

*Белозерцева И.Б.,
кандидат экономических наук, доцент
доцент кафедры «Кафедра информационно-аналитического
обеспечения и бухгалтерского учета»*

*Квитко С.А.
студентка 3 курс
факультет «Корпоративная экономика и
предпринимательство»
Новосибирский государственный университет
экономики и управления «НИИХ»
Россия, г. Новосибирск*

МЕТОДОЛОГИЯ РАСЧЕТОВ РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ

***Аннотация:** В статье изучается понятие расходов на продажу, рассматриваются этапы анализа расходов на продажу, а также анализируются методы расчетов расходов на продажу, которые используются на современных торговых предприятиях.*

***Ключевые слова:** товародвижение, продажи, расходы на продажу, методы анализа, анализ расходов на продажу, финансовый результат.*

***Annotation:** The article studies the concept of sales costs, considers the stages of analysis of sales costs, and analyzes the methods of calculation of sales costs, which are used in modern trading enterprises.*

***Keywords:** commodity movement, sales, expenses for sale, methods of analysis, analysis of expenses for sale, financial result.*

Процессы товародвижения в торговых предприятиях нуждаются в учетно-аналитическом обеспечении. Обеспечение таких процессов, во-первых, состоит из наличия и перехода прав собственности на данные товары, а во-вторых – из

учета расходов на продажу данных товаров. Расходы на продажу товаров являются одними из важнейших расходов в общем объеме расходов предприятия. Именно данный вид расходов участвует в формировании прибыли или убытка организации [3].

Расходы на продажу товаров – это те расходы, которые предприятие несет при продаже товаров, работ или услуг. Порядок учета расходов на продажу определен в Положении по бухгалтерскому учету «Расходы организации». Для учета данного вида расходов в инструкции по применению плана счетов бухгалтерского учета выделен счет 44 «Расходы на продажу» [1]. На данном счете обобщается вся информация о расходах, которые связаны с продажей товаров, работ или услуг. Отметим, также, что расходы на продажу товаров – это условно-постоянные расходы, т.к. данный вид расходов изменяется незначительно в зависимости от изменения объема продаж.

Расходы на продажу меняются в зависимости от сферы деятельности предприятия и условий реализации товаров (работ, услуг). На рисунке 1 представлены основные виды расходов на продажу товаров (работ, услуг).

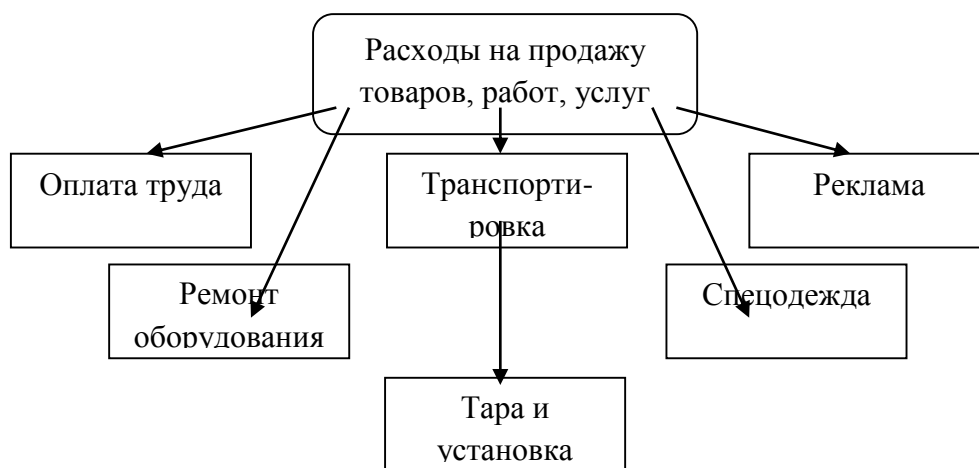


Рисунок 1 – Виды расходов на продажу товаров (работ, услуг)

Таким образом, к расходам на продажу товаров (работ, услуг) относятся следующие виды расходов: расходы на оплату труда, расходы на ремонт оборудования, транспортные расходы, расходы на спецодежду, расходы на рекламу, расходы на тару и упаковку товаров.

Определение направлений оптимизации расходов на продажу является основной целью анализа расходов в торговых предприятиях. Анализ расходов на продажу позволяет решать следующие задачи [3]:

- проанализировать структуру расходов на продажу;
- определить варианты снижения расходов;
- выбрать более рентабельные направления деятельности предприятия;
- определить стратегию дальнейшего развития предприятия, с учетом снижения расходов на продажу.

Далее рассмотрим в какой последовательности проходит анализ расходов на продажу

На рисунке 2 приведены основные этапы анализа расходов на продажу торговых организаций.

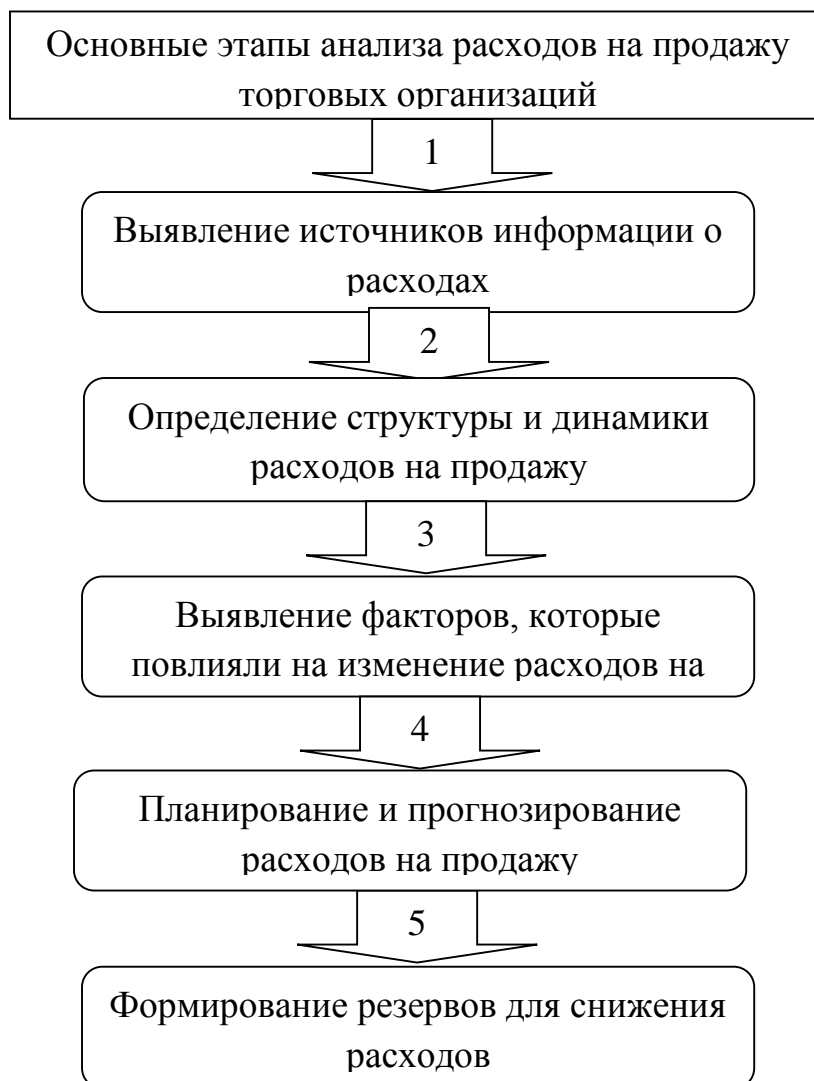


Рисунок 2 - Основные этапы анализа расходов на продажу торговых организаций

После того, как рассмотрены основные этапы расходов на продажу, рассмотрим методы расчетов расходов на продажу товаров (работ, услуг) предприятия.

Существует несколько методов расчетов расходов на продажу (рисунок 3).

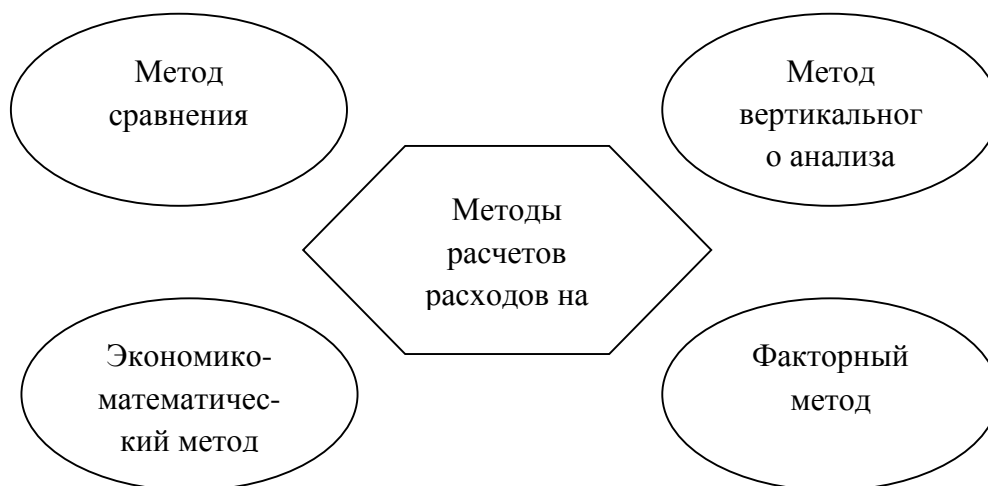


Рисунок 3 – Методы расчетов расходов на продажу

Рассмотрим представленные на рисунке 3 методы расчетов расходов на продажу более подробно [4].

1. Метод сравнения.

Метод основан на выявлении динамики расходов за определенные периоды времени. При использовании метода сравнения производится расчет абсолютного и относительного изменения.

2. Метод вертикального анализа.

При использовании этого метода исследуется структура расходов на продажу, а также определяется какую долю занимают расходы на продажу в выручке предприятия.

3. Экономико-математический метод.

При использовании данного метода проводится анализ корреляционной зависимости расходов и других показателей.

4. Факторный метод.

Проводится анализ и оценивается уровень влияния на расходы различных причин и явлений

Таким образом, для эффективного анализа расходов на продажи предприятия, важно применять все методы в совокупности.

Список использованной литературы

1. Приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. N 33н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Расходы организации" ПБУ 10/99" (с изменениями и дополнениями)
2. Ковгунова В.А. Особенности учета товаров и расходов на продажу в торговых организациях [Текст]// Электронный журнал «Вектор экономики» №2, 2019. URL: <http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/2/accounting/Kovgunova.pdf> (дата обращения: 16.11.2019)
3. Махмутова Э.М. Бухгалтерский финансовый учет расходов на продажу в производственных и торговых организациях [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — С. 63-65. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/132/7250/> (дата обращения: 16.11.2019).
4. Шварц Э.С., Шварц М.Р., Дедова О.В. Некоторые особенности учета торговых операций // Экономика и предпринимательство. 2016. No 6 (71). С. 983-989.