# Введение

Основную массу материальных благ, используемых для удовлетворения личных потребностей, население получает через торговлю. Торговля – обширнейшая область предпринимательской деятельности и сфера приложения труда – получила в последние годы, новые импульсы своего развития, существенно расширив «поле и правила игры» в экономике переходного периода. В нее влилось много новых предприимчивых людей, в ряде случаев коренным образом поменявших свою профессию и жизненные ориентиры.

В настоящее время торговля является, пожалуй, одним из наиболее привлекательных видов деятельности, в особенности для так называемого малого и среднего бизнеса. В первую очередь эта привлекательность заключается в довольно быстром обороте денежных средств и получении прибыли. Многие, начиная собственное дело, как способ накопления первоначального капитала используют именно торговую деятельность. Разумеется, как и во всяком другом роде деятельности, связанном с вложением собственных денежных средств, в торговле присутствует доля риска. Но тем не менее можно с большой уверенностью сказать, что развитие торговли в нашей стране идет весьма интенсивно именно из-за частного предпринимательства. Соответственно и конкуренция в этой области велика. Как бы скептически ни относились к понятию «цивилизованные рыночные отношения», все равно обращаются к нему. Достаточно вспомнить, как обстояло дело с рынком потребительских товаров 10-15 лет назад. Высокая конкуренция в торговле (разумеется, в тех областях, где нет монополии) приводит не только к насыщению потребительского рынка, но и к улучшению качества товаров и услуг, предоставляемых торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями.

Финансы предприятий, в том числе и предприятий розничной торговали продовольственными запасами, являются основой единой системы финансов государства. Это определяется тем, что они непосредственно обслуживают процесс создания и распределения совокупного общественного продукта и национального дохода. Именно в этой сфере финансов формируется основная часть доходов, которые в последующем по различным каналам перераспределяются в народнохозяйственном комплексе и служат основным источником экономического роста и социального развития общества. От того, в каком состояние находятся финансы предприятий различных форм собственности, зависит обеспеченность централизованных денежных фондов финансовыми ресурсами.

Таким образом, актуальность темы данной работы обусловлена местом финансов предприятия в экономической системе общества. В условиях развитой рыночной экономики именно финансовое благополучие предприятий рассматривается государством как основная предпосылка экономического процветания страны в целом или отдельного региона. Организация грамотного ведения финансов товарных операций в современных условиях является весьма актуальной проблемой для многих предприятий. Торговля, во всех ее проявлениях, занимает все большее место в предпринимательской деятельности экономических субъектов.

Цель данной курсовой работы – определить особенности организации финансов на предприятиях розничной торговли продовольственными запасами. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

1. Исследовать теоретические основы организации розничного товарооборота;
2. Раскрыть сущность финансов предприятий розничной торговли и их роль в финансовой системе страны;
3. Определить источники, структуру и особенности распределения финансовых ресурсов розничных предприятий;
4. Исследовать принципы организации финансовых отношений предприятий.
5. **Теоретические основы розничной торговли продовольственными запасами**

**1.1 Товар как непосредственный объект розничной торговли**

Непосредственным объектом торговых операций является товар. Товаром является любая вещь, не ограниченная в обороте, свободно отчуждаемая и переходящая от одного лица к другому по договору купли-продажи[[1]](#footnote-1). Общее понятие «товар» на товары народного потребления и товары производственного назначения. Товары народного потребления (ТНП) – это товары, предназначенные для продажи населению с целью личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью[[2]](#footnote-2). Товарами производственного назначения являются товары, предназначенные для продажи юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям с целью их использования в хозяйственной деятельности[[3]](#footnote-3). Таким образом, объектом оптовой торговли являются товары производственного назначения, тогда как товары народного потребления – это объект розничной торговли. Хотя в примечании к определению товаров производственного назначения как пример приводятся строительно-дорожная техника, транспортные машины общего пользования, технологическое оборудование, топливно-сырьевые товары и иное, мы можем сделать вывод, что один и тот же товар может являться как товаром народного потребления, так и товаром производственного назначения в зависимости от цели его приобретения (а, следовательно, и от способа продажи). Как пример можно привести персональный компьютер. Если он приобретается потребителем для собственных нужд, его можно классифицировать как товар народного потребления. Однако аналогичный компьютер, приобретенный фирмой для установки в бухгалтерии и ведения бухгалтерского учета, по всей видимости, будет относиться к товарам производственного назначения.

В свою очередь, товары подразделяются на классы, группы, виды и разновидности.

Класс товаров – это совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение. Это, например, культтовары, швейные товары, автотранспортные средства и т.п.

Группой товаров называется совокупность товаров определенного класса, обладающих сходным составом потребительских свойств и показателей[[4]](#footnote-4). Группами товаров являются, например, обувь, хлебобулочные изделия, постельное белье. Совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением, называется видом товаров. Примером вида товаров могут быть столы, холодильники, сыры и т. д.

Разновидность товаров – это совокупность товаров определенного вида, выделенных по ряду частных признаков[[5]](#footnote-5). Конкретная разновидность товаров – это товары одной модели, артикула, марки, сорта.

Исходя из вышеуказанных определений можно классифицировать, допустим, пачку нежирного творога высшего сорта следующим образом: класс – продукты, группа – молочные продукты, вид – творог, разновидность – высший сорт.

Ассортимент товаров – набор товаров, объединенный по какому-либо одному или совокупности признаков. В отношении ассортимента товаров применяются такие термины, как «промышленный» (или «производственный»), «торговый», «простой», «сложный», «укрупненный» и «развернутый». Ассортимент товаров, представленный в торговой сети, называется торговым ассортиментом. Часть торгового ассортимента товаров, который постоянно должен быть в продаже, называется ассортиментным перечнем товаров. Если ассортимент представлен видами товаров, классифицируемыми по трем и менее видам, он называется простым. Соответственно, если товары классифицируются более чем по трем признакам, то такой ассортимент товаров называется сложным.

Товары, объединенные по общим признакам в определенные совокупности (т. е. классы, группы, виды), образуют укрупненный (или групповой) ассортимент. Более подробный ассортимент, представленный конкретными разновидностями товаров, называется развернутым (или внутригрупповым).

При анализе ассортимента товаров используются такие категории, как показатель и структура ассортимента. Показатель – это количественная характеристика свойств (одного или нескольких) ассортимента товаров[[6]](#footnote-6). Структура ассортимента, как правило, выражается в процентах и характеризует соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в наборе. Любой торговой организации (как и любому покупателю) неизменно приходится сталкиваться с такими понятиями, как качество и потребительские свойства товара. Особенно часто это происходит, когда речь идет об оприходовании и возврате (в последнем случае вопрос о качестве товара нередко является ключевым). Чтобы по возможности избегать разногласий, возникающих между продавцом и покупателем в связи с качеством товара, необходимо четко представлять себе, что же подразумевается под этими понятиями.

Под качеством товара понимается совокупность потребительских свойств товара[[7]](#footnote-7). Потребительским свойством товара называется свойство, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей. Следовательно, если при использовании товара по назначению нарушается одно или несколько его потребительский свойств, такой товар можно признать некачественным. Кроме того, при определении качества может быть использована и количественная характеристика одного или нескольких потребительских свойств товара, которая рассматривается применительно к условиям его потребления (использования). Эта характеристика называется потребительским показателем качества товара. Таким образом, говоря о качестве товара, мы не можем считать, что товар является либо качественным, либо абсолютно некачественным, т. е. непригодным к использованию по прямому назначению. Незначительное нарушение одного или нескольких потребительских свойств может и не привести к невозможности использования товара. Так, например, если в холодильнике неисправен патрон лампочки, это, безусловно, является дефектом, но не мешает использованию холодильника по прямому назначению.

Итак, объектом торговли является товар. Но товар должен где-то храниться и продаваться. Существуют определенные требования к хранению, транспортировке и условиям продажи, различающиеся в зависимости от видов и групп товаров. Эти требования обусловливаются как необходимостью максимальной сохранности товара и его потребительских свойств, так и обеспечением интересов потребителей, а также условий труда сотрудников торговых организаций, соблюдения их прав и обязанностей и безопасности граждан.

При хранении товаров необходимо учитывать такие показатели, как температура и влажность воздуха, возможность совместного хранения различных групп товаров. При реализации товаров в розничной торговой сети учитывается также площадь торговых помещений. Кроме того, любое помещение должно соответствовать нормам пожарной безопасности и санитарным нормам.

Наиболее распространенное торговое предприятие – магазин. Как уже говорилось выше, он включает в себя ряд помещений, имеющих различное назначение. Правильное распределение и учет площадей этих помещений важнее, чем кажется на первый взгляд. Торговые организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся плательщиками единого налога на вмененный доход, уже убедились в этом. Поэтому посмотрим, как именно определяются те или иные помещения магазина в зависимости от способа их использования с точки зрения терминологии.

Часть помещения магазина, предназначенная для размещения управленческого аппарата магазина, а также включающая в себя бытовые помещения, называется административно-бытовыми помещениями. К этой части не относятся помещения, где располагаются службы, предназначенные для выполнения работ по техническому обслуживанию торгово-промышленного оборудования и рабочих мест. Эти помещения называются техническими. Торговое помещение магазина включает в себя торговый зал и помещения для оказания услуг. Основная часть торгового помещения магазина, предназначенная для обслуживания покупателей, – это торговый зал. Нередко под подсобными помещениями понимают все, что не является торговым помещением. На самом деле подсобные помещения предназначены для размещения вспомогательных служб и выполнения работ по обслуживанию технического процесса.

Что касается складских помещений, то в магазинах существуют специально оборудованные помещения, предназначенные для приема, хранения и подготовки товаров к продаже. Непосредственно складскими обычно называются специально оборудованные изолированные помещения основного производственного, подсобного и вспомогательного назначения предприятия оптовой торговли.

Площадь всех торговых помещений называется торговой площадью магазина. Площадь торгового зала складывается из установочной площади, т. е. площади, занятой оборудованием для выкладки и демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов, контрольно-кассовых узлов (это часть площади торгового зала, специально оборудованная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания, в пределах которой сосредоточено более одной контрольно-кассовой машины), площади рабочих мест продавцов, площади проходов для покупателей. Все помещения магазина вместе складываются в общую площадь магазина. Существует также экспозиционная (или демонстрационная) площадь магазина, которая включает в себя суммарную площадь всех горизонтальных, вертикальных и наклонных плоскостей торгового оборудования, которые используются для демонстрации и показа товаров в торговом зале. Этот вид площади, естественно, не включается в общую площадь магазина и ее части.

**1.2 Экономическая сущность розничной торговли**

Торговля – это вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям[[8]](#footnote-8). Торговля подразделяется на две основные группы: оптовую и розничную. Розничной торговлей называется торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Розничная торговля включает деятельность по продаже товаров для личного потребления или домашнего использования[[9]](#footnote-9). Таким образом, понятие розничной торговли связано не с количеством единовременно продаваемого товара, а с целью его приобретения и последующего использования. Один и тот же товар, проданный в одном и том же количестве, одним и тем же продавцом (в случае если продавец занимается «смешанным» видом торговли, т. е. оптово-розничной) может быть объектом как оптовой, так и розничной сделки купли-продажи. В стационарной розничной торговле в виде магазина момент оплаты и момент получения товара практически совпадают.

Розничная торговля включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям. Это конечный этап каналов сбыта. При розничной торговле материальные ресурсы переходят из сферы обращения в сферу коллективного, индивидуального, личного потребления, т. е. становятся собственностью потребителей. Это происходит путем купли продажи, поскольку потребители приобретают нужные им товары в обмен на свои денежные доходы. Здесь создаются стартовые возможности для нового цикла производства и обращения, так как товар превращается в деньги.

Розничная торговля включает продажу товаров населению для личного потребления, организациям, предприятиям, учреждениям для коллективного потребления или хозяйственных нужд. Товары продаются в основном через предприятия розничной торговли и общественного питания. Вместе с тем продажа потребительских товаров осуществляется со складов предприятий-изготовителей, посреднических организаций, фирменных магазинов, заготовительных пунктов, ателье и др.

Розничная торговля осуществляет ряд функций:

* исследует конъюнктуру, сложившуюся на товарном рынке;
* определяет спрос и предложение на конкретные виды товаров;
* осуществляет поиск товаров, необходимых для розничной торговли;
* проводит отбор товаров, их сортировку при составлении требуемого ассортимента;
* осуществляет оплату товаров, принятых от поставщиков;
* проводит операции по приемке, хранению, маркировке товаров, устанавливает на них цены;
* оказывает поставщикам и потребителям транспортно-эксплуатационные, консультационные, рекламные, информационные и другие услуги.

Таким образом, розничная торговля включает всю предпринимательскую деятельность, связанную с продажей товаров и услуг конечным потребителям. Розничная торговля – это любая деятельность по продаже товаров или услуг непосредственно конечным потребителям для их личного некоммерческого использования. Виды розничных торговых предприятий можно классифицировать по разным признакам: в зависимости от форм собственности; по структуре стратегии розничной торговли, а также существует немагазинная розничная торговля.

Экономическое значение розничной торговой сети состоит в ускорении движения и реализации товара, а так же сохранения его количества и качества на всем пути от производства до потребителя. Экономический аспект торговли проявляется в величине совокупного общественного продукта и национального дохода общества.

Розничная торговля способна стимулировать производство и влиять на его структуру, а также определять характер и специфику потребления, что выделяет розничную торговлю как одну из важнейших сфер жизнеобеспечения населения. Кроме того, розничная торговля является важной бюджетообразующей отраслевой системой: в структуре налоговых поступлений в бюджет торговля занимает одно из ведущих мест. Поэтому от состояния торговли и ее эффективной организации во многом зависит формирование основ финансовой стабильности государства.

1. **Принципы организации финансов предприятий розничной торговли продовольственными запасами**
   1. **Роль и функции финансов предприятий розничной торговли**

Финансы хозяйствующих субъектов – это относительно самостоятельная сфера финансовой системы, охватывающая широкий круг денежных отношений, связанных с формированием и использованием денежных фондов предприятия[[10]](#footnote-10). Именно здесь формируется основная часть доходов хозяйствующих субъектов, которые в дальнейшем перераспределяются в хозяйственном комплексе страны и служат основным источником экономического роста и социального развития общества.

Финансы предприятий представляют собой совокупность объективно обусловленных экономических отношений между предприятиями, имеющих распределительный характер, стоимостную форму выражения, денежное измерение и предназначенных для удовлетворения потребности хозяйствующих субъектов в финансовых ресурсах.

Финансы предприятия являются важнейшей составной частью финансовой системы государства. Это предопределено тем, что они обслуживают сферу материального производства, где создаются валовой внутренний продукт (ВВП), национальный доход (НД), национальное богатство. По своей сущности финансы предприятий являются специфической частью финансовой системы государства. Они отличаются от государственных финансов тем, что функционируют в разных сферах общественного производства[[11]](#footnote-11).

Финансы как общеэкономическая категория выполняют множество функций. В этих функциях по сути и проявляется сущность финансов как одного из важнейших компонентов организационной структуры и процесса функционирования социально-экономической системы того или иного уровня. В применении к предприятию основными из них являются:

1) инвестиционно-распределительная;

2) фондообразующая (или источниковая);

3) доходно-распределительная;

4) обеспечивающая;

5) контрольная.

Инвестиционно-распределительная функция финансов в приложении к хозяйствующему субъекту заключается в распределении финансовых ресурсов внутри предприятия, способствующем наиболее эффективному их использованию. Распределительная функция финансов предприятия с позиции структуры его активов проявляется в стремлении оптимизировать активную сторону баланса. Наиболее яркий пример такой оптимизации – решение вопроса о величине денежных средств, которыми должно располагать предприятие для нормальной работы. Очевидно, что невыгодно держать на счете чрезмерно большие денежные средства, поскольку в этом случае они не работают; вместе с тем неоправданно низкий остаток денежных средств может привести к нарушениям платежной дисциплины и, как следствие, к убыткам, осложнению отношений с поставщиками, потере репутации и др.

Фондообразующая, или источниковая, функция финансов предприятия реализуется в ходе оптимизации правой (т.е. источниковой, пассивной) стороны баланса. Любое предприятие финансируется из нескольких источников: это взносы собственников, кредиты, займы, кредиторская задолженность, реинвестированная прибыль, пожертвования, целевые взносы и др. Как правило, источники не бесплатны, т.е. привлечение любого из них предполагает плату за возможность пользования средствами. Поскольку источников много, причем стоимость каждого из них различна, возникает естественное желание выбрать наиболее оптимальную их комбинацию. Особенно значим этот аспект при необходимости мобилизации дополнительных финансовых ресурсов в крупных объемах, что имеет место при реализации стратегических инвестиционных программ.

Суть доходно-распределительной функции финансов предприятия заключается в следующем. Решающую роль в создании и функционировании предприятия несут его собственники. Они могут ликвидировать компанию, поддерживать величину вложенного (т.е. принадлежащего им) капитала на уровне, не предусматривающем расширение ее деятельности, изымая избыточную прибыль в виде дивидендов, а могут, напротив, воздержаться от получения дивидендов в надежде, что реинвестированная прибыль принесет большую отдачу в будущем. Иными словами, собственники должны иметь определенные количественно выражаемые аргументы в обоснование своего отношения к текущему положению и будущему своей компании. Эти аргументы формируются в рамках дивидендной политики, когда определенная часть ресурсов предприятия изымается из него и выплачивается в виде дивидендов (обычно в денежной форме).

Смысл обеспечивающей функции финансов очевиден и определяется, во-первых, целевым предназначением предприятия и, во-вторых, системой сложившихся расчетных отношений. Целевое предназначение предприятия состоит в регулярном генерировании прибыли, благодаря чему капитал собственников возрастает.

Суть контрольной функции финансов предприятия состоит в том, что именно с помощью финансовых показателей и (или) индикаторов, построенных на их основе, может быть осуществлен наиболее действенный контроль за эффективным использованием ресурсного потенциала предприятия. Контрольная функция реализуется как самим предприятием, так и его собственниками, контрагентами и государственными органами.

Таким образом, финансы на предприятиях розничной торговли продовольственными запасами представляют собой совокупность денежных отношений, возникающих у данного предприятия по поводу формирования фактических и (или) потенциальных фондов денежных средств, их распределения и использования на нужды розничной торговли и потребления. Данное определение наиболее точно обозначает поле деятельности финансов предприятия, выделяя функциональный аспект вопроса: формирование, распределение и использование фондов денежных средств. В реализации функций финансов предприятия, проявляется их сущность как одного из важнейших элементов организационной структуры и процесса регулирования деятельностью торгового предприятия.

* 1. **Финансовые ресурсы розничных предприятий, их состав, структура, источники формирования, распределение**

Финансовые ресурсы розничного предприятия продовольственными запасами – это все денежные доходы и поступления, аккумулируемые субъектом торговли и используемые им для осуществления всевозможных видов деятельности (выполнение финансовых обязательств, осуществление затрат по расширенному воспроизводству, экономическому стимулированию работающих и т.д.)[[12]](#footnote-12). Первоначальное формирование финансовых ресурсов происходит в момент учреждения предприятия, когда образуется уставный фонд. Его источниками в зависимости от организационно-правовых форм хозяйствования выступают: акционерный капитал, паевые взносы членов кооперативов, отраслевые финансовые ресурсы (при сохранении отраслевых структур), долгосрочный кредит, бюджетные средства.

Основным источником финансовых ресурсов на действующих предприятиях выступает стоимость реализованной продукции (оказанных услуг. Финансовые ресурсы формируются главным, образом за счет прибыли (от основной и других видов деятельности) и амортизационных отчислений. Наряду с ними источниками финансовых ресурсов выступают: доходы от продажи имущества и других имущественных прав, устойчивые пассивы, различные целевые поступления и т.д.

Значительные финансовые ресурсы, особенно по вновь создаваемым и реконструируемым предприятиям, могут быть мобилизованы на финансовом рынке. Формами их мобилизации являются; продажа акций, облигаций и других видов денных бумаг, выпускаемых данным предприятием, кредитные инвестиции. Использование финансовых ресурсов осуществляется розничным торговым предприятием по многим направлениям, главными из которых являются:

* платежи органам финансово-банковской системы. Сюда относятся: налоговые платежи в бюджет, уплата процентов банкам за пользование кредитами, погашение взятых ранее ссуд, страховые платежи и т.д.;
* инвестирование собственных средств в капитальные затраты (реинвестирование), связанное с расширением производства и техническим его обновлением, переходом на новые прогрессивные технологии и т.д.;
* инвестирование финансовых ресурсов в ценные бумаги, приобретаемые на рынке;
* направление финансовых ресурсов наг образование денежных фондов поощрительного и социального характера;
* использование финансовых ресурсов на благотворительные цели, спонсорство и т.п.

Прибыль является основным источником средств динамично развивающегося торгового предприятия. В балансе она присутствует в явном виде как «прибыль отчетного года» и «неиспользованная прибыль прошлых лет», а также в завуалированном виде – как созданные за счет прибыли фонды и резервы. В условиях рыночной экономики величина прибыли зависит от многих факторов, основным из которых является соотношение доходов и расходов[[13]](#footnote-13). Вместе с тем в действующих нормативных документах заложена возможность определенного регулирования прибыли руководством предприятия. К числу таких регулирующих процедур относятся:

* варьирование границей отнесения активов к основным средствам;
* ускоренная амортизация основных средств;
* применяемая методика амортизации малоценных и быстроизнашивающихся предметов;
* порядок оценки и амортизации нематериальных активов;
* порядок оценки вкладов участников в уставный капитал;
* выбор метода оценки производственных запасов;
* порядок учета процентов по кредитам банков, используемых на финансирование капитальных вложений;
* порядок создания резерва по сомнительным долгам;
* порядок отнесения на себестоимость реализованной продукции отдельных видов расходов;
* состав накладных расходов и способ их распределения. Прибыль – основной источник формирования резервного капитала (фонда). Этот капитал предназначен для возмещения непредвиденных потерь и возможных убытков от хозяйственной деятельности, т.е. является страховым по своей природе. Порядок формирования резервного капитала определяется нормативными документами, регулирующими деятельность предприятия данного типа, а также его уставными документами.

Добавочный капитал как источник средств предприятия образуется, как правило, в результате переоценки основных средств и других материальных ценностей. Нормативными документами запрещается использование его на цели потребления.

Специфическим источником средств являются фонды специального назначения и целевого финансирования: безвозмездно полученные ценности, а также безвозвратные и возвратные государственные ассигнования на финансирование неторговогой деятельности, связанной с содержанием объектов социально-культурного и коммунально-бытового назначения, и др.

* 1. **Характеристика и принципы организации финансовых отношений розничного предприятия**

Финансовые отношения включают денежные отношения, возникающие в процессе розничной торговли продовольственными запасами между предприятиями торговли и конечными потребителями.

На предприятии розничной торговли финансы используются для следующих экономических взаимоотношений:

- отношения между торговым предприятием и другими предприятиями, в ходе выполняемой финансово-хозяйственной деятельности. К финансовым отношениям не относятся отношения купли-продажи, обмена и т.п., а относится, например, применение финансовых санкций за невыполнение условий договора (контракта), обеспечение самого процесса купли-продажи или инвестиционная деятельность предприятия.

- между торговыми предприятиями и подразделениями, входящими в его состав. Такие отношения зависят от структуры предприятия и финансового взаимодействия, между подразделениями, имеющими самостоятельные балансы и счета. Эти отношения возникают в связи с формированием уставного фонда, перераспределением оборотных средств и прибыли, уплатой налогов и др.;

- между торговыми предприятиями и сотрудниками по поводу выплаты заработной платы;

- между торговыми предприятием и государственным бюджетом по поводу уплаты налогов, получения льгот, целевого финансирования, государственных кредитов в различных формах и т.д.;

- между торговыми предприятием и кредитными организациями, по поводу получения и возврата денежных средств;

- между торговыми предприятиями и инвестиционными институтами по поводу формирования и использования свободных денежных ресурсов (инвестиционные фонды, пенсионные фонды и т.д.);

- между торговыми предприятием и вышестоящими органами (холдинги, концерны) по поводу перелива капитала;

- между торговыми предприятием и собственниками, акционерами по поводу выплат доходов, дивидендов.

Финансовые отношения организации носят стоимостный характер и всегда связаны с движением денежных средств либо к предприятию, либо от предприятия, либо внутри предприятия. В результате финансовых отношений предприятия формируются и используются его капитал, доходы и фонды денежных средств[[14]](#footnote-14). Финансовые отношения коммерческих предприятий строятся на определенных принципах, связанных с основами хозяйственной деятельности. Традиционно к основным принципам организации финансовых отношений относят:

* самостоятельность хозяйственной деятельности;
* самоокупаемость и самофинансирование;
* заинтересованность в результатах деятельности;
* принцип материальной ответственности;
* принцип обеспечения финансовых резервов.

Принцип хозяйственной самостоятельности предполагает, что предприятие самостоятельно принимает решение по поводу целей, видов, перспектив и методов своей производственно-хозяйственной деятельности. Однако, о полной хозяйственной самостоятельности предприятий говорить нельзя. Предоставив организациям юридическую и экономическую самостоятельность, государство оставило за собой право регулирования деятельности предприятий с помощью огромного количества законодательных, нормативных актов и инструкций.

Самоокупаемость означает, что средства, вкладываемые в предприятие, должны окупиться. Отличительной чертой этого принципа является обычно простое воспроизводство. Содержание принципа самофинансирования заключается в том, что после уплаты всех налогов и других обязательных платежей из прибыли в распоряжении коммерческой организации остаются средства, обеспечивающие расширенное воспроизводство.

Заинтересованность в результатах труда вытекает из возможности предприятия самостоятельно устанавливать размер оплаты труда и системы материального поощрения своим работникам, самостоятельно определять долю чистой прибыли, распределяемую между собственниками.

Принцип материальной ответственности означает наличие определенной системы ответственности предприятия, его собственников и работников за ведение и результаты хозяйственной деятельности. В соответствии с российским законодательством предприятия отвечают по своим обязательствам всем своим имуществом, несут материальную ответственность за нарушение договорных, кредитных, расчетных и налоговых обязательств, за продажу товаров, которые причиняют вред здоровью граждан.

Принцип обеспечения финансовых резервов указывает на целесообразность формирования денежных резервов предприятия для уменьшения риска возникновения финансовых проблем при возможных колебаниях рыночной конъюнктуры. В акционерных обществах финансовые резервы формируются в законодательном порядке из чистой прибыли. Предприятия других организационно-правовых форм создают резервы в соответствии с самостоятельно разработанными учредительными документами. Необходимо отметить, что денежные средства, направляемые в финансовый резерв, не изымаются из оборота, но должны храниться в ликвидной форме.

**Заключение**

Розничная торговля как вид хозяйственной деятельности представляет собой процесс реализации конечному потребителю товаров, приобретенных с целью последующей перепродажи. Розничная торговля – это торговля продовольственными и непродовольственными товарами поштучно или в небольшом количестве для личного (некоммерческого) использования потребителя. Осуществляется деятельность по реализации товаров и услуг конечным покупателям.

В розничную торговлю продовольственные запасы для перепродажи поступают от производственных организаций – изготовителей товаров и оптовых организаций торговли, ведущих торговлю со складов.

Товары, поступающие в розничную сеть должны иметь сопроводительные документы (счета-фактуры, товарно-транспортные накладные, накладные и так далее), предусмотренные условиями поставки, а также правилами перевозки грузов. Порядок поступления и правила приемки товаров в розничной и оптовой торговле практически одинаковые. Розничные торговые предприятия продовольственные запасы, как правило, доставляются от поставщика автомобильным транспортом. В этом случае движение продовольственных товаров от поставщика к розничному продавцу оформляется товарно-транспортной накладной, которая состоит из двух разделов – товарного и транспортного.

Финансы предприятий розничной торговли продовольственными товарами – это совокупность денежных отношений, связанных с формированием и использованием денежных средств данных хозяйствующих субъектов. При этом денежные средства чаще всего выступают в форме денег.

Финансы предприятий являются основой финансовой системы России, так как именно они непосредственно участвуют в процессе материального производства. При участии финансов торговых предприятий создается и первично распределяется валовой внутренний продукт. Поэтому, прежде всего от состояния финансов торговых предприятий зависит обеспеченность централизованных в рамках государства денежных фондов финансовыми ресурсами, а также активность банковской и страховой деятельности.

Финансы занимают особое место в экономических отношениях. Их специфика проявляется в том, что они всегда выступают в денежной форме, имеют распределительный характер и отражают формирование и использование различных видов доходов и накоплений субъектов хозяйственной деятельности сферы материального производства, государства и участников непроизводственной сферы.

Финансовые ресурсы торгового предприятия продовольственными запасами – это все источники денежных средств, аккумулируемые предприятием для формирования необходимых ему активов в целях осуществления торгового вида деятельности как за счет собственных доходов, накоплений и капитала, так и за счет различного вида поступлений. Управление финансами – это в значительной степени искусство, зависящее от исполнителя, его умения быстро принимать решения в условиях неопределенности.

**Список использованной литературы**

Бузов. Б. А. Управление качеством продукции: технический регламент, стандартизация и сертификация. – М.: Академия, 2008. – 415 c.

Варли Р., Рафик М. Основы управления розничной торговлей: Пер. с англ. – М.: ИД Гребенникова, 2007. – 365 c.

1. Волков О.И., Девяткин О.В. Экономика предприятия (фирмы). – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
2. Голубкина Т.С., Никифорова Н.С. Розничная торговля продовольственными товарами. Товароведение и технология. – М.: Academia, 2007. – 496 с.

Егоров В. Организация торговли. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – 355 c.

1. Матеуш Т. Экономика фирмы. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 365 с.

Мильруд Е. Бухгалтерский учет товарных операций в розничной торговле. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – 452 c.

Невешкина Е.В., Соснаускене О.И., Шредер Е.Г. Бухгалтерский учет в торговле. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2008. – 371 c.

Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в розничной торговле. – М.: А-Приор, 2008. – 269 c.

1. Остапенко В. Финансы предприятия: Учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2008. – 367 с.
2. Платонова Н.А. Планирование деятельности предприятия. – М.: ДиС, 2008. – 526 с.
3. Сенина Н. Повышение качества обслуживания покупателей – важнейшее направление деятельности персонала в розничной торговле // Управление персоналом. – 2007. – № 8. – С. 51-55.
4. Солодов А.К. Финансовый менеджмент: существенность в аудите и степень достоверности информации // Аудиторские ведомости. – 2009. – № 2. – С. 48.
5. Тумасова В.И. Переход на новый уровень финансового менеджмента. – М.: ИНФРА-М, 2010. – С. 32.
6. Финансы предприятий: Учеб. пособие / Под ред. Р.Г. Поповой, И.Н. Самоновой, И.И. Добросердовой. – СПб: Питер, 2009. – 365 с.
7. Финансы: учебник / Под ред. В.В. Ковалева. – М.: ООО «ТК Велби», 2009. – 512 с.
8. Финансы: Учебник для вузов / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской, Б.М. Сабанти. – М.: Юрайт-М, 2008. – 429 с.
9. Шевчук Д. Корпоративные финансы // Финансовая газета. – 2008. – № 7. – С. 51-56.

1. Невешкина Е.В., Соснаускене О.И., Шредер Е.Г. Бухгалтерский учет в торговле. Практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2008. С.177. [↑](#footnote-ref-1)
2. Голубкина Т.С., Никифорова Н.С., Новикова А.М. Розничная торговля продовольственными товарами. – М.: Академия, 2007. – С.46. [↑](#footnote-ref-2)
3. Варли Р., Рафик М. Основы управления розничной торговлей: Пер. с англ. – М.: ИД Гребенникова, 2007. – С.71. [↑](#footnote-ref-3)
4. Мильруд Е. Бухгалтерский учет товарных операций в розничной торговле. – М.: Эксмо-Пресс, 2007. – С.231. [↑](#footnote-ref-4)
5. Егоров В. Организация торговли. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – С.67. [↑](#footnote-ref-5)
6. Сенина Н. Повышение качества обслуживания покупателей – важнейшее направление деятельности персонала в розничной торговле // Управление персоналом. – 2007. – № 8. – С.52. [↑](#footnote-ref-6)
7. Бузов. Б. А. Управление качеством продукции: технический регламент, стандартизация и сертификация. – М.: Академия, 2008. – С.63. [↑](#footnote-ref-7)
8. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в розничной торговле. – М.: А-Приор, 2008. – С.32. [↑](#footnote-ref-8)
9. Голубкина Т.С., Никифорова Н.С., Новикова А.М. Розничная торговля продовольственными товарами. – М.: Академия, 2007. – С.12. [↑](#footnote-ref-9)
10. Финансы предприятий: Учеб. пособие / Под ред. Р.Г. Поповой, И.Н. Самоновой, И.И. Добросердовой. – СПб: Питер, 2009. – С. 11. [↑](#footnote-ref-10)
11. Финансы: Учебник для вузов / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской, Б.М. Сабанти. – М.: Юрайт-М, 2008. – С. 126. [↑](#footnote-ref-11)
12. Остапенко В. Финансы предприятия: Учебное пособие. – М.: Омега-Л, 2008. – С. 85. [↑](#footnote-ref-12)
13. Шевчук Д. Корпоративные финансы // Финансовая газета. – 2008. – № 7. – С. 52. [↑](#footnote-ref-13)
14. Финансы предприятий: Учеб. пособие / Под ред. Р.Г. Поповой, И.Н. Самоновой, И.И. Добросердовой. – СПб: Питер, 2009. – С. 27. [↑](#footnote-ref-14)