регулирования и оформления любых транзакций между национальными и иностранными юридическими лицами.

В случае «легализации» филиалов, судя по опыту других развивающихся стран и стран с переходной экономикой, некоторые из уже существующих в России дочерних иностранных банков могли бы со временем перерегистрироваться. Создать новый филиал могут пожелать те из лидеров мирового банковского бизнеса, которые пока присматривались к российскому рынку, но не обозначали прямого присутствия, в том числе и потому, что их не устраивала форма дочернего учреждения. Возможен интерес со стороны иностранных банков, специализирующихся на розничном банковском бизнесе и потребительском кредитовании. На рынке пока мало представлены небольшие по мировым масштабам региональные европейские банки, которые проявили себя как первопроходцы рынков Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европы.

Таким образом, можно сделать вывод, что банки интегрируются в МФС благодаря проведению банковских операций, предполагающих вступление банка в экономические отношения с участниками МФС по поручению клиента и в пользу последнего.

Следовательно, международные банки, выходя за национальные границы, преследуют главную цель – удовлетворить своего клиента как на уровне отдельного физического лица, предприятия и страны в целом, получить прибыль и повысить престиж банка за рубежом.

Литература

1. Авраменко Ю. Совместные формы в международной банковской деятельности / Ю. Авраменко // Экономист. – 2006. – №4. – С. 58–65.
2. Банковское дело : управление и технологии / под ред. А. М. Тавасиева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
3. Верников А. Дочки страшные и не очень / А. Верников // Эксперт. – 2004. – № 46. – С.15–18.
4. Епишева И. Транснациональные банки : новые возможности для бизнеса в России / И. Епишева // Банковское дело. – 2001. – №7. – С. 27–31.
5. Радковская Н. Глобализация как новая тенденция развития банковского бизнеса / Н. Радковская // Финансы и кредит. – 2006. – № 3. – С. 12–15.
6. URL: www.expert.ru

Солодова Светлана Викторовна
к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита
Волгоградского государственного университета
E-mail: meon_nauka@mail.ru

Современные подходы к проведению анализа затрат в торговых организациях
Contemporary Approaches to Making Analysis of the Expenses in Trade Organizations

В статье освещаются вопросы проведения анализа затрат в торговых организациях. Исследуется проблема разделения затрат по отношению к товарообороту торговой организации. В основе предложений, высказанных автором, лежит идея предварительной оценки доходности закупаемых партий товара.

The paper discusses some questions on making analysis of the expenses in trade organizations. The paper presents the cost sharing problem towards the commercial exchange of a trade organization. In the presentation, the author proposes the idea of preliminary estimation of buyout returns.

Ключевые слова: анализ затрат, издержки обращения, закупки товаров, элементы затрат, торговое предприятие.

Основное требование коммерческой деятельности – рациональное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов вызывает необходимость тщательного учета и анализа расходов.

Учебная, методическая литература рассматривает анализ только издержек обращения. Мы в своей работе будем рассматривать возможность анализа затрат розничного торгового предприятия в целом. Охват анализом всех возможных видов затрат торговой организации более широко увидеть картину хозяйственной деятельности организации.

Проведение анализа затрат торговой организации должно решить следующие задачи:

– оценка изменения затрат в сравнении с прошлым периодом, как в общей сумме, так и по структуре;

– выявление экономии или перерасхода средств в целом и по отдельным видам и статьям затрат;

– изучение влияния факторов на уровень затрат в целом и по отдельным элементам;

– изыскание резервов снижения затрат при условии сохранения или улучшения качественных и количественных показателей коммерческой деятельности.

Для формирования методики анализа затрат за основу можно взять существующий порядок анализа издержек обращения.

Анализ издержек может осуществляться по статьям, элементам, товарным группам и наименованиям. По группам расходов, разделяемым по отношению к товарообороту (переменные, постоянные) и другим классификационным группам.

По отношению к товарообороту издержки обращения подразделяются на переменные и постоянные. Деление издержек на переменные и постоянные связано с тем, что статьи и элементы затрат зависят от объема товарооборота не одинаково, т.е. увеличение товарооборота может способствовать повышению величины переменных издержек, а уменьшение – снижению. Увеличение или уменьшение суммы постоянных расходов, как правило, не связано с изменением объема реализации[1].

Вся методическая литература по анализу издержек обращения в основу анализа, как правило, исходит из деления издержек на переменные и постоянные.

Были предложения и в учете разделить переменные и постоянные издержки путем учета их по отдельным статьям издержек. Соглашаясь в принципе с необходимостью разделения в учете затрат по обычным видам деятельности на постоянные и переменные, мы не поддерживаем идею подобного разделения статей затрат. С нашей точки зрения, деление издержек на постоянные и переменные весьма условно, так как в различных ситуациях переменные затраты могут стать постоянными, а постоянные – переменными. Поэтому право определять отношение каждого вида затрат по обычным видам деятельности к постоянным или переменным имеет смысл предоставить самим организациям.

Необходимо заметить, что многие авторы признают, что полного абстрагирования сумм издержек от товарооборота вообще невозможно и издержки делят на условно-переменные и условно-постоянные[2] или на зависящие и мало зависящие от товарооборота издержки[3].

С позиции анализа считаем наиболее новаторским деление издержек не на две, а на три группы:

– постоянные;

– переменные;

– полупеременные.

---

[1] Карпова Т. П. Управленческий учет : учебник для вузов / Т. П. Карпова. – М. : ЮНИТИ, 2002. – С. 330.

[2] Колесова И. В. Роль экономического и финансового анализа на предприятии. / И. В. Колесова. // Российское предпринимательство : решение организационных, управленческих, инженерно-экономических, правовых, финансовых и других вопросов российского бизнеса : сборник научных статей / ВФ МГУК ; под ред. В. И. Копылова. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2001. – С. 234–237.

[3] Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет : учебное пособие для переподготовки и повышения квалификации бухгалтеров / Н. П. Кондраков. – М. : ИНФРА-М, 2003. – С. 68; Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет : учебное пособие для переподготовки и повышения квалификации бухгалтеров / Н. П. Кондраков. – М. : ИНФРА-М, 2003. – С. 68.

Ниже изложим основные положения о подразделении издержек на указанные выше группы.

Постоянные издержки не зависят от изменения объема товарооборота. К ним можно отнести следующие виды расходов: арендная плата, амортизация зданий, оборудования, земельный налог, госпошлина на регистрацию предприятия, лицензионные сборы, сборы на содержание милиции, и др. Постоянные издержки снижаются на единицу продукции в связи с ростом объема производства. В торговле полученные издержки соотносят в первую очередь с товарооборотом.

М. С. Абрютина предлагает в первую очередь соотносить издержки с реализованным торговым наложением (реализованной торговой наценкой), 1 рубль которого исходя из положений, выдвинутых М. С. Абрютиной предполагается единицей продукции в торговле. Мы не можем полностью согласиться с выдвинутым утверждением. Торговая наценка, сделанная торговым предприятием, – это сумма, взимаемая с покупателя товара для покрытия всех расходов торгового предприятия и формирования дохода. Если провести аналогию с промышленным предприятием, то соответствующей суммой будет сумма добавленной стоимости, произведенная данным предприятием. Однако единицей продукции считается 1 рубль готового продукта, а не только добавленной стоимости. Следовательно, в торговле единицей произведенной продукции следует считать 1 рубль товарооборота. Однако необходимо заметить, что показатели, исчисляемые в сопоставлении не с товарооборотом, а с реализованным наложением также представляют интерес в процессе проведения анализа. В совокупности с показателями, рассчитанными исходя из объема товарооборота, они позволяют более глубоко проанализировать изменения, происходящие в организации, более точно определить причины изменений издержек. Рассмотрим, как соотносятся между собой одни из основных показателей деятельности торговых организаций при изменении каждой из выделенных трех групп издержек.

Постоянные издержки снижаются на 1 рубль товарооборота, т.е. при росте товарооборота наблюдается снижение уровня постоянных издержек. Возможно также соотнесение постоянных издержек с размером реализованной торговой наценки (реализованным наложением). На 1 рубль реализованного наложения постоянные издержки снижаются быстрее или медленнее, чем на 1 рубль товарооборота в зависимости от соотношения темпов роста товарооборота и торговой наценки.

Переменные издержки зависят от объема производства (деятельности), так как органически связаны с производством единицы изделия, услуг. В торговле к переменным издержкам относятся расходы, связанные с подработкой, сортировкой, упаковкой, хранением, отпуском товаров, а также потери товарно-материальных ценностей в пути и при хранении, определяемые по нормам убыли.

М. С. Абрютина в своей работе предусматривает возможность проведения анализа как чистых издержек, так и полных издержек. Во втором случае в состав издержек включается главный компонент прямых затрат в выручке от реализации единицы товара – покупная стоимость самого товара.

При изменении объема товарооборота объем переменных издержек должен изменяться прямо пропорционально. Если предположить, что при этом не изменяются закупочные цены на товары, то также прямо пропорционально издержки должны изменяться относительно реализованного наложения. Фактически изменения не всегда прямо пропорциональны. Объем товарооборота мы измеряем в денежном выражении. Однако издержки в основном зависят не от суммы продажи, а от физического объема продаж, таким образом, при резком увеличении цен на товары, денежный объем товарооборота сохраниться, а физический объем товарооборота уменьшится, соответственно уменьшится и сумма переменных издержек. В то же время при росте цен на товары, безусловно, увеличится и стоимость услуг, которые «покупает» торговое предприятие и которые включаются в сумму издержек. Однако не факт, что рост цен на реализуемые товары и рост тарифов на услуги будут изменяться пропорционально. В связи с этим нельзя говорить о неразрывной прямо пропорциональной связи товарооборота и переменных издержек. Что же касается реализованного наложения, здесь ситуация выглядит еще

воздушнее. Реализованное наложение – это сделанная торговым предприятием наценка на товары, реализованные покупателям. Наценка может меняться в зависимости от рыночной конъюнктуры. Допустим, торговой организацией закуплена большая партия нового товара сезонного спроса. В начале сезона наценка на данный товар будет максимальной, к концу сезона наценка будет постепенно снижаться, достигая минимума. Возможно, что часть партии будет распродана как остатки даже ниже закупочной стоимости. Издержки на продажу каждой единицы товара остаются неизменными, а торговая наценка к концу сезона видимо снижается, следовательно, резкое снижение реализованной торговой наценки не повлияет на размер издержек.

Полупеременные издержки характерны тем, что они постоянны в определенном интервале возрастания объема производства (товарооборота), а затем – в новом интервале резко возрастают, т.е. изменяются «ступенчато».

Мы разделили все затраты розничной торговой организации на составные части. В первую очередь мы классифицируем затраты по порядку их отражения в учете, кроме того, считаем целесообразным в процессе анализа классифицировать расходы по обычным видам деятельности по их целевой направленности.

Считаем, что к разным видам затрат необходимо применять и различные подходы в анализе. Рассмотрим основные направления анализа затрат розничного торгового предприятия с целью оптимизации торговой деятельности.

Анализируя затраты на закупку товаров, в сумму затрат, безусловно, следует включать себестоимость приобретенных товаров. Следовательно, для целей анализа необходимо воспользоваться данными бухгалтерского учета о кредитовых оборотах счета 41 «Товары» и соответствующих аналитических счетов, открытых к счету 44 «Расходы на продажу» в корреспонденции с дебетовым оборотом счета 90 «Продажи», субсчета 90-2 «Себестоимость продаж». Общие суммы затрат на закупку проданных товаров следует соотнести с суммой товарооборота. Проследив динамику данного показателя в течение нескольких отчетных периодов, можно сделать вывод о тенденции изменения уровня затрат на закупку товаров. В случае определения тенденции роста данных затрат необходимо выяснить причины происходящих изменений. Для этого в сумме затрат на закупку товаров следует разделить суммы, уплаченные поставщикам за товары и другие расходы, напрямую увеличивающие себестоимость товаров. Каждую из указанных групп соотносим с товарооборотом и определяем за счет какого вида затрат увеличивается себестоимость товаров. Рост уровня сумм, уплаченных поставщикам за товары, может говорить как об объективном росте цен, так и о субъективно завышенных ценах непосредственно у поставщика данной торговой организации. В первом случае мерой по стабилизации финансового положения может быть постепенное увеличение розничных цен на те виды товаров, по которым были подняты цены поставщиков. Во втором случае повышение розничных цен может быть неоправданно в связи с тем, что конкуренты могут продолжать продажу товаров по старым, более низким ценам, поэтому более действенной мерой будет поиск нового поставщика.

Рост уровня других расходов, напрямую увеличивающих себестоимость товара, может говорить:

– о росте стоимости услуг по транспортировке;

– росте стоимости других услуг, связанных с приобретением товара;

– росте затрат по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к продаже.

Выявить конкретную причину возможно, определив динамику уровня каждого из указанных видов затрат.

Рост стоимости услуг по транспортировке может быть связан как с ростом тарифов транспортных организаций, так и с нерациональным графиком завоза товаров в торговую организацию.

Рост стоимости других услуг, связанных с приобретением товаров и затрат по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к продаже может быть вызван разными причинами. К объективным причинам, способствующим росту стоимости товаров можно отнести:

– увеличение таможенных пошлин;

– увеличение других невозмещаемых налогов, уплачиваемых в связи с приобретением товаров;

– увеличение ставок по страхованию грузов.

К субъективным причинам, увеличивающих себестоимость закупленных товаров на конкретном предприятии можно отнести:

– увеличение сумм, уплачиваемых организацией за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением товаров;

– увеличение сумм вознаграждений, уплачиваемых посредническим организациям;

– увеличение сумм процентов и займам, предоставляемым организации поставщиками и кредитными организациями на приобретение товаров;

– рост стоимости материалов, потребляемых при переработке, сортировке, фасовке, упаковке товаров;

– увеличение платы за услуги сторонних организаций по фасовке и упаковке товаров;

– увеличение доли товаров, образующих отходы при подготовке их к продаже.

Субъективные причины увеличения себестоимости закупленных товаров можно в свою очередь разделить на оправданные и неоправданные. К оправданным причинам можно отнести действия организации, в результате которых расширился товарный ассортимент, была приобретена товарная новинка, произведены другие действия, позволившие временно или постоянно увеличить объем товарооборота, число покупок, проходимость розничной торговой организации (количество покупателей или посетителей за единицу времени).

Многие авторы, исследующие вопросы анализа затрат в торговле, предлагают вести учет затрат и проводить их анализ в разрезе товарных групп. Так, Владимир Анатольевич Чернов предлагает учетно-расчетный метод для получения достаточно точных сведений об издержках обращения по товарным группам. Необходимо отдать должное – метод исследований, используемый В.А. Черновым, позволяет наиболее подробно рассмотреть затраты розничной торговой организации (в качестве примера было избрано розничное торговое предприятие – универсам). Проведенный автором указанной работы анализ весьма интересен и позволяет выявить возможности организации по снижению наценки на те или иные товары. Однако товаровед любой торговой организации и без анализа знает размеры торговых наценок, а следовательно, и возможности их снижения. Что же касается рекомендации автора увеличить закупки наиболее рентабельных товаров с целью увеличить их объем продаж, то нам кажется, данный вывод был несколько опрометчив. Прежде чем осуществлять больший объем закупки, необходимо обеспечить возможности увеличения объема продаж данных видов товаров, иначе увеличение закупки приведет не к росту товарооборота, а к затовариванию и в конкретном случае (Универсам – продовольственные товары) – к порче товаров.

Автор настоящей работы придерживается мнения, что торговая организация, а особенно розничная – очень тонкий организм, на функционирование которого влияет слишком много факторов, вследствие чего далеко не все решения можно принимать с точки зрения наибольшей рентабельности той или иной товарной группы. Объем реализации в розничном торговом предприятии зависит не только от объема закупки (больше закупили – больше продали) и не только от размера торговой наценки (чем ниже цена – тем больше объем продаж), но еще и от значительного числа факторов, как то:

– потенциальные возможности магазина (площадь, в т.ч. торгового зала, площадь складских помещений, наличие холодильных установок и т.п.);

– потенциальные возможности потенциальных покупателей (предполагаемое количество потенциальных покупателей, частота совершения покупки);

– расположение магазина относительно пассажирских потоков (близость и удобство расположения транспортных узлов, наличие жилого сектора, крупных предприятий и т.п.);

– возможность комплексной покупки (присутствие в ассортименте возможных сопутствующих товаров);

– удобство совершения покупки (планировка магазина, привлекательность оформления, быстрота обслуживания, доступность товара и т.п.).

Учитывая все вышесказанное, анализ затрат по товарным группам, предлагаемый В. А. Черновым, можно рекомендовать как основу для осуществления глобальных управленческих решений, но не как инструмент повседневной корректировки деятельности торговых организаций.

В деятельности розничных торговых организаций бывает необходимо предварительно определить целесообразность закупки нового товара или традиционного товара в новых условиях. В данном случае для оценки выгодности сделки считаем целесообразным рассчитать уровень затрат на закупку по партии закупаемых товаров. Для этого соотносим предполагаемую полную сумму затрат по закупке партии товаров с продажной стоимостью данной партии (с учетом возможного брака, потерь и т.п.). Если полученный уровень затрат ниже или равен среднему по предприятию за предшествующие отчетные периоды, то сделка явно целесообразна. В обратном случае сделка может ухудшить показатели хозяйственной деятельности организации, однако руководство может и пойти на сделку, если мотивы сделки состоят не только в перепродаже товара как таковой, а в расширении товарного ассортимента, демонстрации нового товара, что, в конечном счете, увеличит товарооборот. В этом случае доход от увеличения товарооборота магазина может перекрыть дополнительные расходы торговой организации по приобретению «невыгодной» партии товара. (Приобретение в небольшом количестве «для ассортимента» товаров А, Б, В, Г обеспечивает рост товарооборота по аналогичному товару Д.)

Текущий анализ рентабельности мы предлагаем осуществлять на стадии их закупки как предварительную оценку их потенциальной доходности.

Оценка предварительного дохода от реализации закупаемой партии товара в настоящее время является одной из проблем современного предпринимательства в России. Закупку товара производит не бухгалтер, а товаровед, менеджер по закупкам или другой специалист, который не всегда может сориентироваться в системе применяемых в организации налогов и уровне затрат организации. Одними из ключевых вопросов решения этой проблемы становится оценка фактического дохода (фактической торговой наценки) организации и предполагаемых расходов, связанных с реализацией данной партии товара. Мы предлагаем электронную таблицу для организаций, на основе которой можно сделать заключение о целесообразности предполагаемой сделки.

Таблица состоит из трех частей.

Первая часть таблицы представляет собой исходные данные для проведения расчетов, заполняемые бухгалтером. Здесь указываются ставки НДС и налога с оборота (если он есть) по закупаемым товарам. Устанавливаются отчетные данные за предшествующий квартал: размер выручки, сумма косвенных условно-постоянных и условно-переменных затрат. Здесь же указывается предполагаемая сумма выручки в текущем периоде. Если в данной организации не ведется раздельный учет условно-постоянных и переменных затрат. Вся сумма затрат указывается по одной из указанных строк, в зависимости от того, какой характер носит основная часть затрат.

Вторая часть таблицы представляет собой исходные данные для проведения расчетов, заполняемые товароведом или иным лицом (сотрудником), уполномоченным осуществлять закупку. Здесь указываются количество и цена товара, другие суммы прямых затрат, связанные с данными товарами. При отсутствии возможности указать точные суммы прямых затрат, их можно указать предположительно. Размер скидки, предоставленной поставщиком на закупаемую партию товара, надо заносить в суммовом выражении, так как неизвестно, в каком виде будет предоставлена данная скидка (скидка в виде процента с цены, в виде фиксированной суммы, в виде бесплатно предоставляемых товаров). В этой же части таблицы указывается предполагаемая продажная цена товара (с учетом НДС).

Третья часть таблицы представляет собой расчет показателей, необходимых для принятия решения о закупке товара. Эта часть таблицы не заполняется. Все показатели рассчитываются на основании исходных данных, внесенных в таблицу бухгалтером и товароведом.

Приведем общую схему электронной таблицы:

Часть 1. Данные, заполняемые бухгалтером торговой организации.

Сведения за прошедший квартал:

Сумма косвенных условно-постоянных затрат, тыс. руб. – A.

Сумма косвенных переменных затрат, тыс. руб. – B.

Сумма выручки (товарооборот), тыс. руб. – C.

Предполагаемая сумма выручки за текущий квартал, тыс. руб. – D.

Сведения по закупаемым товарам:

Ставка НДС входящая, % – E.

Ставка НДС для начислений (исходящая), % – F.

Ставка налога с оборота, % – G.

Часть 2. Данные, заполняемые товароведом.

Сведения о товаре:

Единица измерения товара;

Количество товара, ед. изм. – H.

Цена за единицу товара по ценам поставщика (без НДС), руб. – I.

Скидка, предоставленная поставщиком, тыс. руб. – J.

Сведения о прямых затратах, связанных с данной партией товара:

Транспортные расходы, тыс. руб. – K.

Прочие расходы, непосредственно связанные с приобретением товаров, тыс. руб. – L.

Затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к продаже (упаковка, нормы отходов и т.п.), тыс. руб. – M.

Всего прямых затрат, тыс. руб. – N.

Предполагаемая розничная цена (с НДС), руб. – O.

Часть 3. Расчетная.

Закупочная стоимость:

А) стоимость без НДС, тыс. руб.– $P = \frac{H \times I}{1000} - J$

Б) Сумма НДС, тыс. руб. – $Q = \frac{P \times E}{100\%}$

В) Вместе с НДС, тыс. руб. – $S = P + Q$

Продажная стоимость партии (выручка), тыс. руб. – $T = \frac{H \times O}{1000}$

Налог с оборота, к начислению от продажи, тыс. руб. – $U = \frac{T \times G}{100 + G}$

НДС, подлежащий начислению от продажи, тыс. руб. – $V = \frac{(T - U) \times F}{100 + F}$

Сумма НДС в затратах торговой организации, тыс. руб. – $W = V - Q$

Бухгалтерская торговая наценка, тыс. руб. – $X = T - P$

Фактическая торговая наценка (валовой доход), тыс. руб. – $Y = X - V$

Уровень валового дохода по сделке, % – $Z = \frac{Y}{T} \times 100\%$

Уровень прямых затрат по партии, % – $\partial = \frac{N}{T} \times 100\%$

Фактический уровень косвенных переменных затрат за прошлый квартал, % – $\beta = \frac{B}{C} \times 100\%$

Предполагаемый уровень косвенных постоянных затрат в текущем периоде (квартале), % – $\hbar = \frac{A}{D} \times 100\%$

Предполагаемый уровень затрат по партии, всего, % – $\Lambda = \partial + \beta + \hbar$

Оценка рентабельности партии, прибыль (+), убыток (-), % – $\nabla = Z - \Lambda$

Сумма возможной прибыли (убытка) от сделки, тыс. руб. – $\int = \frac{T \times \nabla}{100\%}$

Электронная таблица составлена в программе Microsoft Excel. Общий вид таблицы представлен на рисунке 1.

Часть 1. Заполняется бухгалтером торговой организации	
Сведения за прошедший квартал:	
Сумма косвенных условно-постоянных затрат, тыс. руб.	46
Сумма косвенных переменных затрат, тыс. руб.	47
Сумма выручки с учетом НДС (товарооборот), тыс. руб.	1134
Предполагаемая сумма выручки за текущий квартал, тыс. руб.	1323
Сведения по закупаемым товарам:	
Ставка НДС входящая, %	18
Ставка НДС для начисления (исходящая), %	18
Ставка налога с оборота, %	0
Часть 2. Заполняется товароведом	
Сведения о товаре:	
Единица измерения товара	
Количество товара, ед. изм.	600
Цена за единицу товара по ценам поставщика (без НДС)	20
Скидка, предоставленная поставщиком, тыс. руб.	0,8
Сведения о прямых затратах, связанных с данной партией товара:	
Транспортные расходы, тыс. руб.	1
Прочие расходы, связанные с приобретением товара, тыс. р.	0,5
Затраты по подготовке товаров к продаже, тыс. руб.	0,1
Всего прямых затрат	1,6
Предполагаемая розничная цена (с НДС), руб.	30
Часть 3. Расчетная	
Закупочная стоимость:	
Стоимость без НДС, тыс. руб.	11,2
Сумма НДС, тыс. руб.	2,016
Вместе с НДС, тыс. руб.	13,216
Продажная стоимость товара (предполагаемая выручка), тыс. руб.	18
Налог с оборота, подлежащий начислению от продажи, тыс. руб.	0
НДС, подлежащий начислению от продажи, тыс. руб.	2,746
Бухгалтерская торговая наценка, тыс. руб.	6,8
Фактическая торговая наценка, тыс. руб.	4,054
Уровень валового дохода по сделке, %	22,524
Уровень прямых затрат по партии, %	8,889
Факт. уровень косвенных переменных затрат за прошлый квартал, %	4,145
Предполаг. уровень косвенных постоянных затрат в текущем квартале,%	3,477
Предполагаемый уровень затрат по партии, всего, %	16,510
Оценка рентабельности партии:	
прибыль, %	6,013
убыток, %	0
Сумма возможного финансового результата от сделки, тыс. руб.	
прибыль, тыс. руб.	1,082
убыток, тыс. руб.	0

Рис.1. Электронная таблица предварительной оценки доходности закупаемых товаров

Использование таблицы позволит оперативно принимать решения относительно экономической целесообразности осуществления закупки, поможет определить минимальный объем партии (учитывая транспортные расходы), минимально возможную продажную цену, максимально возможные суммы затрат, связанные непосредственно с данной партией товаров, предостережет от закупки заведомо экономически невыгодной партии товара.

Затраты на хранение товара в первую очередь зависят не от объема товарооборота организации, а от объема и специфики товарных запасов. Таким образом. Если мы хотим определить объективное уменьшение или увеличение затрат организации на хранение товаров, необходимо соотнести фактические затраты на хранение товаров со средними товарными запасами за соответствующий период. Мы считаем, что такой порядок анализа затрат на хранение товаров более объективно будет показывать изменения затрат, чем показатели, рассчитываемые исходя из объема товарооборота. Рост товарных запасов не всегда напрямую связан с ростом товарооборота. Весьма часто торговые организации создают излишние товарные запасы в связи с сезонностью производства товара или спроса на товар в преддверии очередного (текущего или сезонного) скачка цен. Сопоставляя расходы на хранение с товарооборотом, мы видим рост затрат на 1 рубль товарооборота, что является негативным фактом деятельности организации. В то же время рост затрат на хранение в связи с обоснованным увеличением товарных запасов является нормальным явлением. Следовательно, в процессе проведения анализа затрат на хранение товара их уровень целесообразно рассчитывать как по отношению к товарообороту, так и по отношению к средним товарным запасам за период.

Затраты на хранение товаров в своем большинстве представляют собой полупеременные затраты. К ним можно отнести:

– расходы на аренду зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря (в части, относящейся к складским помещениям, и оборудованию, используемому в процессе хранения товаров);

– расходы на отопление, освещение, водоснабжение, канализацию, другие коммунальные услуги;

– расходы на содержание и ремонт сигнализационных устройств, оплата услуг вневедомственной охраны;

– плата сторонним организациям за пожарную охрану;

– расходы на ремонт основных средств (в части, относящейся к основным средствам, используемым в процессе хранения товаров);

– другие материальные затраты напрямую связанные с хранением товаров.

Все эти затраты не изменяются при незначительных изменениях объема товарооборота и товарных запасов. Такие затраты, как правило, увеличиваются скачкообразно, в случае если увеличение товарных запасов магазина (а увеличение товарных запасов может быть связано с ростом товарооборота) повлекло за собой:

– аренду новых складских помещений;

– приобретение новых основных средств, предназначенных для обеспечения складского хранения товара (морозильные камеры, холодильники, вентиляторы).

Только две статьи затрат на хранение товаров можно отнести к переменным затратам, размер которых изменяется пропорционально объему товарных запасов:

– потери товаров и технологические отходы, образующиеся в процессе хранения.

– расходы на содержание в чистоте помещений, стоимость предметов и средств ухода за помещениями;

Анализируя данные статьи затрат, необходимо учитывать специфику товаров, реализуемых конкретным торговым предприятием. С целью уменьшения указанных расходов торговые организации увеличивают объем закупок фасованных товаров, не имеющих отходов. Кроме того, фасованные товары как правило имеют более высокие сроки хранения, что способствует их полной (безотходной) реализации. Однако, надо отметить, что содержащиеся в большинстве фасованных продуктов консерванты не только не улучшают вкусовых свойств товара, но и не всегда бывают безвредны для здоровья. Кроме того, некоторые продукты,

содержащие консерванты, практически не имеют срока хранения после вскрытия упаковки. Тем самым в некоторой степени затрагиваются интересы покупателя как конечного пользователя продукта производства.

Затраты на продажу товаров составляют наибольшую составляющую в сумме расходов по обычным видам деятельности торговых организаций. Мелким торговым организациям, не имеющим значительных складских помещений, нецелесообразно разделять затраты на хранение и затраты на продажу товаров. Разделение имеет смысл в том случае, если складские помещения отделены от торговых помещений и учет расходов, связанных с их содержанием ведется (может вестись) раздельно.

Анализ затрат на продажу товаров включает анализ всех не указанных выше видов расходов по обычным видам деятельности для торговых организаций. В целях проведения анализа можно рекомендовать группировку затрат по отношению к объемам товарооборота на:

– условно постоянные;

– условно-переменные.

При необходимости можно вводить группу полупеременных затрат. Проведение более подробного анализа затрат на продажу товаров предполагает группировку затрат по экономическому содержанию:

– материальные затраты;

– затраты на оплату труда;

– затраты на социальные нужды;

– амортизация основных средств;

– прочие расходы.

Торговым организациям можно рекомендовать использовать собственный перечень статей затрат по экономическому содержанию в зависимости от значимости в деятельности организации той или иной статьи. Так, в отдельные статьи могут быть выделены:

– затраты на рекламу;

– затраты на подготовку и переподготовку кадров;

– потери товаров в процессе продажи;

– командировочные расходы;

– затраты на содержание кассового хозяйства;

– затраты, связанные с компьютеризацией процесса реализации в розничной торговле;

– затраты, связанные с организацией ведения бухгалтерского учета и т.д.

Объективность выявляемых анализом возможностей сокращения затрат определяется в первую очередь точностью исходных данных, используемых для анализа. Для качественного выполнения анализа и формулирования рекомендаций необходимо организовать учет таким образом, чтобы учетные данные позволяли оперировать точными суммами. Таким образом, проведение анализа по предложенной методике невозможно без использования предложенной выше классификации затрат в целях учета.

Затраты торговой организации, отличные от затрат по обычным видам деятельности, весьма разнообразны.

Анализируя суммы налогов, относимые на счета продажи, необходимо отметить, что в настоящее время объем розничного товарооборота в Российской Федерации не облагается невозмещаемым налогом с оборота (налог с продаж, президентский налог и т.п.). В настоящее время торговые организации относят на счет 90 «Продажи» только налог на добавленную стоимость при условии, что данная торговая организация является плательщиком данного налога. В соответствии со статьей 145 НК РФ организации и индивидуальные предприниматели имеют право на освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика, связанных с исчислением и уплатой налога, если за три предшествующих последовательных календарных месяца сумма выручки от реализации товара (работ, услуг) этих организаций или индивидуальных предпринимателей без учета налога не превысила в совокупности один миллион рублей. Мера, безусловно, нужная – позволить расти предпринимателям, имеющим пока небольшие обороты деятельности. Обратная сторона медали – значительные затраты по уплате

налога, возникающие сразу после превышения организацией установленного лимита объема продаж. Следовательно, с одной стороны, эта статья помогает мелкому предпринимателю выжить, с другой стороны, эта же статья является сдерживающим фактором роста товарооборота торговых организаций, их развития. Третья сторона – дополнительный стимул к сокрытию части объема реализации и перевод наличных денежных средств «в тень».

Рассмотрим, какую часть занимает налог на добавленную стоимость в сумме товарооборота и в реализованном наложении торговой организации.

Под торговой наценкой понимается разница между стоимостью товаров по продажным (розничным) ценам и покупной стоимостью этих товаров. Торговая наценка является источником покрытия расходов и формирования прибыли в торговых организациях. Она имеет место независимо от того, используется в организации счет 42 «Торговая наценка» или нет. В последнем случае реализованная торговая наценка выявляется как разница между кредитовым оборотом субсчета 90-1 «Выручка» и дебетовым оборотом, образующимся по субсчету 90-2 «Себестоимость продаж» в результате корреспонденций:

1) Дебет 51 «Расчетные счета»
50 «Касса»
62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»
Кредит 90-1 «Выручка»

2) Дебет 90-2 «Себестоимость продаж»
К-т 41 «Товары».

Независимо от порядка отражения торговой наценки на счетах бухгалтерского учета ее экономический смысл не меняется, поэтому мы будем исходить из информации, формируемой на счете 42 «Торговая наценка». При этом в составе цены мы оставим гипотетический «налог с оборота». В настоящее время такого налога в системе налогообложения Российской Федерации нет. Однако, практика показывает, что за последние 10–15 лет такой налог вводился и отменялся уже трижды. Таким образом, введение вновь аналогичного налога вполне возможно.

В рамках проведения анализа затрат представляет интерес вопрос: какую долю занимает НДС в сумме товарооборота (продажное цене) торговой организации и в сумме торговой наценки? Для решения данного вопроса проведем ряд простых преобразований.

Расчеты:

1. Покупная цена без НДС, руб. – a.
2. Ставка НДС, % – $в$.
3. Размер экономической торговой наценки, рассчитанный от цены покупки с НДС, % – x.
4. Сумма НДС, входящего, руб. $= \frac{ав}{100}$.
5. Покупная цена, руб. $= a + \frac{ав}{100} = \frac{100a}{100} + \frac{ав}{100} = \frac{100a + ав}{100} = \frac{a(100+в)}{100}$.
6. Экономическая торговая наценка, руб. $= \frac{a(100+в)}{100} \times \frac{x}{100} = \frac{ax(100+в)}{10000}$.
7. Продажная цена (с НДС), руб. $= \frac{a(100+в)}{100} + \frac{ax(100+в)}{10000} =$

$$= \frac{100a(100+в)}{10000} + \frac{ax(100+в)}{10000} = \frac{100a(100+в) + ax(100+в)}{10000} = \frac{(100+в)+(100a+ax)}{10000}.$$

8. Бухгалтерская торговая наценка. Этот расчет можно выполнить одним из двух способов. Получаемые результаты идентичны:

$$1)\ \frac{ax(100+в)}{10000} + \frac{ав}{100} = \frac{ax(100+в)}{10000} + \frac{100ав}{10000} = \frac{ax(100+в)+100ав}{10000};$$

$$2)\ \frac{(100+в)(100a+ax)}{10000} - a = \frac{(100+в)(100a+ax) - 10000a}{10000} =$$

$$= \frac{10000a + 100ax + 100ва + вax - 10000a}{10000} = \frac{100ax + 100ва + вax}{10000}.$$

9. Сумма НДС, начисляемая от продажной цены товара, руб. =

$$= \frac{(100 + в)(100a + ax)}{10000} \times \frac{в}{100 + в} = \frac{в(100 + в)(100a + ax)}{10000(100 + в)} = \frac{в(100a + ax)}{10000}.$$

10. Фактическая сумма торговой наценки, руб. = $\frac{100ax + 100ва + вax}{10000} -$

$$- \frac{в(100a + ax)}{10000} = \frac{100ax + 100ва + вax - 100ва - вax}{10000} = \frac{100ax}{10000}.$$

Определив значение основных показателей, мы можем рассчитать отношение суммы начисленного НДС к продажной цене товара и к сумме торговой наценки:

1) Отношение суммы начисленного НДС к продажной цене товара. Данный показатель определяет долю затрат по оплате НДС в цене товара (в товарооборота торговой организации:

$$\left[\frac{в(100a + ax)}{10000} \div \frac{(100 + в)(100a + ax)}{10000}\right] \times 100 = \frac{в(100a + ax)}{10000} \times \frac{10000}{(100 + в)(100a + ax)} \times 100 =$$

$$= \frac{100в}{100 + в}.$$

Этот показатель зависит только от применяемой ставки НДС.

2) Отношение суммы начисленного НДС к бухгалтерской торговой наценке. Данный показатель определяет долю НДС в сумме торговой наценки, учтенной на счете 42 «Торговая наценка» или неучтенной, но предполагаемой к получению при продаже товара.

$$\left[\frac{в(100a + ax)}{10000} \div \frac{100ax + 100ва + вax}{10000}\right] \times 100 = \frac{в(100a + ax)}{10000} \times \frac{10000}{100ax + в(100a + ax)} \times 100 =$$

$$\frac{ва(100 + x)}{100ax + ва(100 + x)} \times 100 = \frac{aв(100 + x)}{a(100x + в(100 + x))} \times 100 = \frac{100в(100 + x)}{100x + в(100 + x)}.$$

Мы видим, что этот показатель зависит как от применяемой ставки НДС, так и от размера торговой наценки. Чем ниже торговая наценка, тем большая часть в ней приходится на НДС.

3) Отношение суммы начисленного НДС к фактической торговой наценке. Показатель оценивает соотношение дохода бюджета как суммы причитающегося НДС и валового дохода торговой организации от продажи данного товара.

$$\left[\frac{в(100a + ax)}{10000} \div \frac{100ax}{10000}\right] \times 100 = \frac{в(100a + ax)}{10000} \times \frac{10000}{100ax} \times 100 = \frac{в(100a + ax)}{100ax} \times 100 =$$

$$= \frac{aв(100 + x)}{a100x} \times 100 = \frac{100в(100 + x)}{100x}.$$

Этот показатель также зависит как от применяемой ставки НДС, так и от размера торговой наценки на товар.

На основе приведенных расчетов автором работы составлена электронная таблица зависимости доли затрат торговой организации по уплате НДС в продажной цене товара и в сумме торговой наценки.

Исходя из данных таблицы торговая организация может определить, какую долю в торговой наценке и в товарообороте будет занимать НДС по конкретному товару. Это поможет устанавливать оптимальные размеры торговой наценки и продажные цены на товары.

Рассмотрим порядок анализа затрат, учитывающихся на счете 91 «Прочие доходы и расходы». Целью анализа затрат может быть не только определение причин изменения уровня затрат, но и поиск наиболее выгодных сфер вложения средств. На счете 91 «Прочие доходы и расходы» учитываются операционные и внереализационные расходы организации.

В процессе анализа операционных и внереализационных расходов важно определение не столько факта изменения суммы расходов, сколько определение уровня доходности или убыточности каждого отдельного вида операционной или внереализационной деятельности.

Анализ данных операций должен быть направлен на изыскание возможности увеличения доходности или снижения убыточности прочей деятельности. На основе выводов, предоставленных аналитиком, может возникнуть вопрос о доминирующем положении той или иной деятельности. В настоящее время довольно часто приоритет одного вида деятельности над другим может быть настолько очевиден, что не требуется сложных аналитических процедур, чтобы определить наиболее выгодную сферу деятельности. Иллюстрацией к такому положению является тот факт, что практически все розничные торговые организации, обладающие достаточно большой торговой площадью на правах собственности, переквалифицируются с розничной торговли на сдачу торговой площади в аренду. Данный вид деятельности оказывается несравнимо более доходным при одновременном значительном снижении суммы затрат.

В процессе анализа прочих операционных и внереализационных расходов целесообразно определять уровень (долю) дохода, связанного с соответствующими расходами в общей сумме прибыли. Также необходимо определять доходность каждого вида деятельности. Определив долю расходов, не влекущих за собой получение дохода, возможно решить вопрос о возможности снижения прочих операционных и внереализационных расходов, не влекущих за собой получение соответствующего дохода.

К расходам, относящимся на счет 99 «Прибыли и убытки», причисляются чрезвычайные расходы. В соответствии с п. 13 ПБУ 10/99 «Расходы организации» к чрезвычайным расходам относятся расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности. Чрезвычайными обстоятельствами можно назвать:

– стихийные бедствия;
– пожары;
– аварии;
– национализацию имущества и т.д.

Исходя из определения чрезвычайные расходы представляются достаточно редким явлением. Однако наличие таких расходов оставляет возможность их анализа с целью изучения опыта преодоления чрезвычайных обстоятельств и изыскания наиболее быстрых, конструктивных и дешевых способов восстановления утраченного и поврежденного имущества. Результаты таких исследований должны быть доступны, чтобы ими могли воспользоваться любые организации, столкнувшиеся в текущий момент времени с подобными проблемами. Кроме того, результаты анализа могут быть использованы при принятии решения о страховании имущества.

Второй вид расходов, относящихся непосредственно на счет 99 «Прибыли и убытки», – это расходы, связанные с уплатой налога на прибыль. Анализируя данный вид расходов, предприятие решает проблему возможного снижения налогового бремени за счет изменения учетной политики организации в рамках налогового учета. Поскольку налоговый кодекс предоставил право организациям самостоятельно выбирать налоговую политику, предприятиям целесообразно до принятия той или иной налоговой политики произвести расчеты в целях определения наиболее оптимального сочетания элементов учетной политики. Именно на этом этапе возникают проблемы у многих организаций: как сочетать элементы налоговой политики бухгалтерского и налогового учета организации.

По мнению В. Д. Новодворского и Р. Л. Сабанина, в сложившейся ситуации можно предложить следующие принципиальные способы организации взаимодействия бухгалтерского и налогового учета:

1) параллельная организация двух видов учета;
2) организация налогового учета на основе бухгалтерского;
3) замена требований ПБУ в бухгалтерском учете соответствующими требованиями главы 25 НКРФ.

Первый из предложенных вариантов является наиболее трудоемким, следовательно, самым дорогостоящим. Значит, его ведение должно окупаться за счет минимизации налоговых обязательств. Очевидно, что совместить эти условия можно только в крупных организациях. Что касается небольших хозяйствующих субъектов, к которым, как правило, и относятся организации

розничной торговли, то им лучше постараться максимально сблизить бухгалтерские и налоговые способы ведения учета, т.е. для них приемлем либо второй, либо третий вариант.

Как комментарий к данному утверждению можно констатировать такой факт. ПБУ 6/01 «Учет основных средств» предлагает четыре способа начисления амортизации основных средств в целях осуществления бухгалтерского учета[1]. Налоговый кодекс предлагает два способа начисления амортизации в целях осуществления налогового учета. Из исследованных нами более двухсот торговых организаций все начисляли амортизацию линейным способом. Основная причина – это единственный метод начисления амортизации, который, бесспорно, совпадает в бухгалтерском и налоговом учете. Остальные методы нельзя приравнять один к другому, следовательно, возникает необходимость параллельного ведения бухгалтерского и налогового учета амортизации.

Распределение доходов между собственниками в бухгалтерском учете не считается расходами. Однако в данной работе мы затрагивали вопрос о том, что данные затраты, как и любые другие, направлены на поддержание жизнедеятельности организации. Следовательно, данные затраты также необходимо подвергать анализу с целью их оптимизации. Оптимальным в данном случае будет доход на вложенные средства, который, с одной стороны, доступен с точки зрения доходности данного предприятия, с другой – не является значительно более низким по сравнению со средним уровнем доходности по отраслям. Таким образом, задача анализа состоит в сравнении уровня доходности вложенных средств в данной организации со средним уровнем доходности вложенных средств в других организациях и отраслях.

Литература

1. Абрютина М. С. Экономический анализ торговой деятельности : учебное пособие / М.С. Абрютина. – М. : Дело и Сервис, 2000. – 388 с.
2. Гладышева Ю. П. Списание товаров при упрощенке / Ю. П. Гладышев // Учет в торговле. Отраслевое прил. к журналу «Главбух». – 2004. – № 1. – С. 50–55.
3. Карпова Т. П. Управленческий учет : учебник для вузов / Т. П. Карпова. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 350 с.
4. Колесова И. В. Роль экономического и финансового анализа на предприятии / И. В. Колесова. // Российское предпринимательство : решение организационных, управленческих, инженерно-экономических, правовых, финансовых и других вопросов российского бизнеса : сборник научных статей / ВФ МГУК ; под ред. В. И. Копылова. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2001. – С. 234–237.
5. Кондраков Н. П. Бухгалтерский учет : учебное пособие для переподготовки и повышения квалификации бухгалтеров / Н. П. Кондраков. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 319 с.
6. Налоговый кодекс Российской федерации. Части первая и вторая. – М. : Проспект, 2005. – 624 с.
7. Палий В. Ф. Развитие методологии управленческого учета / В. Ф. Палий // Бухгалтерский учет. – 2004. – № 12. – С. 52.

[1] Палий В. Ф. Развитие методологии управленческого учета / В. Ф. Палий // Бухгалтерский учет. – 2004. – № 12. – С. 52.