

Сметанко Александр Васильевич

д-р экон. наук, заведующий кафедрой

Романько Ирина Игоревна

студентка

Институт экономики и управления СП

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет им. В.И. Вернадского»

г. Симферополь, Республика Крым

DOI 10.21661/r-468804

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ

Аннотация: в данной статье рассматривается отражение расходов на продажу в финансовой отчетности организации. Описана методология признания расходов на продажу и их дальнейшее списание на соответствующие счета.

Ключевые слова: расходы на продажу, бухгалтерский учет, финансовая отчетность, признание расходов, отражение расходов.

Расходы на продажу – это текущие затраты живого труда, выраженные в денежной форме, приводящие реализацию и доведения товаров потребителям. Они являются необходимостью заработной платы сотрудников, хранения и транспортировки, а также подготовки товаров к продаже. Затраты необходимы для управления организациями, занимающимися торговлей, а также для ведения бухгалтерского учёта. Целью является изучение правильного отображения в отчётности организации расходов на продажу, а также грамотное признание и списание данных затрат.

Текущие затраты авансируются каждый год как в натуральной форме, так и по стоимости. По товарам личного потребления затраты возмещаются, в основном, за счёт торговых и оптовых скидок, а также они приходятся на розничную и оптовую торговлю. Определенную долю оплачивает промышленность. Например, расходы на сбыт, стоимость тары в доле, которая включается в оптовую цену промышленных организаций, а также транспортные расходы.

Начиная от производства, когда в себестоимость входят расходы на сбыт, заканчивая розничной продажей, когда в цене отображаются затраты розничной и оптовой торговли, расходы на продажу учитываются на всех стадиях ценообразования.

При переходе к рыночной экономике себестоимость для организации стала иметь важнейшую роль. С точки зрения социальных и экономических позиций, значение уменьшения себестоимости для организации состоит в следующем:

1) в улучшении финансового состояния организации и уменьшение риска банкротства;

2) в возникновении стимулирующей возможности для материального обеспечения сотрудников организации и решения большинства социальных проблем персонала организации;

3) в уменьшении себестоимости в АО, являющейся хорошим условием для повышения ставки и выплаты дивидендов учредителям.

4) в вероятности снижения цены на продажу на свою продукцию, позволяющей значительно увеличить количество продаж и конкурентоспособность продукции;

5) в увеличении прибыли, которая остаётся в распоряжении организации, а значит, в возникновении вероятности в расширенном производстве.

В соответствии с ПБУ 10/99 расходами организации является снижение экономических выгод вследствие выбытия активов и появления обязательств, которые приводят к уменьшению собственников имущества.

Расходами признаются благодаря выполнению следующих условий:

1) сумма затрат может быть определена;

2) затраты производятся согласно требований нормативно-правовых и законодательных актов, а также с конкретным договором;

3) имеется чёткая уверенность в том, что в результате определённой операции произойдет снижение экономических выгод организации.

Расходы, связанные с продажей продукции, выполнением работ относят к расходам на продажу, оплачиваемым поставщиками.

Производственная себестоимость с расходами на продажу вместе образуют полную себестоимость проданной продукции.

В состав расходов на продажу в организациях, которые осуществляют производственную деятельность, включают:

- затраты на транспортировку продукции;
- затраты на тару и упаковку изделий на складах готовой продукции;
- комиссионные сборы и отчисления, уплачиваемые сбытовым и организациям-посредникам согласно договоров;
- затраты на рекламу, которые включают расходы на объявления в печати и по телевидению, проспекты, каталоги и др. аналогичные затраты;
- прочие расходы на сбыт.

Для учёта издержек обращения необходимо руководствоваться Методическими рекомендациями по бухгалтерскому учету расходов и финансовых результатов в организациях торговли и общественного питания, утвержденными Роскомторгом и Минфином России 20.04.1995 №1–550/32–2 (далее – Методические рекомендации). Методические рекомендации устанавливают общую учётную номенклатуру статей издержек производства и обращения для данных организаций, а также правильность порядка формирования финансовых результатов. Данные рекомендации применяются в торговых организациях вне зависимости от форм собственности. Организации иных видов деятельности, которые имеют в своем подразделении торговые отделы, также могут применять данные Методические рекомендации для бухгалтерского учёта издержек обращения.

Изучая особенности учёта расходов, можно сказать, что любая организация сама выбирает методику аналитического учёта. При этом, могут использоваться многографные ведомости или карты, в которых результат в каждой графе сумм показывает размер произведенных расходов. В каждой отдельной итоговой графе отражается общая сумма издержек, равная данным на синтетическом счете 44 «Расходы на продажу», субсчет «Издержки обращения». Однако, бывает ситуации, когда аналитический учет ведется по статьям издержек обращения, а внутри – по структурным подразделениям.

Согласно ПБУ 5/01 «Учет МПЗ» расходы по доставке и заготовке товарной продукции к моменту их передачи в продажу торговой организации включаются в состав обращения, а также в фактическую себестоимость купленных за определенную плату товаров.

При втором случае, данные затраты относятся на счет 41 «Товары», а при первом – на счет 44 «Расходы на продажу». Любой из случаев должен закрепляться в учётной политике.

После закрытия расчётного месяца, расходы на продажу списывают на себестоимость проданной товарной продукции. Они могут списываться прямым путём на отдельные виды товара, а также по количеству проданного товара, по оптовым ценам, пропорционально себестоимость и др. способом.

Списание расходов на продажу отражается следующей проводкой: Дт 90 «Продажи» – Кт 44 «Расходы на продажу».

Если в расчётном месяце будет продана только часть продукции, то сумму расходов на продажу необходимо распределить между проданной и непроданной товарной продукцией пропорционально их себестоимости или по другому способу.

В бухгалтерском учёте списание расходов на продажу происходит 2 способами: по истечении расчётного периода данные расходы списываются на счет 90; по истечении расчётного периода затраты на транспортировку распределяются между остатком товаров на складе и проданными товарами, оставшиеся относят на себестоимость. Вероятность применения одного из приведённых способов регламентируется п. 9 ПБУ 10/99.

Дебет счета 44 «Расходы на продажу» равен сумме издержек обращения, приходящихся на остаток товаров, не проданных на конец расчётного периода, отражается по статье «Затраты в НЗП (издержках обращения)». В конце месяца эти суммы издержек обращения списываются полностью и частично в дебет счета 90 «Продажи».

Проанализировав отражение в бухгалтерском учёте расходов на продажу результатом исследования стала следующая информация – после закрытия

каждого расчётного месяца расходы на продажу списываются на себестоимость проданной продукции. Данное списание расходов на продажу отражается в бухгалтерском учете следующей проводкой: Дт 90 «Продажи» – Кт 44 «Расходы на продажу». Далее данные расходы переносятся в финансовую отчетность, а именно в отчет о финансовых результатах в строку «2120» Себестоимость продаж.

Список литературы

1. Анциферова И.В. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник / И.В. Анциферова. – М.: Дашков и К, 2015. – 553 с.
2. Сацук Т.П. Бухгалтерский финансовый учет и отчетность [Текст]: Учеб. пособие / Т.П. Сацук, И.А. Полякова, О.С. Ростовцева. – М.: Кнорус, 2016. – С. 16.
3. Финансовый учет: Учебник / Под ред. В.Г. Гетьмана. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 816 с.
4. Федеральный закон «О бухгалтерском учёте» (с изм. и доп.) от 06.12.2011 №402-ФЗ (ред. от 28.12.2013).