

Кафиатулова Эльвира Мидихатовна

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2011/9/33.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2011. № 9 (52). С. 101-104. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2011/9/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Механизм раннего предупреждения направлен на минимизацию подверженности организации рискам контрагентов и потенциальных потерь, связанных с реализацией рисков контрагентов. Поэтому, по мнению автора, при оценке эффективности данного инструмента необходимо учитывать непосредственно экономический эффект от его использования и динамику изменения эффективности использования ресурсов организации, поскольку это позволяет оценить используемый инструмент с позиции соответствия интересам собственников.

В целях оценки эффективности рассматриваемого инструмента управления рисками контрагентов существенным является сопоставление затрат, обусловленных использованием конкретного инструмента управления рисками, и потенциального либо фактического сокращения подверженности организации рискам контрагентов. Иначе говоря, экономический эффект от использования механизма раннего предупреждения при управлении рисками контрагентов определяется как разность прогнозируемой величины снижения степени подверженности организации рискам контрагентов и затрат в виде фактических потерь, в т.ч. неожиданных, от реализации рисков контрагентов и затрат, обусловленных использованием механизма раннего предупреждения.

Динамика изменения упомянутых показателей позволит оценить тенденции изменения эффективности от использования механизма раннего предупреждения и в случае ее снижения внести необходимые корректировки в систему управления рисками контрагентов.

Также в целях подобной оценки возможно использовать динамику изменения уже отмеченного ранее показателя экономических потерь вследствие реализации риска контрагентов.

При оценке эффективности механизма раннего предупреждения с позиции распределения ресурсов, по мнению автора, возможно использовать показатели, характеризующие своевременность и полноту инкассации задолженности контрагентов.

Помимо рассмотрения этих показателей в динамике для оценки эффекта от использования механизма раннего предупреждения также целесообразным представляется использование показателей, характеризующих способность предприятия отвечать по своим обязательствам и реализовывать намеченные планы деятельности.

Представленная система управления рисками контрагентов с использованием механизма раннего предупреждения согласуется с актуальной концепцией активного (упреждающего) управления риском, противостоящей концепции защитного управления рисками.

Таким образом, на основе предлагаемого подхода к управлению рисками появляется возможность заблаговременно выявить тенденции усиления подверженности предприятия риску контрагента, разработать соответствующие меры раннего предупреждения и преобразовать консервативную политику управления рисками в преимущество в области затрат на финансирование. Наличие связи между риском контрагента и прибылью предпринимательской структуры позволяет оценить, как то или иное мероприятие отразится на общем уровне риска, а также с учетом стоимости реализации оценить эффективность конкретного мероприятия по регулированию рисков с точки зрения увеличения экономической прибыли. Система управления рисками, использующая описанный подход создает предпосылки для повышения эффективности деятельности: обеспечения приемлемого для собственников баланса между расширением своей деятельности и рисками, связанными с привлечением дополнительных контрагентов, баланса между рентабельностью и краткосрочной платежеспособностью, увеличения прибыли без увеличения уровня риска. Благодаря такому подходу представляется возможным повышение объективности и ускорение процесса принятия решения в предпринимательской структуре, что позволяет повысить качество деятельности в целом.

Список литературы

1. **Бланк И. А.** Управление финансовыми рисками. К.: Ника-центр, 2005. 600 с.
2. **Исследование «Эрнст энд Янг» в области бизнес-рисков 2009** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ey.com/RU/ru/Services/Strategic-Growth-Markets/Managing-risk> (дата обращения: 21.12.2010).
3. **Мачин К. А.** Система раннего предупреждения на основе индикаторов контроля: интерактивно-адаптационный подход к планированию производственной программы промышленного предприятия [Электронный ресурс] // Ползуновский альманах. 2009. № 1. С. 63-73. URL: http://elibr.altstu.ru/elibr/books/Files/pa2009_1/pdf/063machin.pdf (дата обращения: 14.07.2011).

УДК 339.37; 658

Эльвира Мидихатовна Кафиатулова
Поволжский государственный университет сервиса

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ[©]

Одной из основных отраслей экономики страны считается торговля, которая организует процесс перемещения товара из производственной среды в потребительскую сферу.

С конца 1990-х годов российский ритейл претерпел изменения, связанные с взрывным ростом сетевых компаний, развивающих современные форматы, входом на российские рынки глобальных операторов и началом интенсивного освоения регионов [4, с. 21]. В период финансового кризиса в розничной торговле страны произошло резкое уменьшение потребительского спроса на товары и услуги и в течение последних лет эта тенденция пошла на спад. Данная ситуация заставляет розничные сети уменьшать свою расходную часть бюджета и уделять больше внимания качеству сервисного обслуживания.

Однако прогрессивные изменения в торговле развиваются стихийно, и, если будут развиваться также бессистемно и не получат государственной поддержки, структурная перестройка в торговле растянется на многие годы, а торговля не внесет должный вклад в формирование ВВП [1, с. 57].

Обратимся к законодательству и рассмотрим основные нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность розничных торговых сетей в стране. С 1976 года деятельность розничной торговли регулировал Общесоюзный классификатор отраслей народного хозяйства (далее - ОКОНХ). В классификаторе имело значение форма собственности предприятия, а также было деление на внутреннюю (код 71000) и внешнюю торговлю (код 72000). В период функционирования централизованной плановой экономики применялся ОКОНХ, а в современной жизни его использование стало проблематичным, так как не обеспечивало надлежащего отражения действующей хозяйственной инфраструктуры государства. Общесоюзный классификатор отраслей народного хозяйства отменен с 1 января 2003 г. вместо него 17 февраля 2003 г. утвержден Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (далее - ОКВЭД).

Согласно ОКВЭД в разделе G «Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования» отражены организации, основной вид экономической деятельности которых является перепродажа (т.е. продажа без изменения) товаров, ранее приобретенных на стороне и/или в посредничестве между торговцем и покупателями товаров.

Для торговых предприятий главным классификационным признаком является вид реализуемой продукции.

В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности розничная торговля вынесена в отдельный класс 52, а он в свою очередь подразделяется на шесть подклассов для разных видов торговли в розницу и один дополнительный подкласс для ремонта предметов личного пользования и бытовых изделий. В состав 52 класса определенного подкласса входит розничная комиссионная торговля. К 50 классу ОКВЭД относится осуществление торговой деятельности автомобильным транспортом, в том числе технический сервис, торговля моторным топливом в розницу.

Класс 52 охватывает розничную торговлю всеми видами товаров, кроме включенных в класс 50. Подклассы, включающие розничную торговлю, объединяют все организации, экономическая деятельность которых заключается, прежде всего, в продаже товаров населению (за свой собственный счет или в порядке комиссионной торговли). На уровне подклассов разбивка в этом классе дана преимущественно по типу места торговли (торговля в неспециализированных или специализированных магазинах, торговля вне магазинов). В отдельный подкласс выделена розничная торговля бывшими в употреблении товарами в магазинах [2].

Организации, осуществляющие розничную торговлю продукцией собственного производства по ОКВЭД, относятся к обрабатывающей промышленности. При продаже продукции собственного производства и других товаров классификация определяется, исходя из доминирования собственных товаров или изделий иных производителей. В магазинах розничная торговля подразделяется на подклассы 52.1-52.5, вне магазинов - на подкласс 52.6.

В течение пяти лет разрабатывался и дополнялся закон № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», который был утвержден 28.12.2009 г. [3]. До вступления в действие этого закона наблюдалась нехватка регулирования торговой деятельности, в том числе в части разграничения прав федеральных и региональных органов власти по налаживанию и контролю торговых процессов. Раньше сферу торговли регламентировали такие нормативные документы как «О свободе торговли», «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

Следует отметить, что от того как выполняется закон № 381-ФЗ зависят цены на товар, возможность появления дополнительных рынков сбыта у розничных сетей, доступность продукции покупателям.

Конечно, учесть мнения всех участников рынка достаточно сложно, но необходимо установить баланс интересов каждой из сторон торгового процесса. Необходимо организовывать научно-практические конференции, в которых могли бы принимать участие представители Государственной Думы, ученые, специалисты-практики для последующего формирования рекомендаций по назревшим спорным вопросам относительно взаимодействия участников торгового процесса и последующей конкретизации в нормативных документах их деятельности. Как показывает практика, совершенствование нормативно-правовой документации занимает длительный промежуток времени. Более эффективно ослабить возникшие конфликты можно средствами негосударственного регулирования, к примеру с помощью Кодекса добросовестных практик торговых сетей при взаимоотношениях с поставщиками продуктов питания от 17.06.2009 г., разработанный Ассоциацией компаний розничной торговли (АКОРТ). Основным недостатком данного документа является то, что он необязателен к исполнению.

Осуществление предпринимательской деятельности, в том числе выбор месторасположение и планировка торговых структур розничных торговых сетей, технические возможности компании, прием, хранение и

отпуск товаров, соблюдение гигиены должны соответствовать всем санитарно-эпидемиологическим требованиям и обеспечивать безопасность жизни и здоровья покупателей. Таким образом, предпринимательская деятельность должна функционировать на основании федеральных законов «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» и «О качестве и безопасности пищевых продуктов». В случае нарушения законодательства Российской Федерации сетевыми организациями органы соответствующих подразделений имеют право временно приостановить или запретить деятельность до устранения выявленных нарушений и проведения соответствующих мероприятий.

Образ жизни покупателей значительно изменились в течение небольшого временного промежутка. На наш взгляд, под розничной торговлей понимается не только реализация продукции, но и оказание услуг покупателям. И особое внимание хотелось бы обратить на то, что первостепенным значением для розничных сетей является услуги по предоставлению товара.

Общероссийский классификатор услуг населению (ОКУН) утвержден в 1994 г. и в соответствии с ним к услугам розничной торговли относят: реализация товаров, упаковка купленных в магазине товаров, прием (в том числе по телефону) и оформление предварительных заказов на товары, подготовка к определенному часу по предварительному заказу отдельных товаров, имеющихся в продаже и прочее.

Организации в розничной торговле занимаются не только реализацией продукции, но и обслуживанием населения, оказанием им дополнительных услуг в соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования».

В соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 под услугой розничной торговли понимается результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи [5].

При совершении покупки потребитель обращает внимание на имидж торговой сети, комфорт и на минимальные затраты времени. Предоставляемые услуги сопровождаются приобретением продукции и послепродажным сервисным обслуживанием. Таким образом, процедура торговли в розницу формируется из реализации продукции, обслуживания клиентов и оказания торгового и послепродажного сервиса.

Список оказываемых услуг розничной торговли регулируется руководством и зависит от наименований продаваемых товаров с учетом специализации и расположения магазина, особенностей обслуживания контингента и совместимости услуг. Ниже представлены основные услуги, которые соответствуют ГОСТ 51304-2009.

К услугам по оказанию помощи в приобретении товаров и при их использовании и применении относят:

- прием и исполнение предварительных заказов на продукцию, имеющуюся в наличии (или временно отсутствующую в продаже);
- комплектование заказов на товары и их упаковку;
- организацию доставки товаров покупателям на дом или к месту заказа;
- упаковку купленных товаров;
- демонстрацию в действии принципиально новых товаров;
- организацию послепродажного обслуживания приобретенной продукции (подключению, наладке технически сложных товаров, услуги по сборке и установке).

К информационно-консультационным услугам относят:

- предоставление информации о товарах и их производителях, об оказываемых услугах;
- консультации специалистов по продаже товаров отдельных видов, в том числе по их назначению и применению;
- проведение дегустаций новых продуктов питания и продовольственных товаров отдельных видов;
- организация выставок и ярмарок по продвижению и реализации продукции отдельных видов.

Розничные торговые сети могут организовывать оказание дополнительных услуг, связанных с созданием удобств покупателям в приобретении продукции, например:

- организацию справочных бюро (в крупных организациях торговли);
- организацию зон отдыха покупателей, комнаты матери и ребенка (в том числе детских игровых комнат);
- реализацию продуктов питания с организацией потребления на месте;
- организацию питания клиентов;
- гарантированное хранение купленных товаров;
- гарантированное хранение вещей покупателей (услуги гардероба);
- предоставление организованной парковки для автомашин клиентов и другие услуги.

В розничных организациях процесс продажи товаров состоит из следующих этапов: ознакомление клиента с продукцией, демонстрация товара, консультация покупателя, выбор товара клиентом, осуществление расчета за приобретенную продукцию, упаковка и выдача, доставка (по заказу) купленного товара.

Продажа продукции вне организаций охватывает: реализацию товаров товарными агентами, дистанционным способом, через торговые автоматы, развозную и разносную торговлю и др.

В соответствии с ГОСТ 52113-2003 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества» оценивается качество оказываемых услуг торговли. Процесс оказания услуг торговыми сетями должен быть безопасным для клиентов и отвечать действующим требованиям нормативных документов.

Таким образом, на отечественном рынке крупные сети с помощью государственной поддержки сектора розничной торговли интенсивно завоевывают новые рынки.

С нашей точки зрения, выполнение нормативных документов даст возможность производителям уменьшить величину отвлеченных средств и использовать их для расширения организации или погашения кредиторской задолженности. И можно констатировать, что в процессе развития торговли произойдет увеличение масштабов государственного регулирования и упорядочивание торговых взаимоотношений между участниками рынка товаров и услуг, в том числе последует принятие всеми сторонами общих обычаев, правил ведения розничной торговли.

Список литературы

1. **Ефремов А.** Проблемы организации торговли // Экономист. 2007. № 4. С. 57-60.
2. **Методические указания по расчету основного вида деятельности хозяйствующих субъектов на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД) для формирования сводной официальной статистической информации** [Электронный ресурс]: Приказ Федеральной службы государственной статистики № 150 от 1.10.2007 г. Документ опубликован не был. Доступ из информ.-правового обеспечения «Гарант».
3. **Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации:** Федеральный закон № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. // Собрание законодательства Российской Федерации. 2010. № 1. Ст. 2.
4. **Развитие российского ритейла: меры государственного регулирования и их последствия** // Современная торговля. 2009. № 12. С. 21-39.
5. **Услуги торговли. Общие требования:** национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51304-2009: утверждено приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии № 769-ст от 15.12.2009 г.: официальное издание Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. М.: Стандартинформ, 2010.

УДК 339.37; 658

Эльвира Мидихатовна Кафиатулова
Поволжский государственный университет сервиса

СТАДИИ СОЗДАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ[©]

В России, как и во всем мире, наблюдается интенсивное развитие процесса глобализации и, как следствие, появление на рынке крупных розничных торговых сетей отличительной особенностью которых является нехватка гибкости и быстроты реагирования на перемены во внешней среде, а также работа с крупным капиталом, являющимся в некотором смысле конкурентным преимуществом перед другими организациями в борьбе за доли рынка. В основном компании такого типа нацелены на достижение финансовых показателей и считают их первостепенными в конкурентной борьбе.

С активным развитием сетевого розничного бизнеса появилась потребность в создании такого механизма, который бы сделал возможным мгновенное реагирование на изменения в рыночной среде и одновременное управление финансовыми средствами.

Во всем мире достаточно часто используется в практической деятельности такой инструмент как сбалансированная система показателей, позволяющая создать систему управления на основе выделенных центров ответственности с четким представлением структуры ответственности каждым работником организации.

Сбалансированная система показателей (ССП) считается наиболее распространенным механизмом, разработанным в 90-х гг. XX века американскими учеными Гарвардской школы Дэвидом Нортоном и Робертом Капланом. Основной замысел их исследовательской работы заключался в открытии новых методов, увеличивающих эффективность предпринимательской деятельности и достижение намеченных целей в бизнесе. Предпосылкой для этого стало всё более снижающееся значение финансовых показателей, которые не давали полной информации для принятия точных управленческих решений. С развитием информационных технологий произошло стремительное увеличение стоимости нематериальных активов, таких как инновационный потенциал, интеллектуальный капитал, репутация, степень лояльности клиентов и др., которые не учитывались в отчетности компаний.

Менеджмент организации зачастую осознает, что финансовые показатели не могут отразить требуемые объективные данные на долгосрочную перспективу для стратегического управления и совершает попытки сформировать систему оценки эффективности деятельности предприятия, в которой финансовые и нефинансовые показатели были бы совмещены. В практической деятельности обычно это приводит к элементарной подборке финансовых и нефинансовых величин, что не позволяет проконтролировать факторы, оказывающие существенное влияние на ведение предпринимательской деятельности.

При внедрении сбалансированной системы показателей у розничной торговой сети появляется возможность количественно оценить нематериальные активы. На наш взгляд, этот инструмент необходимо трактовать как универсальное средство управления, позволяющее согласовать стратегию организации с реализацией оперативных целей, и в дальнейшем принимать комплексные решения в части определения необходимых ресурсов в работе компании на основе ключевых показателей.