

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В КРЕДИТ И ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ ПРОДАВЦА

На сегодняшний день розничная торговля может осуществляться в различных формах. Одной из таких форм является реализация товаров в кредит. Данное явление очень распространено на потребительском рынке и удобно как покупателям, так и продавцам. Покупатель имеет возможность приобрести дорогостоящий товар длительного пользования сразу, а его стоимость выплачивать в течение нескольких месяцев или лет, а розничные организации могут привлечь большее число платежеспособного населения и, соответственно, увеличить объем продаж.

Организовать продажу товаров в кредит торговая фирма может двумя способами — самостоятельно и с привлечением банка. В первом случае отношения между торговой организацией и покупателем строятся на основании договора купли-продажи, в котором предусматривается, что оплата товара производится покупателем либо через определенное время после его передачи, либо в рассрочку. Во втором случае торговой фирме необходимо заключить два договора — один с банком, а второй с покупателем. При такой форме кредитования торговая организация сразу же получает деньги за проданный товар — часть от покупателя, так называемый первоначальный взнос, а оставшуюся сумму доплачивает банк, с которым в дальнейшем покупатель самостоятельно рассчитывается за предоставленный кредит [1].

Основным нормативным документом, который регулирует вопросы продажи товаров в кредит в розничной торговле, является Инструкция о порядке продажи товаров в кредит, утвержденная приказом Министерства торговли Республики Беларусь от 29.04.1996 г. № 36 (в редакции от 08.11.2007 г.).

Предоставляя покупателям кредит (отсрочку) или рассрочку оплаты товара, продавец принимает на себя определенные риски. Самый первый из них заключается в том, что покупатель может не оплатить приобретенный товар. Защищая интересы продавца, Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает, что с момента передачи товара покупателю и до его оплаты товар, проданный в кредит, признается находящимся в залоге у продавца для обеспечения исполнения покупателем его обязанности по оплате товара. Второй значительный риск — продажа товаров в кредит производится по ценам, действующим на момент продажи. Последующее изменение цен на проданные в кредит товары не влечет за собой перерасчета [2]. Сегодня вариант продажи това-

ров в кредит с привлечением банков используется чаще. При такой форме кредитования торговая организация может значительно сэкономить на банковской комиссии, что и является достаточно привлекательным.

Таким образом, в условиях жесткой конкуренции для торговых организаций кредит является одним из основных приемов для увеличения объема продаваемых товаров и привлечения новых потенциальных покупателей. Использование такой формы розничной торговли в какой-то степени также позволяет снизить социальную напряженность в стране.

Источники

1. Синтетический учет операций по продаже товаров в кредит [Электронный ресурс] // Poisk.ru. — Режим доступа: <https://poisk.ru.ru/s48139t5.html>.

2. Кредит или рассрочка при розничной торговле [Электронный ресурс] // Юридические фирмы, юристы, адвокаты Минска и всей Беларуси. — Режим доступа: <http://www.jurcatalog.by/articles/18786/kredit-ili-rassrochka-pri-roznicnoy-torgovle#>.

А.Н. Бурма
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «ВИТЕБСКАЯ БРОЙЛЕРНАЯ ПТИЦЕФАБРИКА»)

Основной задачей современного предприятия является создание конкурентоспособного производства, обеспечивающего успешную реализацию продукции на внутреннем и внешнем рынках сбыта. Одним из главных показателей конкурентоспособности предприятия является его экспортная составляющая. Актуальность разрабатываемой темы в том, что в условиях усиления международной конкуренции для предприятия важнейшей задачей становятся управление экспортной деятельностью, оценка и создание его экспортного потенциала, анализ факторов, определяющих возможности расширения и повышения эффективности экспорта. Целью данного исследования является оценка перспектив развития экспортной деятельности ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика», а также разработка и предложение мер по ее совершенствованию для дальнейшего эффективного развития предприятия.