (e-marketing), электронные деньги (e-cash), электронный банкинг (e-banking) и др. [1].

Казахстан с 2017 года форсирует программу перехода к цифровой экономике, в том числе в сфере торговли. На фоне цифровизации большинство торговых организаций осуществляют свою торговую деятельность широко используя интернет-ресурсы, порождая тем самым электронную коммерцию.

Электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [3].

На основе изучения современных технологий и тенденций для коммерческих предприятий можно выделить следующие бизнес-модели использования интернет-ресурсов в торговой деятельности:

1. Ведение только онлайн-бизнеса – владение интернет-магазином, его поддержка и сопровождение, или организация маркетплейса – онлайн-платформы с предоставлением информации о продуктах или услугах третьих лиц.
2. Совмещение торговли через интернет-магазин с классическими торговыми операциями.
3. Передача ведения торговли через интернет-магазин на аутсорсинг – доставку, хранение и комплектацию заказов выполняет сторонняя компания.
4. Продажа по системе прямой доставки (дропшип) – субъект торговли не имеет на своем складе товар для продажи, а интернет-магазин «продает» товар поставщика, отправляя ему готовые заказы или покупая у него от имени интернет-покупателя.

Рынок электронной торговли Казахстана в 2019 году увеличился в 1,8 раз и превысил 700 млрд тг. Доля электронной торговли в общей розничной торговле выросла с 2,9% в 2018 г. до 3,7% в 2019 г.

Объем покупок на казахстанских интернет-магазинах составил 422 млрд тг, на международных интернет-площадках – 280 млрд тг. Наиболее популярными товарами являются аксессуары и техника (35%), косметика (30%), товары для дома (15%), одежда и обувь (10%).

В стране действуют более 2 тыс. интернет-магазинов, из них для получения налоговых льгот в виде освобождения от уплаты подоходного налога зарегистрировано всего 579 интернет-магазинов.

В 2019 году объем безналичных платежей увеличился в 2,3 раза и составил около 14,4 трлн тг (в 2018 году – 6,4 трлн тг). Рост обусловлен развитием инфраструктуры торговых POS-терминалов, выходом на рынки Казахстана Apple Pay и Samsung Pay, стимулированием банками клиентов через бонусы и кэшбеки, а также активным использованием безналичной оплаты на всех видах общественного транспорта. За 2019 год в электронной торговле создано 36,8 тыс. новых рабочих мест.

Однако, для владельцев бизнеса важно определить финансовый результат их торговой деятельности. Важнейшим условием успешного развития организаций торговли является совершенствование системы бухгалтерского учета, в частности учета финансовых результатов хозяйственной деятельности.

Финансовый результат как интегрированный показатель деятельности организации определяет эффективность деятельности предприятия в целом. Эффективная финансово-хозяйственная деятельность организаций торговли возможна при условии правильной постановки организации бухгалтерского учета финансовых результатов и совершенствования существующих способов ведения первичного, текущего учета и разработки новых форм подходов к торгово-коммерческой деятельности организаций, а также оценки финансового состояния и их устойчивости.

Основную цель финансово-хозяйственной деятельности сформулировал Лука Пачоли (1445 - 1517) 500 лет тому назад в своем трактате "О счетах и двойной записи": "Прежде всего, мы должны иметь в виду, что всякий занимающийся торговлей имеет перед собой известную цель, для достижения которой он употребляет в действиях

свои возможные усилия.

Цель всякого купца состоит в том, чтобы приобрести дозволенную и постоянную выгоду для своего содержания" [4, с. 25]. Эта выгода - есть прибыль (рис.1).

Рисунок 1. Схема формирования прибыли в торговых организациях

В связи с этим данные о финансовом состоянии организаций торговли представляют собой важнейшую составную часть управления финансово-хозяйственной деятельностью.

Анализ данных рисунка свидетельствует, что формирование конечного финансового результата - поэтапный процесс, стержнем которого мы видим четыре основных показателя: валовая прибыль (маржинальный доход); прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль. Последовательность всех этих этапов можно проследить в отчетной форме «Отчет о прибылях и убытках».

На основании изложенного можно сделать вывод, что прибыль является результатом управления издержками обращения.

Финансовый результат может выражаться в виде прибыли или убытка, который является разницей между доходами и расходами организации.

К торговым расходам относят стоимость покупных товаров и издержки обращения. В стоимость товаров включаются также следующие расходы:

- 1) затраты по заготовке и доставке товаров до места их использования, включая расходы по страхованию;
- 2) затраты по содержанию заготовительно-складского подразделения организации, затраты за услуги транспорта по доставке товаров до места их использования, если они не включены в цену товаров, установленную договором;
- 3) начисленные проценты по кредитам, предоставленным поставщиками (коммерческому кредиту); 4) начисленные до принятия к бухгалтерскому учету товаров проценты по заемным средствам, если они привлечены для приобретения этих запасов;
- 5) затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к использованию в запланированных целях (в частности, затраты по подработке, сортировке, фасовке и улучшению технических характеристик товаров);
- 6) иные затраты, непосредственно связанные с приобретением товаров

Расходы организации торговли, произведенные в отчетном периоде, но относящиеся к следующим (последующим) периодам, отражаются в издержках обращения как расходы будущих периодов. Эти расходы списываются в течение срока, к которому они относятся. В указанную статью затрат включаются: арендная плата за

аренду отдельных объектов основных фондов при предварительном ее перечислении; расходы по подписке на периодические издания для служебного пользования; расходы на рекламу и подготовку кадров, уплаченные вперед.

Существенным отличием системы формирования финансовых результатов в торговых предприятиях от организаций, скажем производственной сферы, является способ отнесения их затрат. Так в себестоимости в таких организациях учитываются только затраты на приобретение товаров для перепродажи, все остальные затраты учитываются как издержки обращения в коммерческих расходах.

Целесообразно акцентировать внимание на отдельных аспектах этих различий, которые играют важную роль в формировании финансовых результатов деятельности данных хозяйствующих субъектов.

1. Различия в технологии и организации процессов производства продукции и реализации товаров конечным потребителям. Производство продукции отличается сложностью технологических процессов, многоступенчатостью этапов перехода от сырья до стадии готовой продукции. Процесс розничной реализации товаров значительно упрощен. Его сущность заключается не в смене натурально-вещественной формы товаров, а в смене форм их стоимости.
2. Отраслевая специфика в порядке определения цены на изготовленную продукцию и реализуемые товары.

Таким образом, финансовые результаты деятельности организации отражают эффективность ее функционирования на определенный момент времени, при этом, компании не должны ограничиваться лишь абсолютными показателями финансовых результатов для оценки своей деятельности.

Особенность определения финансового результата от продаж в торговых организациях состоит в предварительном исчислении валового дохода, который представляет собой сумму реализационной торговой наценки, определяемой в виде разницы между покупной и отпускной ценой продажного товара.

В целом можно отметить и использование общей схемы формирования финансового результата (прибыли или убытка) хозяйствования организаций торговли, которая складывается из финансового результата операций, являющихся предметом ее основной деятельности, прочей деятельности. При этом следует учитывать, что формирование финансового результата происходит под влиянием различных факторов.

Важнейшими факторами, влияющими на достижение стратегических целей по увеличению массы прибыли, являются факторы, выявляемые в результате мониторинга внешней среды организации, что особенно актуально для организаций.

Список использованной литературы:

1. Калужский М. Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М. : Экономика, 2014.
2. Правительство рассмотрело вопросы развития электронной торговли
<https://primeminister.kz/ru/news/pravitelstvo-rassmotrelo-voprosy-razvitiya-elektronnoy-torgovli> (дата обращения 10.01.2021г)
3. Все об электронной торговле. С. Муслимова, член палаты налоговых консультантов РК. <https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/articles/vse-ob-elektronnoy-torgovle/> (дата обращения 10.01.2021г)
4. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Под ред. Я.В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 1994. 320 с.
5. Финансовое планирование в коммерческих организациях [Электронный ресурс] / Эволюция денег. Финансовый анализ. - 2016 г. (дата обращения 10.01.2021г)