

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт электронного обучения
Специальность 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Кафедра Экономики

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Организация учета поставок и реализации в торговле

УДК 657.422.7+657.471.66

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-ЗБ11	Сорокина Екатерина Алексеевна		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Эксперт-консультант Автономной некоммерческой организации «Международный менеджмент качества и сертификации»	Другова З.К.	к.ф.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель				

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель				

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Экономики	Барышева Г.А.	Д.э.н., профессор		

Томск - 2016г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Институт электронного обучения

Направление подготовки (специальность) 080109 Бухгалтерский учет, анализ и аудит
 Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой

Г.А. Барышева

« » « » 2016г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-ЗБ11	Сорокина Екатерина Алексеевна

Тема работы:

Учет поступления и реализации товаров

Утверждена приказом директора (дата, номер)

Срок сдачи студентом выполненной работы: 30.05.2016г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ;

<p>Исходные данные к работе (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</p>	<p>Объектом исследования данной работы является деятельность предприятия «Витязь» Предметом исследования является Исходными данными для данной работы послужили: официальный сайт «Витязь»; аналитические статьи; нормативные документы; учебные материалы</p>
<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования;</p>	<p>Цель дипломной работы является комплексное исследование учета поступления и реализации товаров, разработка обоснованных предложений и рекомендаций по совершенствованию учета, оптимизации товарных запасов на исследуемом предприятии. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:</p>

<p><u>обсуждение результатов выполненной работы</u>; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; <u>заключение по работе</u>).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить проанализировать теоретические основы учета и контроля товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в розничной торговле; 2. Краткая экономическая характеристика деятельности розничного предприятия «Витязь», анализ продажи товаров и финансовых результатов 3. Изучить операции движения товаров, документальное оформление, постановку на учет, порядок контроля за своевременным оприходованием, поступивших товаров, формы, порядок расчетов с поставщиками, предъявление претензий. 4. Провести оценку, применяемой в организации системы учета товаров для перепродажи и сформулировать предложения по ее совершенствованию.
<p>Перечень графического материала</p>	<p>Таблицы, рисунки, графики.</p>
<p>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы(с указанием разделов)</p>	
<p>Раздел</p>	<p>Консультант</p>
<p>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</p>	
<p>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</p>	

Задание выдал руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Эксперт-консультант Автономной некоммерческой организации «Международный менеджмент качества и сертификации»	Другова З.К.	К.Ф.Н.		20.01.2016г

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-3Б11	Сорокина Е.А.		20.01.2016г.

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 93 с., 17 рис., 15 табл., 57 источников.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, учет поступления и реализации товаров, товарные запасы, торговое предприятие, розничная продажа, торговая наценка.

Объектом ВКР являются учетные процессы движения товарно-материальных ценностей на предприятии «Витязь» **предметом** – система бухгалтерского учета и контроля товарно-материальных ценностей и их использование на предприятии розничной торговли «Витязь» г. Колпашево.

Цель работы – комплексное исследование учета поступления и реализации товаров, разработка обоснованных предложений и рекомендаций по совершенствованию учета, оптимизации товарных запасов на исследуемом предприятии.

В результате исследования были разработаны основные направления повышения эффективности бухгалтерского учета поставок и реализации в торговле на примере торговой организации «Витязь».

Степень внедрения: предложения рассмотрены руководителем и бухгалтером «Витязь» и планируются к внедрению.

Область применения: предложенные пути повышения эффективности учета поставок и реализации в торговле на предприятии «Витязь» могут быть использованы в торговых организациях.

Социальная/экономическая эффективность/значимость работы заключается в разработке мероприятий по решению проблем учета поставок и реализации в торговле на предприятии «Витязь».

Определения, обозначения, сокращения, нормативные ссылки

В настоящей работе использованы ссылки на следующие стандарты и определения:

Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-99 «Торговля - термины и определения»

Товар — это любой продукт производственно-экономической деятельности предприятия в материально-вещественной форме; в том числе к товару относятся работы и услуги. Товар предназначен для продажи или обмена.

Товарно-материальные ценности (ТМЦ) – это материально-производственные запасы (МПЗ). Это активы предприятия, которые используются в качестве сырья, материалов и т.п. при производстве продукции.

Розничная торговля – это реализация товаров, услуг, работ в небольшом количестве, поштучно. Обычно розничная торговля характерна для товаров личного, семейного использования.

Процесс продажи товаров – это заключительный этап коммерческой деятельности торговых предприятий, при котором используются разнообразные методы и способы реализации товаров, услуг и работ покупателям.

Оглавление

Введение.....	9
1 Теоретические основы учета и контроля товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в розничной торговле.....	12
1.1 Товар как объект бухгалтерского учета. Экономическая сущность процесса продажи товаров	12
1.2 Особенности организация торговой деятельности.....	17
1.3 Особенности ведения бухгалтерского учета на предприятиях розничной торговли.....	21
1.4 Синтетический учет поступления и продажи товаров при учете товаров по продажным ценам	24
1.5 Документальное оформление и учет поступления и реализации товаров	28
2 Краткая экономическая характеристика деятельности розничного предприятия «Витязь», анализ продажи товаров и финансовых результатов	31
2.1 Характеристика предприятия «Витязь».....	31
2.2 Организация системы бухгалтерского учета. Применение информационных технологий.....	41
Бухгалтерская служба «Витязь» возглавляется главным бухгалтером.. ..	41
3 Операции движения товаров, документальное оформление, постановка на учет, порядок контроля.....	43
3.1 Способы оценки товаров при постановке на учет; Порядок формирования цены реализации. Значение счета 42 «Торговая наценка»	43
3.2 Учет реализации товаров, документальное оформление розничного товарооборота, сумма выручки. Учет дохода от продажи товаров	49
3.2.1 Расчёт валового дохода. Расчёт средней торговой наценки.....	49
3.2.2 Расчет издержек обращения на реализованные товары.....	51
3.2.3 Отражение на счетах бухучета хозяйственных операций по реализации товаров и предоставлению скидки	53

3.2.4 Прочее выбытие товаров, потери, возврат, и т.п. документальное оформление, отражение на счетах бухгалтерского учета	56
3.2.5 Порядок составления отчетности по движению товаров материально-ответственными лицами. Составление товарного отчета порядок, периодичность	57
4 Оценка применяемой в организации системы учета товаров для перепродажи и формулировка предложений по ее совершенствованию	59
5 Социальная ответственность на предприятии «Витязь»	69
5.1 Определение целей и задач программы КСО	69
5.2 Определение затрат на программу	73
5.3 Ожидаемая эффективность программы КСО.....	74
Заключение	76
Список используемых источников.....	78
Приложение А	84
Приложение Б.....	85
Приложение В.....	87
Приложение Г	89
Приложение Д.....	90

Введение

Товары, предназначенные для перепродажи, представляют собой одну из составных частей имущества хозяйствующего субъекта, наличие которых необходимо для обеспечения непрерывности и расширения деятельности торговой организации. Оптимальная обеспеченность ведет к минимизации затрат, к ритмичности и слаженности работы организации, улучшению финансовых результатов. Завышение потребности в товарно-материальных запасах ведет к неэффективному использованию ресурсов, увеличению затрат на их содержание и управление, снижению эффективности деятельности. Оптимизация товарных запасов в большей части обеспечивается формированием своевременного достоверного учетного процесса.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что организация и ведение бухгалтерского учета товаров оказывает существенное значение на формирование финансовых результатов предприятия.

Цель дипломной работы является комплексное исследование учета поступления и реализации товаров, разработка обоснованных предложений и рекомендаций по совершенствованию учета, оптимизации товарных запасов на исследуемом предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить проанализировать теоретические основы учета и контроля товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в розничной торговле;
2. Краткая экономическая характеристика деятельности розничного предприятия «Витязь», анализ продажи товаров и финансовых результатов
3. Изучить операции движения товаров, документальное оформление, постановку на учет, порядок контроля за своевременным оприходованием, поступивших товаров, формы, порядок расчетов с поставщиками, предъявление претензий.
4. Провести оценку, применяемой в организации системы учета товаров для перепродажи и сформулировать предложения по ее совершенствованию.

Предмет и объекты исследования. Предметом исследования является система бухгалтерского учета и контроля товарно-материальных ценностей и их использование на предприятии розничной торговли «Витязь» г. Колпашево.

Объектом исследования послужили учетные процессы движения товарно-материальных ценностей на предприятии «Витязь».

Методология и методика исследования. Теоретической и методологической основой исследования явились работы отечественных и зарубежных ученых, законодательные и нормативные акты Российской Федерации, которые регулируют организацию бухгалтерского учета в целом и материально-производственных запасов в частности.

С целью обеспечения достоверности результатов исследований, а также выводов и предложений по ним, использовался системный комплексный подход к изучению бухгалтерского учета и контроля товаров.

В работе использованы методы: аналитический, метод сравнения, логический, экономико-статистический. Также методы бухгалтерского учета: документация, счета, двойная запись, оценка, инвентаризация. Информационной базой послужили данные первичной учетной документации, регистров синтетического и аналитического учета, бухгалтерской отчетности исследуемой организации.

Структура дипломной работы. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и приложений.

В первой главе работы рассматриваются теоретические основы учета и контроля товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в розничной торговле; рассмотрен товар как объект бухгалтерского учета, рассмотрена экономическая сущность процесса продажи товаров; описаны особенности организации торговой деятельности и ведения бухгалтерского учета на предприятиях розничной торговли.

Во второй главе представлен анализ продажи товаров и финансовых результатов на примере розничного предприятия «Витязь».

Третья глава посвящена анализу операций движения товаров, документальному оформлению, постановке на учет, порядку контроля за

своевременным оприходованием, поступивших товаров, форме, порядку расчетов с поставщиками, предъявлению претензий на примере торговой организации «Витязь».

В заключении сделаны основные выводы и подведены итоги.

Список использованной литературы содержит 57 источников.

Общий объем работы насчитывает 93 страницы.

1 Теоретические основы учета и контроля товарно-материальных ценностей (ТМЦ) в розничной торговле

1.1 Товар как объект бухгалтерского учета. Экономическая сущность процесса продажи товаров

Товарные операции – это факты хозяйственной жизни торговых предприятий, которые связаны с поступлением и выбытием товаров.

Определение товаров дано в нескольких нормативных документах, среди которых ГОСТ, Гражданский кодекс РФ, налоговый кодекс РФ и т.д.

Закупку и продажу товаров могут осуществлять любые экономические субъекты, как специализированные торговые, так и неспециализированные, для которых торговля является одним из видов хозяйственной деятельности.

Гражданский кодекс РФ [1] (п. 1 ст. 454) под товаром понимает предмет договора купли-продажи.

В налоговом законодательстве (п. 3 ст. 38 НК РФ [2]) «товаром: признается любое имущество, которое реализуется.

Нормативные документы по бухгалтерскому учету дают более узкую трактовку понятия «товар».

В п. 2 ПБУ 5/01 сказано: «Товары являются частью материально-производственных запасов, которые приобретены или получены от других юридических или физических лиц и предназначенные для продажи».

Товар – это все, что может быть предложено рынку с целью удовлетворения желаний и потребностей покупателей.

Товар – это любой продукт производственно-экономической деятельности в материально-вещественной форме, объект купли-продажи, рыночных отношений между продавцом и покупателем.

Определение товара дано в различной литературе, в том числе в нормативных документах. В источниках даны разные определения (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Обзор определения слова «товар»

Определение	Литература
Товар – это внешний предмет, вещь, которая, благодаря её свойствам, удовлетворяет какие-либо человеческие потребности	К. Марк «Капитал», I том, гл. 1, 31 с.
Товар (product) – всё, что может удовлетворить потребности или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования потребителем.	Филипп Котлер. Основы маркетинга. Краткий курс. М., 2007. – 656 с.
Товар – это предмет договора купли-продажи, по которому одна сторона – продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой.	Гражданский кодекс Российской Федерации
Товары являются частью материально-производственных запасов, приобретенных или полученных от других юридических или физических лиц и предназначенные для продажи.	ПБУ 5/01
Товар – это любое имущество, реализуемое, либо которое предназначено для реализации	Налоговый кодекс Российской Федерации
Товар – это объект гражданских прав (работа, услуга), который предназначен для продажи или обмена.	ГОСТ

Известно, что международная практика учета товарно-материальных ценностей основана на правилах стандарта МСФО (IAS) 2 «Запасы». В соответствии с данным стандартом товарно-материальными ценностями считаются активы, которые:

- хранятся для перепродажи при нормальном ходе деятельности;
- находятся в процессе производства для дальнейшей продажи;
- существуют в форме материалов или запасов, которые будут потреблены в процессе производства или оказания услуг.

Согласно данному определению, в составе товарно-материальных ценностей выделяют четыре категории: сырье, незавершенное производство, товары и готовая продукция.

Развитие российской системы бухгалтерского учета направлено на соответствие требованиям международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), в частности МСФО (IAS) 2 «Запасы». Однако некоторые аспекты учета МПЗ в российской и международной практике не совпадают.

Так, например, в российской системе выделяют следующие товарно-материальные ценности, которые отражаются в бухгалтерском балансе:

- сырье и материалы,
- животные на выращивании и откорме,
- незавершенное производство,
- готовая продукция,
- товары,
- и товары отгруженные.

Для организаций, занимающихся торговой деятельностью, товарно-материальными ценностями являются товары, а факты хозяйственной жизни, связанные с поступлением и выбытием данных товаров, называются товарными операциями [37].

Рассмотрим экономическую сущность процесса продажи товаров.

Продажа – это сделка, представляющая договор, по которому продавец передает в собственность товар покупателю за денежную компенсацию (цену).

Основные задачи продажи:

- найти покупателя (потребителя),
- разработать предложение товара для потребителя,
- установить контакт с клиентов (покупателем, потребителем),
- провести презентацию товара, учитывая индивидуальные потребности и личностные характеристики покупателя,
- провести переговоры о ценовой политики на конкретный товар,
- преодолеть возражения и побудить покупателя заключить договор о купле-продаже [29].

Пример договора купли-продажи представлен в Приложении Г.

Продажи предполагают прямой контакт покупателя/потребителя с продавцом.

Покупатель – юридические и физические лица, использующие, приобретающие, заказывающие либо имеющие намерение приобрести или заказать товары и услуги (ГОСТ «Торговля и определения») [12].

Потребитель – гражданин или субъект хозяйственной деятельности,

имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли. Продавец – организация или индивидуальный предприниматель, реализующие товары и оказывающие услуги покупателю (потребителю) по договору купли-продажи. Продавец – это тот, кто умеет выявлять проблемы и потребности; продавец – это тот, кто умеет вызывать, пробуждать желания; продавец – это тот, кто может выполнить эти желания [16].

Соблюдение правил продажи товаров будет способствовать как увеличению объемов продаж, так и повышению конкурентоспособности предприятий розничной торговли потребительской кооперации.

Таблица 1.2 – Мероприятия процесса продажи товаров в магазинах

Процесс продажи товара	Описание процесса
Встреча покупателей	<ul style="list-style-type: none"> – оформление вывески и входной зоны; – оформление интерьера торгового зала с учетом функциональных и эстетических критериев; – установление удобного режима работы
Предложение товара	<ul style="list-style-type: none"> – наличие ассортимента согласно покупательским предпочтениям; – рациональная организация торгового пространства; – размещение товарных групп с учетом объемов продаж; – осуществление выкладки товаров относительно распределения внимания покупателей по горизонтальной и вертикальной протяженности демонстрационного ресурса; – применение дополнительных точек продаж с дисплейной выкладкой
Выбор товара	<ul style="list-style-type: none"> – определение движения покупателей с учетом установленных закономерностей их поведения; – сокращение времени на поиск товара посредством использования рекламно-информационных материалов; – наличие постоянной зоны для демонстрационной рекламы; – создание атмосферы торгового зала с применением ароматов, музыки и освещения согласно характеристикам предлагаемого товара
Расчет и отпуск товара	<ul style="list-style-type: none"> – оформление прикассовой зоны мелкоштучными товарами (напоминающие, акционные, сезонные, случайные); – соблюдение оптимальной ширины прохода между кассовыми терминалами и остальным торговым оборудованием; – внедрение автоматизированных узлов расчета

Схема торгово-технологического процесса продажи товара в магазине представлена на рисунках 1.1 и 1.2.



Рисунок 1.1 – Процесса продажи товара в торговой организации [42]

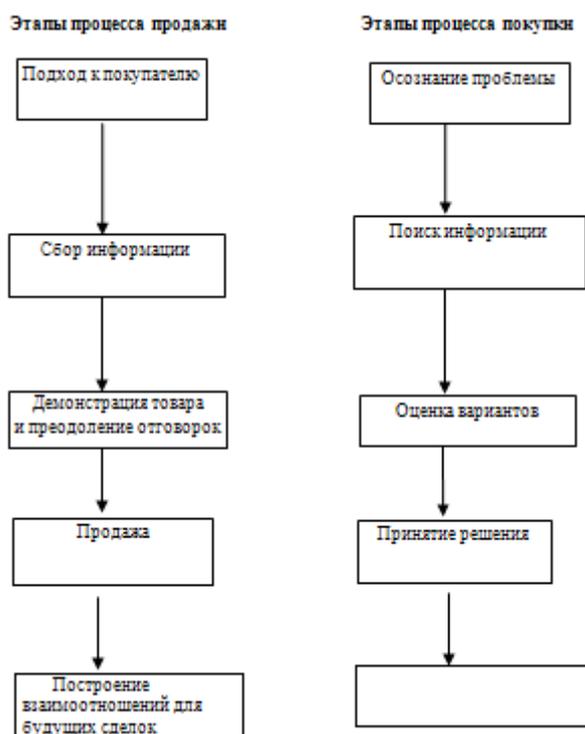


Рисунок 1.2 – Схема процесса продажи товара в магазине [51]

Все продавцы являются торговыми представителями своих компаний перед клиентами, поэтому на практике в равной степени используется и тот, и другой термин.

Главным условием продажи любого направления являются доверительные отношения, по меньшей мере, между двумя людьми, то есть продавцом и покупателем. Их основой являются межличностные контакты и

коммуникации, основанные на взаимопонимании [40].

Таким образом, важное значение в современных условиях хозяйствования торговых организация в розничной торговле имеет процесс продажи товаров.

1.2 Особенности организация торговой деятельности

В современных экономических условиях торговля является самым распространенным видом предпринимательской деятельности.

В этой сфере заняты многие предприятия малого бизнеса, основная часть предприятий индивидуального предпринимательства.

Резкий подъем данного сектора экономики привел в торговлю миллионы людей, ранее сталкивавшихся с ней только в роли покупателей.

Торговля как отрасль экономики это разновидность хозяйственной деятельности, которая заключается в продвижении товара от производителя к потребителю.

Хозяйственная деятельность организации, которая занимается торговлей, включает в себя следующие элементы (рисунок 1.3).

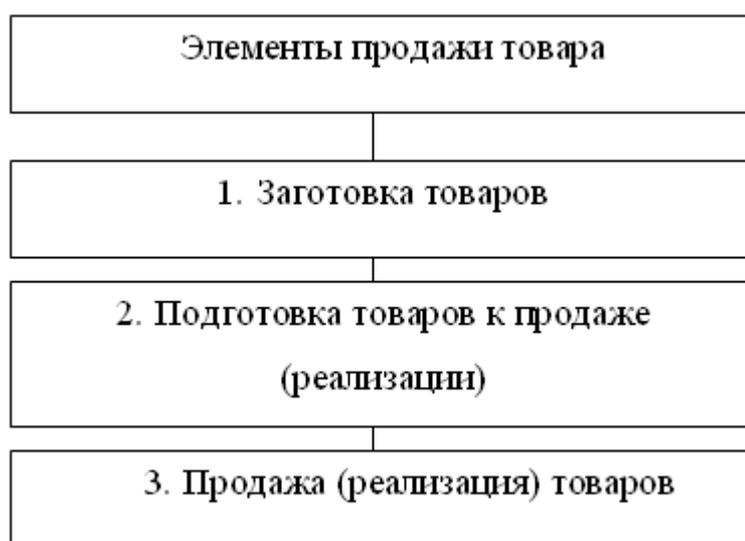


Рисунок 1.3 – Элементы продажи товара

Торговая деятельность (торговля) – это деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, связанная с продажей товаров, включая

предложение о продаже товаров [36].

Короткова Т.Л. определяет торговую деятельность как инициативную самостоятельную деятельность юридических лиц и граждан, которые осуществляют покупку и в дальнейшем продажу товаров с целью получения прибыли [31].

По мнению Челюбеева Р.Т., торговая деятельность – это такой вид предпринимательской деятельности, который направлен на удовлетворение спроса потребителей путем реализации товаров массового назначения [20].

Экономическое содержание процесса продажи товара отражает товарооборот предприятия.

Товарооборот торгового предприятия это сумма продажи данным предприятием потребительских товаров за конкретный промежуток времени.

Развитию товарооборота торговых предприятий разнообразных форм собственности и организационно-правовых форм деятельности уделяется особое внимание в социально-экономической политике страны.

Данный факт тесно связан с тем, что товарооборот показывает уровень удовлетворения спроса населения, масштабы потребления товаров. Также развитие товарооборота характеризует масштабность внешнеэкономической деятельности, денежный оборот, объем бюджетных поступлений и других макроэкономических показателей. Огромную роль товарооборот играет в деятельности самих торговых организаций.

Развитие товарооборота определяет степень проникновения торгового предприятия на потребительский рынок, его конкурентную позицию на данном рынке, темпы развития предприятия в перспективе в современных экономических условиях.

В системе показателей развития торгового предприятия товарооборот играет неоднозначную роль. Являясь основным оценочным показателем объема деятельности торгового предприятия, он служит также определяющим показателем формирования его ресурсного потенциала (объема и состава трудовых, материальных и финансовых ресурсов) и затрат ресурсов (суммы и состава издержек обращения). В тоже время в условиях рыночной экономики

товарооборот носит подчиненный характер по отношению к прибыли предприятия от торговой деятельности.

В данной работе рассматриваем розничный товарооборот, поэтому определим его понятие более подробно.

Розничный товарооборот это один из важных показателей, который определяет мощность торгового предприятия, так как по его величине можно говорить об объеме деятельности предприятия.

Под розничным товарооборотом понимается продажа потребительских товаров населению за наличный расчет независимо от каналов их реализации.

Формирование розничного товарооборота связано с такими экономическими показателями, как

- спрос на товары,
- поступление товаров,
- товарные запасы,
- прибыль,
- численность работников в торговой организации,
- расходы на заработную плату.

Розничный товарооборот торгового предприятия характеризует продажу потребительских товаров населению и другим конечным потребителям, завершая процесс их обращения на потребительском рынке.

В зависимости от сроков расчета за реализованные товары в составе розничного товарооборота выделяют следующие формы: продажа товаров с немедленной их оплатой; продажа товаров в кредит (порядок такой продажи регулируется специальными правилами). Вне зависимости от установленных сроков расчетов сумму проданных в кредит товаров включают в состав товарооборота в момент их реализации.

В зависимости от форм денежных расчетов розничный товарооборот подразделяется на продажу товаров за наличный расчет и продажу товаров по безналичному расчету (включая использование различных кредитных карточек).

Структура товарооборота и соотношение реализации товаров по

отдельным группам анализируются в соответствии с формой № 3-торг.

Современная система бухгалтерского учета и отчетности в России позволяет изучить внутригрупповую ассортиментную структуру товаров.

Необходима дифференциация товарооборота соответствующих групп товаров по видам, артикулам, сортам.

Короткова Т.Л. пишет, что используются следующие формы статистической отчетности (таблица 1.3).

Таблица 1.3 – Формы отчетности по учету денежных средств на предприятии

форма № 3-торг	отчет о продаже и остатках товаров, представляет собой товарный баланс, в котором отражается движение товаров, предназначенных для продажи в порядке розничной торговли. Форма составляется за I полугодие, год
форма № 3-торг (краткая)	месячная
бланк регистрации цен и тарифов на товары народного потребления и платные услуги за месяц	срочная, месячная
форма № 7-торг (розница)	отчет о наличии торговой сети - годовая

Основным первичным документом, используемым в качестве источника данных для анализа, являются товарно-денежный отчет и прилагаемые к нему документы, подтверждающие сдачу выручки и расходы, произведенные из выручки (квитанции учреждений банков, почтового отделения, приходно-кассовые ордера и т. д.), продажу товаров в кредит, а также стоимость стеклопосуды в обмен на товар.

Подводя итог, важно сказать, что торговля – это особая деятельность

людей, связанная с осуществлением актов купли-продажи и представляющая собой совокупность специфических, технологических и хозяйственных операций, направленных на обслуживание процесса обмена. Экономическая сущность торговли заключается в посреднической деятельности по продвижению товаров от производителей к потребителям посредством купли-продажи.

Таким образом, торговля – это вид хозяйственно-экономической деятельности, где объектом действия является товарообмен, купля-продажа товаров, а также обслуживанием покупателей в процессе доставки, хранения и подготовки товаров к продаже.

1.3 Особенности ведения бухгалтерского учета на предприятиях розничной торговли

Особое место в деятельности любого торгового предприятия занимает процесс учёта товаров в торговле.

Организация бухгалтерского учета в торговых организациях (магазинах) решает следующие основные задачи:

1. Обеспечение торговой организации материальной ответственности за товары.
2. Правильное оформление документов по товарным операциям (поступление, продажа, выбытие товаров), отражение их в учете.
3. Своевременность оприходования товаров материально ответственными лицами, правильность списания реализованных товаров.
4. Инвентаризация товаров согласно действующим правилам, правильное отражение результатов инвентаризации в бухгалтерском учете.
5. Обеспечение контроля за соблюдением норм товарных запасов в торговой организации.
6. Своевременное определение валового дохода и прибыли от продажи товаров на предприятии торговли [37, с. 412].

Учет товарно-материальных ценностей на российских предприятиях

организуется в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально - производственных запасов», которое не противоречит международным стандартам бухгалтерского учета.

В данном Положении определена сфера действия положения, характеристика материально-производственных запасов, основные методологические принципы и правила формирования в бухгалтерском учете информации обо всех стадиях движения товарно-материальных ценностей в процессе их заготовления, оценки, списания в производство и других операций [15 с. 129-134].

Для предприятий торговли одним из наиболее актуальных вопросов учетной политики является выбор схемы учета товаров. При этом возможны три схемы организации учета:

- индивидуальная (при данной схеме отражается движение каждой единицы товаров). Чаще всего данная схема используется в комиссионной торговле;

- натурально-стоимостная (отражается движение товаров по отдельным наименованиям в натуральном и стоимостном измерениях).

Применяется для учета товаров на складах, для учета тары;

- стоимостная (учитывается общий объем товарной массы).

При организации бухгалтерского учета на предприятии торговли определяется учетная политика, одним из основных положений которой является формирование учетной цены товара- главного объекта торговли.

Согласно п. 13 ПБУ 5/01 товары должны учитываться по стоимости приобретения, что следует признать наиболее оптимальным вариантом учетной цены на товары. При этом, во-первых, имеет место меньшее число учетных записей (не нужно отдельно учитывать торговую наценку), во-вторых, максимально упрощается процедура переоценки товаров (достаточно заменить старые ценники на новые). Разумеется, такая процедура возможна только в том случае, если товары продаются по цене выше стоимости приобретения. Установление продажной цены товаров ниже стоимости приобретения (что бывает относительно редко) требует документального оформления и записей на

счетах.

Однако, согласно ПБУ 5/01 [6] при поступлении товаров в розничной торговле допускается применение в качестве учетных цен и продажные цены.

При любом варианте учетных цен необходимо следовать принципу единства оценки товаров при их оприходовании и выбытии. Если товары были оприходованы по продажным ценам, то и списываться они должны по этим же ценам. Списание товаров по ценам выше или ниже цен их оприходования привело бы в первом случае к образованию излишков товаров, а во втором – к недостатке.

Использование стоимости приобретения в качестве учетной цены возможно, как правило, при натурально-стоимостной схеме учета, а использование продажной цены – при стоимостной.

Организациям, осуществляющим розничную торговлю, разрешается производить оценку приобретенных товаров по продажной стоимости.

Применение данного варианта оценки вызвано тем, что в небольших магазинах при продаже товаров покупателям не выписывают никаких документов, а выдают кассовый чек, на котором во многих магазинах печатается только продажная цена товара без указания его наименования. В связи с этим главной причиной применения продажных цен в качестве учетных является применение стоимостной схемы учета товаров.

Следует отметить, что в розничной торговле натурально-стоимостная схема учета может быть использована, как правило, в организациях, имеющих соответствующие средства вычислительной техники.

В настоящее время многие производители наносят на упаковку товаров или на сам товар штриховой код, который содержит важную и необходимую информацию о товаре, в том числе его наименование, отличительные признаки и т.п.) с целью идентификации товара.

Если на поступившем товаре отсутствует штриховой код, тогда его наносят работники торговой организации.

В таком случае при поступлении и продаже товаров информация о них вводится в базу учёта данных с помощью специального считывающего

устройства, в результате чего обеспечивается использование натурально-стоимостной схемы учета.

При ведении учета товаров по продажным ценам возникает необходимость отдельного учета торговой наценки.

Торговая наценка это разность между продажной ценой товаров и стоимостью их приобретения.

Размер торговой наценки устанавливается торговыми организациями, чаще всего, самостоятельно.

При установлении размера торговой наценки важно учитывать, что необходимо покрыть расходы, которые связаны с продажей и в результате обеспечить получение прибыли торговым предприятием.

Для обобщения информации о наличии и движении товарно-материальных ценностей, приобретенных в качестве товаров для продажи, предназначен счет 41 «Товары».

Для учета торговой наценки предусмотрен счет 42 «Торговая наценка». Счет 42 является регулирующим к счету 41 «Товары».

Расходы на продажу (заработная плата работников, страховые взносы, аренда помещений, коммунальные платежи, транспортно-заготовительные расходы и прочие) отражаются по дебету счета 44 «Расходы на продажу». Экономические элементы расходов на продажу определена ПБУ 10/99 «Расходы организации», утвержденные приказом Минфина РФ от 06.05.1999 № 33н (в ред. От 30.12.99 № 107н и от 30.03.2001 № 27н).

Текущие расходы на продажу в конце месяца списываются в дебет счета 90 «Продажи».

1.4 Синтетический учет поступления и продажи товаров при учете товаров по продажным ценам

Торговые организации имеют право самостоятельно формировать розничные цены на реализуемые им товары.

При этом они могут использовать Методические рекомендации по

формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги, утвержденные письмом Минэкономики РФ от 06.12.95 № СИ-484/7-982.

После того, как торговое предприятие примет решение о размере торговой наценки, следует отразить его в реестре розничных цен. В нем формируется розничная цена товаров, и реестр является первичным документом для начисления наценки.

Списание наценки при продаже товаров

Начисленную торговую наценку нужно списать после продажи товаров. Общая сумма наценки на реализованные товары определяется в конце месяца. Она рассчитывается исходя из средней величины наценок на все товары.

Прием товара от поставщика

Различают однородные и неоднородные доставки груза. Основанием для документального оприходования товара служат документы:

- товарно-транспортная накладная (накладная);
- счет-фактура;
- протокол согласования цены.

К документам могут прилагаться упаковочные вкладыши и декларация соответствия, либо реестр сертификатов.

В дальнейшем на обороте накладной счетный работник делает расшифровку товара – стоимость каждой учетной группы по цене приобретения: товар, (две цены), тара, вспомогательный материал, малоценные предметы (по оптовой).

При отклонении в количестве и качестве прием приостанавливают, продолжают в присутствии комиссии (3 человека) с составлением Акта об установлении расхождения в количестве и качестве при приеме товара (ф. АП-2) в 3-х экземплярах. Это должно произойти не позднее 3-х дней при поступлении отечественной продукции и 7-ми – импортной. Скоропортящуюся продукцию необходимо принять в течение 24 часов.

Поступление товара без счета оформляется Актом о приеме товара, поступившего без счета (АП-3) в 2-х экземплярах. Хранят его отдельно до

поступления счета.

Факт поступления материально-ответственные лица удостоверяют своими подписями и печатью торговой организацией. Груз принимают по весу брутто или нетто.

Принятый товар регистрируют в документах первичного учета:

При приеме товара особое внимание обращают на соответствие количества и ассортимента полученных товаров сопроводительным документам, доброкачественность товара (на упаковке наименование завода, № серии, анализа).

Уделяют внимание товарам с ограниченным сроком годности.

В основе учета товаров заложены следующие принципы:

- организация учета по каждому материально - ответственному лицу или бригаде (договор о материальной ответственности);
- выбор наиболее рациональной для данного предприятия схемы учета товаров (учетная политика);
- единство оценки товаров при их оприходовании и выбытии;
- отчетность о наличии и движении товаров, представляется материально-ответственными лицами в соответствующие установленные сроки;
- периодическая проверка путем проведения инвентаризации.

Существуют три вида схемы учета товаров:

1. Индивидуальная (попредметная) – фиксируется движение каждой единицы товаров (с использованием штрихового кодирования).
2. Натурально-стоимостная – фиксация движения товаров по отдельным наименованиям в натуральном и стоимостном измерениях (предметно-количественный учет).
3. Стоимостная – фиксируется общий объем товарной массы.

Факт оприходования товара фиксируется на соответствующих счетах бухгалтерского учета. Используется активный синтетический счет 41 «Товары» (В балансе имеются активные и пассивные счета).

Следует помнить, что в активных счетах начальный остаток всегда в дебетовой части, также любые изменения, связанные с увеличением активного

счета, отражаются всегда в дебетовой части, конечное сальдо фиксируется в дебетовой части или его не будет.

Любые изменения, связанные с уменьшением активного счета, отражаются в кредите.

В пассивных счетах начальное сальдо всегда в кредитовой части, любые увеличения пассивного счета также отражаются в кредитовой части. Конечное сальдо отражается в кредите или его совсем не будет. Любые изменения, связанные с уменьшением пассивного счета, фиксируют в дебетовой части счета.

Следовательно, в счете 41 «Товары» дебетовое сальдо отражает стоимость товаров, наводящихся на балансе предприятия. Оборот по дебету отражает приходные товарные операции.

Особенностью бухгалтерского учета товаров является их отражение на счетах только по ценам продажи, в валюту баланса (сумму) товары включают только по цене приобретения (покупки).

Разница между ценами продаж и ценой поступления составляет торговую наценку, которая отражается на пассивном синтетическом счете 42 «Торговая наценка».

Следовательно, при оприходовании поступившего товара осуществляется сложная проводка (т.к. занято более 2-х счетов), т.е. стоимость поступившего товара отражается:

- в Д 41 счета «Товары» (продажная цена);
- в К 60 счета «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» (цена поступления);
- в К 42 счета «Торговая наценка» (разница между продажной и ценой поступления).

Счет 41 бухгалтерского учета проводки «Товары» корреспондирует со счетами (таблица 1.4).

Таблица 1.4 – Корреспонденция счета 41 «Товары» в бухгалтерском учете

По дебету	По кредиту
15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»	
41 «Товары»	10 «Материалы»
42 «Торговая наценка»	20 «Основное производство»
60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»	41 «Товары»
66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам»	44 «Расходы на продажу»
67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам»	45 «Товары отгруженные»
68 «Расчеты по налогам и сборам»	76 «Расчеты с разными дебиторами кредиторами»
71 «Расчеты с подотчетными лицами»	79 «Внутрихозяйственные расчеты»
73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»	80 «Уставный капитал»
75 «Расчеты с учредителями»	90 «Продажи»
76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»	94 «Недостачи и потери от порчи ценностей»
79 «Внутрихозяйственные расчеты»	97 «Расходы будущих периодов»
80 «Уставный капитал»	99 «Прибыли и убытки»
86 «Целевое финансирование»	
91 «Прочие доходы и расходы»	

Таким образом, мы видим, что счет 41 назначается для обобщения информации о наличии и движении товарно-материальных ценностей, которые были приобретены как товары с целью продажи.

1.5 Документальное оформление и учет поступления и реализации товаров

Согласно 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» организация имеет право самостоятельно разрабатывать формы первичных документов. Однако в действующей практике работы торговых предприятий принято использовать унифицированные формы документов.

Для оформления приемки товаров по качеству, количеству, массе и

комплектности применяется «Акт о приемке товаров» (форма № ТОРГ-1), который составляется приемной комиссией предприятия-получателя, назначенной приказом или распоряжением руководителя этого предприятия.

Нормируемые потери связаны с изменением физико-химических свойств товара (естественная убыль, потери от боя товаров в стеклопосуде, завес тары и т.д.), психологией человека (потери в магазинах самообслуживания). Для предприятий, находящихся в государственной или муниципальной собственности, нормы этих потерь устанавливаются государством.

Предприятия других форм собственности могут пользоваться нормами, установленными государством, или разрабатывать собственные нормы.

Ненормируемые потери являются главным образом результатом бесхозяйственности, порчи товаров, недостачи, растраты, хищения и т.д.

Основные корреспонденции счетов бухгалтерского учета по недостачам товаров, выявленным при приемке, представлены в табл. 1.3.

В соответствии с Инструкцией по применению счетов бухгалтерского учета сумму недостач, хищений и потерь от порчи ценностей, выявленных в процессе их заготовления, хранения и реализации, первоначально отражается по учетным ценам на дебете счета 94 в корреспонденции со счетом 41, исключение составляют:

- недостачи и потери, выявленные при приемке товаров по вине поставщиков;
- потери ценностей в результате стихийных бедствий (их списывают в дебет счета 91-2).

Таблица 1.5 – Основные корреспонденции счетов бухгалтерского учета по недостаткам товаров, выявленным при приемке

№ п/п	Документ основание и хозяйственная операция	Корреспонденция счетов	
		Дебет	Кредит
1	Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товаров	94	60
2	Бухгалтерская справка. Списывание недостачи в пределах норм естественной убыли при доставке товара (решение руководителя)	44	94
3	Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товаров (коммерческий акт ТОРГ-2).	76	60

Одновременно списывается торговая наценка, относящаяся к недостающим или испорченным товарам:

Дебет 42 «Торговая наценка» Кредит 98 «Доходы будущих периодов», субсчет «Разница между суммой по покупным и текущим (рыночным) ценам»

В следующей главе работы представлена краткая экономическая характеристика деятельности розничного предприятия «Витязь», проведён анализ продажи товаров и финансовых результатов.

Реализация товара сопровождается следующими документами: товарный чек, кассовый чек.

2 Краткая экономическая характеристика деятельности розничного предприятия «Витязь», анализ продажи товаров и финансовых результатов

2.1 Характеристика предприятия «Витязь»

Организационно-правовая форма предприятия: Индивидуальный предприниматель ИП Черноусова Н.Н.

Торговое предприятие «Витязь» - компания с более чем 16-летним опытом деятельности в розничной торговле мужской и женской одеждой, обувью и аксессуарами.

Торговое предприятие «Витязь» действует на территории города Колпашево Томской области с 2000 года.

В настоящий момент предприятие является одним из лидеров розничной торговли одеждой в г. Колпашево.

В каталоге магазина более 1000 брендов мужской, женской обуви и одежды разных ценовых категорий, всего более 2 000 000 товаров.

Основным видом деятельности организации «Витязь» по ОКВЭД является

52.42 – Розничная торговля одеждой

Дополнительный вид деятельности по ОКВЭД:

52.48.23 – Розничная торговля спортивными товарами, рыболовными принадлежностями, туристским снаряжением, лодками и велосипедами

Дата присвоения ОГРН: 21.02.2014

ИНН: 7007012135

КПП: 700701001

Юридический адрес: 636460, Томская область, Колпашевский район, город Колпашево, ул. Белинского, 17.

Предприятие является юридическим лицом частной формы собственности. Имеет обособленные подразделения.

Предприятие применяет общий режим налогообложения.

Предприятие производит один вид продукции.

Уставный капитал 1500 тыс.руб.

Численность работников 115 чел.

Основная цель деятельности предприятия может быть достигнута только в случае правильно организованной системы бухгалтерского учета, который зависит от выбранных методов учета и правильного распределения прав и обязанностей сотрудников.

Организационная структура управления организацией «Витязь» представлена на рисунке 1.

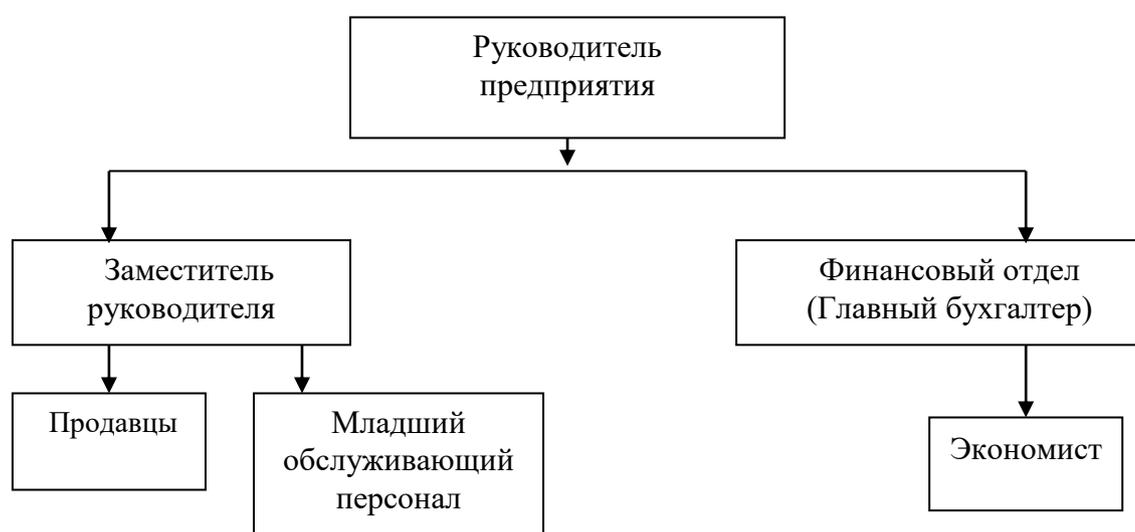


Рисунок 2.1 – Организационная структура управления торговым предприятием «Витязь»

Проведем анализ состава и структуры персонала «Витязь», для этого рассмотрим показатели среднесписочной численности сотрудников, численности сотрудников по образованию и численности персонала по стажу.

В таблице 2.1 представлена среднесписочная численность «Витязь».

Таблица 2.1 – Среднесписочная численность сотрудников «Витязь»

Показатели	На начало 2016 года
Среднесписочная численность	115
В т.ч.:	
Руководители	2
Руководители отдела	18
Продавцы-консультанты	95

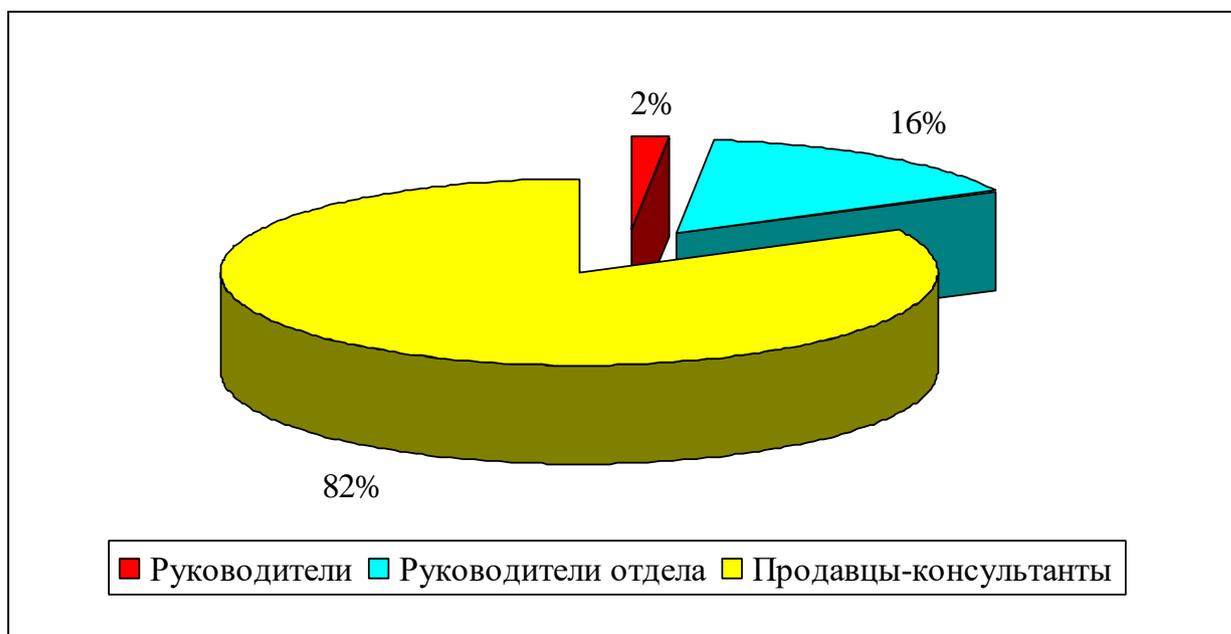


Рисунок 2.2 – Структура сотрудников торгового предприятия «Витязь»

Таким образом, можно сделать выводы о том, что в настоящее время в «Витязь» трудится 115 человек, из них 2 директора, руководящие «Витязь», и 113 менеджеров

Проанализируем численность персонала по образованию, используя данные таблицы 2.2.

Таблица 2.2 – Численность сотрудников «Витязь» по образованию

Показатели	2015	2016
Среднесписочная численность	115	115
В т.ч.:		
с высшим образованием	105	108
со средним образованием	10	7

Таким образом, по таблице 2.2 можно сделать вывод о том, что в 2016 году увеличилась численность персонала с высшим образованием на 3 человека, это связано с тем, что ужесточились требования к образованию для персонала «Витязь» и сотрудники получили его в высших учебных заведениях.

В результате получения сотрудниками «Витязь» высшего образования, в 2016 году уменьшился абсолютный показатель численности сотрудников по среднему образованию на 3 человека.

В магазине «Витязь» представлен большой ассортимент товаров разной ценовой категории – от эконом до премиум класса.

Персонал «Витязь» с большим вниманием относится ко всем клиентам и учитывают в своей работе их пожелания.

Постоянные клиенты магазина «Витязь» уже оценили удобство дисконтной программы, которая не ограничивается предоставлением скидок. Владельцы дисконтных карт получают актуальную информацию о поступлениях новых коллекций, акциях, поздравления и подарки к праздникам, бонусы по итогам года и приятные сюрпризы.

Поставщиками «Витязь» являются официальные дистрибьюторы и производители, благодаря чему в магазине предложен широкий ассортимент мужской и женской одежды по доступным ценам.

Для того чтобы успешно функционировать в долгосрочной перспективе, организация должна уметь предвидеть, какие трудности могут возникнуть на ее

пути в будущем, и то, какие новые возможности могут открыться для нее.

Таблица 2.3 – SWOT-анализ «Витязь»

Сильные стороны	Возможности
<ol style="list-style-type: none"> 1. Цены ниже по сравнению с конкурентными. 2. Наличие собственной торговой площади. 3. Гибкая ценовая политика. 4. Наличие большого опыта работы с покупателями. 5. Налаженные связи с поставщиками. 6. Наличие положительного имиджа магазина «Витязь». 7. Возможность дополнительных скидок, распродажи. 8. Возможность постоянного повышения квалификации персонала. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие нового сегмента рынка. 2. Внедрение широкого ассортимента «Витязь» по доступным ценам. 3. Сотрудничество с другими торговыми центрами, реализующими одежду. 4. Возможность применения различные тактик ценообразования. 5. Рост ответственности персонала магазина «Витязь» за свою работу. 6. Развитие научно-технического фактора.
Слабые стороны	Угрозы внешней среды
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ухудшающая конкурентная позиция. 2. Отсутствие отдела маркетинга. 3. Слабый менеджмент. 4. Маленькие площади для реализации товаров. 5. Нехватка оборотных средств для закупок. 6. Нехватка финансовых средств. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабильность курс доллара и его рост (закупочные цены привязаны к доллару, а продажа осуществляется в рублях). 2. Появление новых крупных магазинов подобных товаров (конкурентов). 3. Происходит изменение политики поставщиков. 4. Финансовый кризис в экономике государства и мира. 5. Демпинг со стороны конкурентов. 6. Изменения предпочтений потребителей.

Матрица SWOT-анализа деятельности «Витязь» помогла установить связи между силой и слабостью, которые присущи организации, внешними угрозами и возможностями.

По итогам выделенных возможностей/угроз внешней среды и сильных и слабых сторон самого «Витязь» можно сформулировать стратегию для дальнейшего удачного существования на рынке товаров можно следующим образом:

- постоянно отслеживать мобильные параметры внешней среды;
- проанализировать свой опыт и опыт подобных магазинов;
- пересмотреть внутренний климат магазина: нормы и правила поведения, отношения внутри коллектива;
- провести четкий анализ конкурентов, выявить их сильные и слабые стороны, максимально усилить внимание на превосходение их преимуществ, создать альтернативные или качественно новые предложения (например, помощь в наиболее полном укомплектовывании заказа), развивать свои, уже сложившиеся, превосходства (предоставление кредита без помощи банка);
- по-новому, более эффективно организовывать работу с поставщиками, привлечь новых партнеров;
- использовать собственный потенциал;
- пересмотреть сложившийся менеджмент: продумать изменения в структуре магазина и реализации товаров, системе мотивации (премии, возможность обучения и повышения квалификации, карьерный рост и т.д.);
- провести реформу в системе маркетинга: более точно определить каналы распределения, выбрать стратегию продвижения фирмы и ее услуг, используя рекламу и собственный имидж;
- разработать комплекс мероприятий для удержания и расширения своей клиентской базы за счет формирования и поддержания высокого уровня удовлетворенности своих клиентов.

Далее представим анализ технико-экономических показателей «Витязь».

Анализ выручки организации начнем с рассмотрения ее динамики и структуры по видам реализованной продукции (таблица 2.1).

Из расчетов видно, что в 2013 – 2015 годах большую часть выручки организации составляет реализация женской одежды эконом и премиум класса.

В 2013 году доля реализации продуктов питания составляла 94,00 %, а на конец 2015 года снизилась до 89,44 %.

Снижение доли реализации женской одежды было связано с ростом долей в общей сумме выручки от реализации товаров (мужской и женской одежды) (с 5,18 до 9,13 % на конец 2013 и 2015 годов соответственно), а также

от реализации сопутствующих товаров (с 0,82 до 1,43 %).

В целом увеличение выручки от реализации за период с 2013 по 2015 год составило 34 160 тыс. руб. (14 888 тыс. руб. за 2008 год и 19 672 тыс. руб. за 2015 год).

Рост выручки от реализации является положительным для деятельности любой коммерческой организации. В данном случае он связан как с расширением объемов деятельности «Витязь», так и с увеличением цен на реализуемые товары.

Далее рассмотрим динамику и структуру выручки по видам покупателей (таблица 2).

Из расчетов видно, что в 2013 – 2015 годах реализация товаров «Витязь» происходила как физическим, так и юридическим лицам.

Наибольший удельный вес в структуре реализации товаров организации в течение 2013 – 2015 годов занимают физические лица (71,21 % на конец 2013 года и 62,39 % на конец 2015 года).

Однако к концу рассматриваемого периода заметна тенденция к росту доли юридических лиц в общей сумме реализации. Например, в 2013 году удельный вес данного вида покупателей возрос на 3,86%, а в 2015 году дополнительно увеличился на 4,96 %.

Информационной базой для проведения такого рода анализа являются данные аналитического учета по предприятию. Из расчетов видно, что в 2013 – 2015 годах подавляющее большинство товаров было реализовано в городе Колпашево (Томской области) – от 57,81 % на конец 2013 года до 52,48 % на конец 2015 года.

Однако к концу рассматриваемого периода заметна тенденция к росту реализации товаров по городу Колпашево (от 39,19 до 42,54 % соответственно), и даже за пределы Томска – по Томской области (от 3,00 до 4,98 % на начало и конец периода соответственно).

В завершение анализа выручки рассмотрим динамику возврата реализованных товаров (таблица 4).

Из расчетов видно, что в 2013 году от общей суммы выручки доля

возврата бракованной продукции составила всего 0,16 %.

На конец 2013 года при росте выручки от реализации доля данного показателя в общей сумме выручки составила 0,52 %. На конец 2015 года у организации не было фактов возврата бракованной продукции. Что говорит о высоком качестве закупаемых товаров, соблюдении нормативных сроков их реализации.

От рассмотрения динамики и структуры выручки перейдем к расчету и анализу показателей динамики рентабельности (таблица 2.4).

Таблица 2.4 – Анализ показателей рентабельности (%)

Показатель	Год		
	2013	2008	2015
1	2	3	4
Рентабельность продаж (Прибыль от продаж / Себестоимость * 100 %)	11,52	14,91	13,13
Общая рентабельность отчетного периода (Чистая прибыль / Выручка * 100 %)	11,41	14,59	13,06
Рентабельность собственного капитала (Чистая прибыль / Собственный капитал * 100 %)	45,96	48,79	50,33
Экономическая рентабельность (Чистая прибыль / Активы * 100 %)	33,57	19,42	19,71
Фондорентабельность (Чистая прибыль / Основные средства * 100 %)	56,80	60,13	69,75
Рентабельность перманентного капитала (Чистая прибыль / (Собственный капитал + Долгосрочные пассивы))	45,96	48,79	50,33

Из расчетов видно, что в 2013 – 2015 годах заметна тенденция к росту значений всех показателей данной группы.

На увеличение значений показателей рентабельности оказывают влияние следующие факторы: увеличение выручки от реализации, рост суммы собственных средств, увеличение чистой прибыли, рост валюты баланса. Все показатели рентабельности находятся на очень высоком уровне.

Анализ издержек обращения. Анализ издержек обращения «Витязь» проведем на основании таблицы 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ издержек обращения

Показатель	Год		
	2013	2008	2015
1	2	3	4
Выручка от реализации, тыс. руб.	96 790	111 278	130 950
Издержки обращения, тыс. руб.	9 246	12 764	14 002
Уровень издержек обращения, %	9,56	11,47	10,70

Из расчетов видно, что на конец 2013 года уровень издержек обращения организации составлял 9,56 % от уровня товарооборота.

На конец 2013 года произошло увеличение уровня издержек обращения до 11,47 %, а на конец 206 года – незначительное снижение до 10,70 %. В целом по сравнению с началом рассматриваемого периода прирост уровня издержек обращения (при росте выручки от реализации и суммы самих издержек) составил 1,14 %. Этот показатель является вполне удовлетворительным для организации данного вида деятельности и находится в пределах среднего уровня по отрасли в целом. Для более детального анализа издержек обращения рассмотрим структуру издержек обращения (таблица 2.2). Из таблицы видно, что в 2013 – 2015 годах происходило постоянное увеличение суммы издержек обращения. Например, на конец 2013 года сумма издержек обращения составляла 9 246 тыс. руб., а в 2015 году – уже 14 002 тыс. руб.

Большую часть затрат организации в 2013 – 2015 годах составляют прочие затраты (аренда оборудования, представительские и административные расходы, расходы на рекламу и пр.).

На конец 2013 года доля данных затрат в общей сумме издержек обращения составляла 76,29 %, а на конец 2015 года – 77,72 %.

Доля затрат на оплату труда в общей сумме издержек составляет на конец 2013 года 11,53 %, на конец 2015 года – 13,37 %.

Доля материальных затрат в структуре издержек также невелика, и составляет, на начало и конец периода, соответственно, 5,86 и 5,18 %.

Доля амортизации в общем уровне затрат на ведение дел также невелика,

и составляет по 6,32 и 3,74 % на начало и конец рассматриваемого периода.

В таблице 2.6 представлен расчет финансовых результатов предприятия.

Таблица 2.6 – Финансовые результаты работы предприятия «Витязь»

№ п/п	Показатель	Вычисление показателя	Сумма, руб.
1	Товарооборот розничный	Товарооборот входной + торговая наценка	21.756.200
3	Товарооборот входной	Товарооборот	14.220.000
4	Валовый доход	Торговая наценка	4266000
5	Расходы	Смета затрат	2450251
6	Прибыль валовая	Валовый доход за минусом сметы затрат	1815749
Налоги			
7	Прибыль налогооблагаемая	Прибыль валовая за минусом местных налогов	1815173
8	Налог на прибыль	20 % от прибыли налогооблагаемой	435641
9	Прибыль чистая	Прибыль налогооблагаемая за минусом налога на прибыль	1379532
10	НДФЛ	13%	3270200
11	Взносы во внебюджетные фонды (Всего)		350553,2
11.1	За работников (всего)	30% 22% 29% 5,1%	327399,87
	Пенсионный фонд		
	Фонд социального страхования		
	ФФОМС		
11.2	За себя (всего)		23153,33 руб.
	ПФР	19 356,48 руб.	
	ФФОМС	3 796,85 руб.	
12	Инвестиции в проект	-	2.800.000
13	Срок окупаемости затрат	-	2,03 года

Если учитывать затраты, которые понесет предприятие «Витязь» и прибыль, которую предприятие стремится получить, показатель торговой наценки составит 30 %.

Таким образом, товарооборот розничный составит:

$$14220 \text{ тыс. руб.} \times 1,3 = 18486 \text{ тыс. руб.}$$

Торговая надбавка будет равна: $18486 - 14220 = 4266$ тыс. руб.

Общая величина розничного товарооборота составит 21756,2 тыс. руб.
Расчет будет выглядеть следующим образом:

$$14220 + 4266 + 853,2 + 2417 = 21756,2 \text{ тыс. руб.}$$

2.2 Организация системы бухгалтерского учета. Применение информационных технологий

Бухгалтерский учёт ведётся в полном объёме с использованием «коммерческого» плана счетов.

От правильно сформированной учетной политики во многом зависят эффективность управления хозяйственной деятельностью предприятия и стратегия его развития на дальнейшую перспективу.

Основная цель деятельности предприятия может быть достигнута только в случае правильно организованной системы бухгалтерского учета, который зависит от выбранных методов учета и правильного распределения прав и обязанностей сотрудников.

Бухгалтерской службой на торговом предприятии «Витязь» ведётся бухгалтерский учет. Она является его структурным подразделением.



Рисунок 2.2 – Структура бухгалтерии «Витязь»

Бухгалтерская служба «Витязь» возглавляется главным бухгалтером. Главный бухгалтер подчиняется непосредственно руководителю

организации и несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета.

От правильно сформированной учетной политики во многом зависят эффективность управления хозяйственной деятельностью предприятия и стратегия его развития на дальнейшую перспективу.

Приказ по учетной политике – серьезный объемный документ.

Выписка из приказа об учетной политике «Витязь» представлена в Приложении А.

В настоящее время учет товарных операций в розничной торговле на предприятии «Витязь» осуществляется с помощью программного обеспечения 1С:Торговля и Склад 7.7

«1С:Торговля и склад» автоматизирует работу на всех этапах деятельности предприятия.

3 Операции движения товаров, документальное оформление, постановка на учет, порядок контроля

3.1 Способы оценки товаров при постановке на учет; Порядок формирования цены реализации. Значение счета 42 «Торговая наценка»

Общая схема отражения операций по счету 41 «Товары» в организации «Витязь» выглядит следующим образом (рисунок 3.1).



Рисунок 3.1 – Схема отражения операций по счету 41 «Товары»

Товары, поступающие на предприятие розничной торговли «Витязь», должны иметь сопроводительные документы, предусмотренные условиями поставки товаров и правилами перевозки грузов.

К основным документам, подтверждающим поступление товаров, относятся: накладная, товарно-транспортная накладная, железнодорожная накладная, авианакладная, коносамент, счет-фактура, счет.

Накладная выписывается материально ответственным лицом при оформлении отпуска товаров со склада и при принятии товаров в торговой организации.

Товарная накладная это первичный документ в бухгалтерском учете. На основании товарной накладной происходит оформление отпуска товара другим

организация и ведется учет соответствующих операций.

Пример оформления товарной накладной на предприятии «Витязь» представлен Приложении Д.

Для оплаты поступающих товаров на предприятиях торговли могут быть использованы «Счет-фактура» или «Счет» (Приложение В).

Товарный чек – это документ, который является подтверждающим бухгалтерским документом факт приобретения покупателем товара в торговой организации. Товарный чек выписывается для того, чтобы защитить права потребителя.

Товарный чек является оправдательным документом целевого использования выделенных денежных средств, обычно он прилагается к чеку контрольно-кассовой машины или может заменять его.

Пример оформления товарного чека в «Витязь» представлен Приложении Е.

Оприходование поступивших товаров регистрируется штампом на сопроводительных документах: товарно-транспортной накладной, счете-фактуре, счете и других документах, которые удостоверяют количество и качество поступивших товаров.

Товары, поступившие на предприятие без сопроводительных документов или с их частичным отсутствием, принимаются комиссией и оформляются приемным актом.

Для получения товаров со складов и баз поставщиков материально ответственными лицам выдается доверенность.

Внутреннее перемещение товаров между структурными подразделениями проводится на основании распоряжения руководителя предприятия и оформляется накладной.

Первичные приходные и расходные документы служат основанием для составления товарного отчета.

Учет товаров в розничной торговле ведется на счете 41.

Счет 41 необходим для обобщения информации о наличии и движении товарно-материальных ценностей, которые приобретены в качестве товаров для

продажи. Этот счет чаще всего используется торговыми предприятиями.

«Витязь» осуществляет торговую деятельность, поэтому на счете 41 «Товары» учитывает также покупную тару и тару собственного производства (кроме инвентарной, служащей для производственных или хозяйственных нужд и учитываемой на счете 01 «Основные средства» или 10 «Материалы»).

Товары, принятые на ответственное хранение, учитываются на забалансовом счете 002 «Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение». Товары, принятые на комиссию, учитываются на забалансовом счете 004 «Товары, принятые на комиссию».

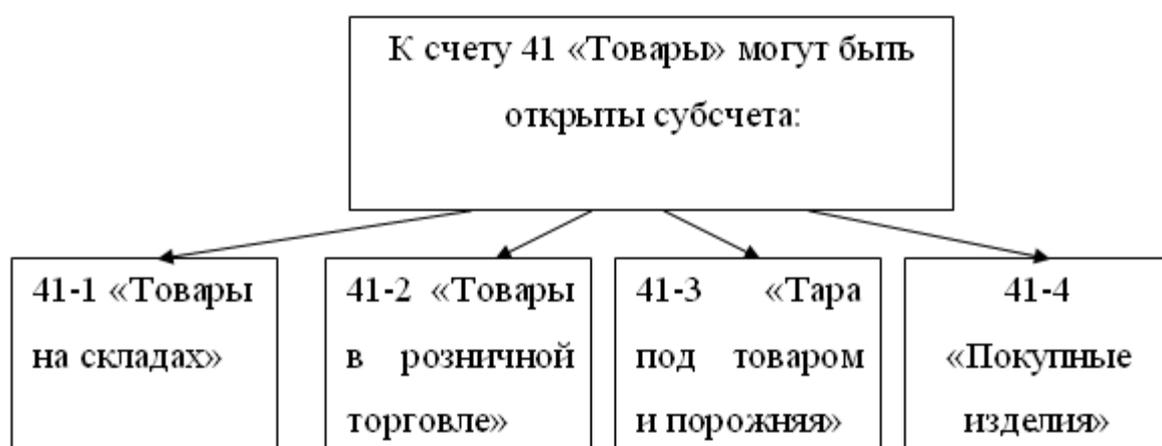


Рисунок 3.2 – Субсчета к счету 41

Оприходование прибывших на склад товаров и тары отражается по дебету счета 41 в корреспонденции со счетом 60 по стоимости их приобретения.

При признании в бухгалтерском учете выручки от продажи товаров их стоимость списывается со счета 41 «Товары» в дебет счета 90 «Продажи».

Если выручка от продажи отпущенных (отгруженных) товаров определенное время не может быть признана в бухгалтерском учете, то до момента признания выручки эти товары учитываются на счете 45 «Товары отгруженные». При фактическом их отпуске (отгрузке) производится запись по кредиту счета 41 «Товары» в корреспонденции со счетом 45 «Товары отгруженные».

Товары, переданные для переработки другим организациям, не

списываются со счета 41 «Товары», а учитываются обособленно.

Аналитический учет по счету 41 «Товары» ведется по ответственным лицам, наименованиям (сортам, партиям, кипам), а в необходимых случаях и по местам хранения товаров.

В учетной политике «Витязь» описаны особенности применения счета 42 «Торговая наценка».

Счет 42 «Торговая наценка» используется на предприятии торговли «Витязь» с целью обобщения информации о торговых наценках (скидках, накидках) на товары при учёте их по продажным ценам.

На этом счете учитываются также скидки, предоставляемые поставщиками «Витязь» на возможные потери товаров, а также на возмещение дополнительных транспортных расходов.

На предприятии «Витязь» приходятся поступившие от поставщиков товары обычно бухгалтерской записью по дебету счета 41 «Товары» и кредиту счета 60 «Расчет с поставщиками и подрядчиками» по покупным ценам.

Для доведения покупной стоимости оприходованных товаров до стоимости по продажным ценам определяют разницу между стоимостью приобретения товаров и их стоимостью по продажным ценам и на эту разницу дебетуют счет 41 и кредитуют счет 42 «Торговая наценка».

Аналитический учет товаров в «Витязь» ведут как материально ответственные лица, так и бухгалтерия.

Главная цель аналитического учёта - получение информации, которая необходима для управления товарными запасами (соблюдение нормативов, контроль за сохранностью товаров и т.п.).

В учетной политике предприятия «Витязь» определены методы учета поступления товаров.

Товары могут поступать от поставщиков, комитентов, спонсоров, учредителей как вклад в уставный (складочный) капитал.

При поступлении товаров от поставщиков, если товары учитываются по цене приобретения, то делаются записи по следующей схеме (рисунок 3.3).

Дебет 41 Кредит 60	оприходование товаров по цене приобретения
Дебет 19 Кредит 60	отражение в учете налога на добавленную стоимость на поступившие товары

Рисунок 3.3 – Схема записи при поступлении товаров от поставщиков, когда товары учитываются по цене приобретения в торговой организации «Витязь»

Когда товары в торговой организации «Витязь» учитываются по цене реализации, то схема записей приобретает иной вид (рисунок 3.4):

Дебет 41 Кредит 60	оприходование товаров по цене приобретения
Дебет 19 Кредит 60	отражение в учете налога на добавленную стоимость на поступившие товары
Дебет 41 Кредит 42	отражение в учете торговой наценки на поступившие товары

Рисунок 3.4 – Схема записи при поступлении товаров от поставщиков, когда товары учитываются по цене приобретения в торговой организации «Витязь»

Приведенные схемы используются, как правило, тогда, когда товары учитываются на счете 41 «Товары» по покупным ценам, т.е. отсутствуют какие-либо другие расходы, связанные с приобретением товаров.

Если стоимость приобретения товаров включает в себя кроме покупной цены другие расходы (транспортные, по страхованию и т.п.), отражаемые в учете не одновременно, целесообразно сначала все расходы, связанные с приобретением товаров, собрать на дебете счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей», а после определения фактической себестоимости товаров отразить ее по дебету счета 41 «Товары» с кредита счета

15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»:

Дебет 15 Кредит 60 (76,51 и др.)	отражены в учете затраты, связанные с приобретением товаров (кроме НДС)
Дебет 19 Кредит 60 (76,51 и др.)	отражен в учете НДС на поступившие товары и на услуги, связанные с приобретением товаров
Дебет 41 Кредит 15	оприходованы товары по стоимости приобретения
Дебет 41 Кредит 42	отражена в учете торговая наценка на поступившие товары

Рисунок 3.5 – Схема записи, когда стоимость приобретения товаров включает в себя кроме покупной цены другие расходы в торговой организации «Витязь»

Согласно учетной политике «Витязь» учет продажи товаров по договору розничной купли-продажи следующим образом (рис. 3.6).

Дебет 50 Кредит 90.1	поступила в кассу выручка за товары
Дебет 90.2 Кредит 41.2	списаны проданные товары (по учетным ценам)
Дебет 90.2 Кредит 42	списана торговая наценка, относящаяся к проданным товарам (сторнировочная запись)

Рисунок 3.6 – Схема записи учета продажи товаров по договору розничной купли-продажи в торговой организации «Витязь»

Сумма выручки за день определяется как разность между показаниями счетчиков ККМ на конец и начало дня.

Рассмотрим особенности учета переоценки товаров согласно учетной политики «Витязь».

Назначение цены - суверенное право собственника и под влиянием различных обстоятельств он, собственник, или повышает или понижает продажные цены на свои товары.

Если учет товаров ведется по стоимости приобретения, то повышение цен не касается бухгалтера, уменьшение - только в том случае, если цены снижаются ниже себестоимости товаров.

Если учет товаров ведется по продажным ценам, то их повышение отражается записью:	Дебет 41 «Товары» Кредит 42 «Торговая наценка»
Если цены снижаются, то делается обратная запись	Дебет 42 «Торговая наценка» Кредит 41 «Товары»
Если цены снижаются ниже себестоимости, то делается запись	Дебет 42 «Торговая наценка» Дебет 91.2 «Прочие расходы» Кредит 41 «Товары»

Рисунок 3.7 – Учет переоценки товаров согласно учетной политики «Витязь»

3.2 Учет реализации товаров, документальное оформление розничного товарооборота, сумма выручки. Учет дохода от продажи товаров

3.2.1 Расчёт валового дохода. Расчёт средней торговой наценки

Размер торговой наценки устанавливается приказом руководителя «Витязь». На предприятии используется единая торговая наценка (одинаковая для всех товаров).

При принятии к бухгалтерскому учету товаров по продажным ценам на

сумму торговой наценки кредитуют счет 42 «Торговая наценка» в корреспонденции со счетом 41 «Товары». Соответственно, списываемая с кредита счета 41 «Товары» в дебет счета 90 «Продажи» стоимость реализованных товаров равна сумме полученной за эти товары выручки. Для выявления финансового результата от реализации дебетовый оборот счета 90 «Продажи» должен быть скорректирован на сумму торговой надбавки (наценки), относящейся к реализованным товарам.

Это осуществляется путем отражения суммы торговой наценки по реализованным товарам по кредиту счета 42 «Торговая наценка» в корреспонденции с дебетом счета 90 «Продажи» методом «сторно».

Рассмотрим особенности расчета валового дохода «Витязь» по общему товарообороту.

Под товарооборотом понимается сумма выручки за реализованные товары (подп. 2.2.3 п. 2 Методических рекомендаций), т. е. оборот по кредиту счета 90 субсчет «Выручка».

Выручка от продаж торговой фирмы «Витязь» за февраль 2016г. составила 240 000 руб.

Согласно приказу руководителя организации на все товары начисляется торговая наценка в размере 20%.

Валовой доход (торговая наценка, относящаяся к реализованным товарам) «Витязь» за февраль 2016 года будет 40 000 руб. ($240\,000 \times 20 : (100 + 20)$).

«Витязь» рассчитывает валовой доход от розничной торговли по среднему проценту. Выручка фирмы за март 2016 г. составила 300 000 руб. Для расчета валового дохода используются также следующие данные бухгалтерского учета:

Сальдо счета 42 на 01.03.2016 (ТНн) – 20 000 руб.;

Кредитовый оборот счета 42 за март 2016 г. (ТНп) – 30 000 руб.;

Дебетовый оборот счета 42 за март 2016 г. (ТНв) – 0 руб.;

Сальдо счета 41 на 31.03.16 – 200 000 руб.

Валовой доход «Витязь» (торговая наценка, относящаяся к

реализованным товарам) составит:

$$\text{ВД} = 300\,000 \times (20\,000 + 30\,000) : (300\,000 + 200\,000) = 30\,000 \text{ руб.}$$

3.2.2 Расчет издержек обращения на реализованные товары

В течение отчетного месяца «Витязь» осуществляет бухгалтерский учет всех понесенных издержек обращения. В составе понесенных издержек обращения транспортные расходы и расходы по оплате процентов за банковский кредит заключительными оборотами месяца подлежат распределению между объемом реализации и остатком товаров на конец отчетного месяца.

Остальные виды издержек обращения не подлежат распределению и в полной сумме списываются на реализацию (в дебет счета 46 «Реализация продукции (работ, услуг)»).

Расходы на транспортировку и по оплате процентов за банковский кредит распределяются с помощью среднего процента распределяемых издержек обращения в следующем порядке:

1) суммируются распределяемые издержки обращения, относящиеся к остатку товаров на начало месяца, и данные расходы, совершенные в отчетном месяце;

2) суммируется оценка остатка товаров на начало месяца и стоимость товаров, поступивших в отчетном месяце (по учетной стоимости);

3) определяется средний процент распределяемых издержек обращения как частное (п.1) : (п.2);

4) расходы на транспортировку и по оплате процентов за банковский кредит, относящиеся к реализованным в отчетном месяце товарам, определяются умножением стоимости реализованных товаров на средний процент (п.3). В случае текущего учета товаров по покупной стоимости стоимость реализованных товаров определяется по принятым методам оценки;

5) расходы на транспортировку и по оплате процентов за банковский кредит, относящиеся к остатку нереализованных товаров, определяются как

разность (п.1) – (п.4).

Распределение и списание на реализацию издержек обращения отчетного месяца в торговом предприятии «Витязь».

Торговая организация «Витязь» на начало отчетного месяца имела показатели (руб.):

- остаток товаров на сумму – 8000
- издержки обращения на остаток товаров – 2000

В течение отчетного месяца:

- поступило товаров – 102000
- реализовано товаров – 94000
- остаток нереализованных товаров на конец месяца – 16000

Списано в издержки обращения отчетного периода – 45000

Из них:

- начисленная заработная плата – 20000
- страховые взносы – 7000
- транспортные расходы – 17000
- расходы на оплату процентов за кредит банка – 1000

1. Определим расходы на упаковку и транспортировку (распределяемые издержки обращения), приходящиеся на остаток нереализованных товаров.

1) Общая сумма распределяемых издержек, включая их остаток на начало отчетного месяца:

$$2000 + 17000 + 1000 = 20000 \text{ (руб.)}$$

2) Стоимость полного объема товаров отчетного месяца (остатка товаров на начало месяца и

$$\text{поступивших товаров}) 800 + 102000 = 110\,000 \text{ (руб.)}$$

3) Средний процент распределяемых издержек обращения: $20000 : 110\,000 = 0,18$ (18%)

4) Сумма распределяемых издержек обращения, приходящихся на реализованные товары: $94000 * 0,18 = 16920$ (руб.)

5) Сумма распределяемых издержек обращения, приходящаяся на остаток товаров на конец месяца: $20000 - 16920 = 3080$ (руб.)

2. Общая сумма издержек обращения, списываемая на реализацию:
 $20000 + 7000 + 16920 = 43920$ (руб.)

3.2.3 Отражение на счетах бухучета хозяйственных операций по реализации товаров и предоставлению скидки

Бухгалтерский учет хозяйственных операций по реализации товаров на предприятии «Витязь» осуществляются на счете 90 «Продажи».

Счет 90 «Продажи» предназначен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности организации, а также для определения финансового результата по ним. На этом счете отражаются, в частности, выручка и себестоимость по:

- покупным изделиям (приобретенным для комплектации);
- товарам и т.п.

На предприятии «Витязь», осуществляющего розничную торговлю и ведущего учет товаров по продажным ценам, по кредиту счета 90 «Продажи» отражается продажная стоимость проданных товаров (в корреспонденции со счетами учета денежных средств и расчетов), а по дебету - их учетная стоимость (в корреспонденции со счетом 41 «Товары») с одновременным сторнированием сумм скидок (накидок), относящихся к проданным товарам (в корреспонденции со счетом 42 «Торговая наценка»).

К счету 90 «Продажи» могут быть открыты субсчета (рисунок 3.7).



Рисунок 3.8 – Субсчета к счету 90

Записи по субсчетам 90-1 «Выручка», 90-2 «Себестоимость продаж», 90-3 «Налог на добавленную стоимость».

Таким образом, синтетический счет 90 «Продажи» сальдо на отчетную дату не имеет.

По окончании отчетного года все субсчета, открытые к счету 90 «Продажи» (кроме субсчета 90-9 «Прибыль / убыток от продаж»), закрываются внутренними записями на субсчет 90-9 «Прибыль / убыток от продаж».

В торговой организации «Витязь» аналитический учет по счету 90 «Продажи» ведется по каждому виду проданных товаров, продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг и др. Кроме того, аналитический учет по этому счету может вестись по регионам продаж и другим направлениям, необходимым для управления организацией.

Взаимосвязь показателей раздела 1 Отчета о прибылях и убытках и субсчетов счета 90 «Продажи» видна из таблицы 3.1.

Таблица 3.1 – Взаимосвязь показателей раздела 1 Отчета о прибылях и убытках и субсчетов счета 90 «Продажи»

Раздел 1 Отчета о прибылях и убытках		Порядок расчета показателя на конец отчетного периода по данным счета 90 «Продажи»
Наименование показателя	Код строки	
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	Сальдо субсчета 90.1 минус сальдо субсчета 90.3 минус сальдо субсчета 90.4 минус сальдо субсчета 90.5 минус сальдо субсчета «Налог с продаж»
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	Сальдо субсчета 90.2
Коммерческие расходы	030	Сальдо субсчета «Расходы на продажу»
Управленческие расходы	040	Сальдо субсчета «Управленческие расходы»

Скидка как уменьшение цены товара при текущей поставке — это предоставление скидки, не связанной с изменением цены по договору.

К скидкам, предоставляемым в момент реализации, относятся распродажи, акции, сезонные, праздничные скидки, скидки за единовременный оптовый объем, за приобретение выставочного образца и т.п.

Этот вариант предоставления скидки является самым простым с точки зрения бухгалтерского и налогового учета у каждой из сторон соглашения.

Можно сказать, что в подобном случае поставщик не предоставляет скидку, а фактически договаривается об отпускных ценах с покупателем.

На момент отгрузки товара продавец и покупатель знают окончательную цену товара, которая и указывается в документах на отгрузку.

Выручка продавца «Витязь» определяется исходя из цены товара с учетом предоставленной скидки. Это предусмотрено п. п. 6 и 6.5 ПБУ 9/99 [7].

Цена товара в отгрузочных документах (счете-фактуре, накладной N ТОРГ-12, универсальном передаточном документе (УПД) и др.) отражается уже с учетом скидки.

Покупатель, в свою очередь, получив отгрузочные документы от продавца, примет товар к учету по цене с учетом предоставленной скидки (п. 6 ПБУ 5/01 [6]).

Скидка как уменьшение цены единицы отгруженного товара после даты поставки (ретроспективная скидка). К скидкам, изменяющим цену товара, в частности, относят:

- пересмотр цены в случае достижения определенного объема товара;
- пересмотр цены в случае выбора товара на определенную сумму.

Особенность предоставления ретроскидок заключается в следующем: в момент продажи товаров продавец еще не знает о том, что в дальнейшем покупатель может получить скидку, выполнив соответствующие договорные условия. Поэтому при отгрузке товаров все первичные документы выписываются продавцом исходя из первоначальной цены товара, установленной договором купли-продажи. Если в дальнейшем покупатель выполняет условия договора о предоставлении скидки, то цена товара

уменьшается и, следовательно, продавцу необходимо внести исправления в первичные документы.

Если скидка предоставляется на уже проданный товар, то важно понять, до окончания отчетного года или после она была предоставлена.

Если скидка предоставлена в текущем периоде, необходимо скорректировать выручку от реализации в момент предоставления скидки. Отражение в бухгалтерском учете на момент реализации будет следующим:

Д 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» (50 «Касса») К 90 «Продажи», субсчет 1 «Выручка», — отражена выручка от реализации.

Отражение в бухгалтерском учете на момент предоставления скидки на основании корректировочного счета-фактуры такое:

Д 62 К 90-1 — СТОРНО — сторнирована выручка по ранее отгруженным товарам (на сумму предоставленной скидки);

Если скидка предоставлена за прошлые периоды, то сумму такой скидки необходимо отразить в составе прочих расходов в текущем периоде на дату предоставления скидки (согласно ПБУ 10/99 [8]):

Д 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет 2 «Прочие расходы», К 62 — отражены убытки прошлых лет, связанные с предоставлением скидки покупателю;

Следует оценить существенность корректировок. Если ретроспективная скидка определена продавцом в следующем отчетном периоде, но до даты утверждения годовой бухгалтерской отчетности, данное событие признается корректирующим событием, подтверждающим существовавшие на отчетную дату хозяйственные условия, в которых организация вела свою деятельность. Оно отражается в учете заключительными оборотами отчетного периода в случае признания данного события существенным.

3.2.4 Прочее выбытие товаров, потери, возврат, и т.п. документальное оформление, отражение на счетах бухгалтерского учета

Товарные потери на предприятии «Витязь» возникают при

транспортировке, хранении и отпуске товаров. Они подразделяются на нормируемые и ненормируемые.

Ненормируемыми (сверхнормативными) товарными потерями являются потери от брака и порчи товаров, а также потери по недостаткам, растратам и хищениям. К таким потерям относится уменьшение массы товаров сверх норм естественной убыли, понижение качества по сравнению со стандартами, а также порча товаров вследствие нарушения нормальных условий хранения, халатности должностных лиц.

Товарные потери сверх норм естественной убыли, потери от порчи ценностей при отсутствии конкретных виновников, а также недостачи и хищения товарно-материальных ценностей, во взыскании которых отказано судом вследствие необоснованности исков, относятся на убытки организации.

3.2.5 Порядок составления отчетности по движению товаров материально-ответственными лицами. Составление товарного отчета порядок, периодичность

Товарный отчет является документом, подтверждающим остаток товара, числящийся за конкретным материально ответственным лицом.

В «Витязь» товарный отчет составляется материально ответственным лицом на основании товаросопроводительных документов.

Товарные отчеты составляются в двух экземплярах, один из которых вместе со всеми оправдательными документами, подтверждающими поступление и выбытие товаров, передается в бухгалтерию предприятия, а другой, с отметкой бухгалтера предприятия о получении отчета и документов, хранится у материально ответственного лица, составившего его. Нумерация товарных отчетов должна быть сквозной от начала до конца года.

Учет товаров в товарных отчетах ведется в тех же ценах, что и учет товаров на предприятии (покупных или продажных).

После оформления товарного отчета документ передается в бухгалтерию.

Бухгалтер предприятия должен проверить сам товарный отчет, поступивший в бухгалтерию, и прилагаемые к нему первичные документы. Документы и отчет проверяются по двум направлениям – формально (по правильности оформления) и арифметически.

В Приложении Б представлена заполненная форма товарного отчета торгового предприятия «Витязь».

В следующем параграфе рассмотрим особенности оценки применяемой в организации системы учета товаров для перепродажи и сформулируем предложения по ее совершенствованию.

4 Оценка применяемой в организации системы учета товаров для перепродажи и формулировка предложений по ее совершенствованию

Товаром считают имущество, предназначенное для перепродажи без его переработки.

Учет подобного имущества на предприятии «Витязь» регулирует Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов (ПБУ 5/01).

Товары (мужская и женская одежда) в торговой организации «Витязь» отражаются в бухгалтерском балансе по стоимости их приобретения.

«Витязь» включает в состав издержек обращения затраты по заготовке и доставке товаров до центрального склада, производимые до момента передачи товаров в продажу. В этом случае товары принимаются к бухгалтерскому учету по их покупной стоимости, то есть по стоимости, уплачиваемой в соответствии с договором поставщику (продавцу).

Организация «Витязь» производит оценку приобретенных товаров по продажной (розничной) стоимости с отдельным учетом наценок (скидок).

В данном случае разница между стоимостью приобретения и стоимостью по продажным ценам (торговые скидки, накладки) отражается в бухгалтерском учете обособленно.

Таким образом, в организации розничной торговли «Витязь» учет товаров может осуществляться по решению организации:

- по покупной стоимости по приобретенным товарам;
- по продажной (розничной) стоимости, то есть по ценам фактической реализации. Эта величина включает сумму налога на добавленную стоимость по реализованным товарам (исчисляемую от величины торговой наценки).

С целью совершенствования учета поступления товаров на исследуемом предприятии «Витязь» предлагаем внедрить концепцию учёта затрат по ABC-методу в розничной торговле одеждой.

одним из современных способов учёта затрат на приобретение товара для реализации в магазине «Витязь», является ABC-метод (activity based costing –

учёт затрат по видам деятельности).

ABC-метод – это метод учета затрат, в основе которого находится понятие деятельности, потребляющей ресурсы.

Сущность ABC-метода заключается в том, что вся финансово-хозяйственная деятельность предприятия представляется в виде стоимостных потоков (бизнес-процессов) из набора определенных видов деятельности (функций), которые выстраивают стоимостную цепочку по формированию затрат для выпускаемой продукции.

Этот метод вполне мог бы быть использован в системе розничной торговли одеждой, когда товар носит эксклюзивный характер и предназначен для определённого целевого покупателя.

При этом необходимо выделить следующие концептуальные принципы использования данного метода:

1. Затраты на бизнес-процесс (БП) «приобретение-продажа товаров» включают:

- Прямые затраты (стоимость товаров по покупной цене) – Счёт 41.
- Косвенные затраты по функциям и видам деятельности – Счёт 44.

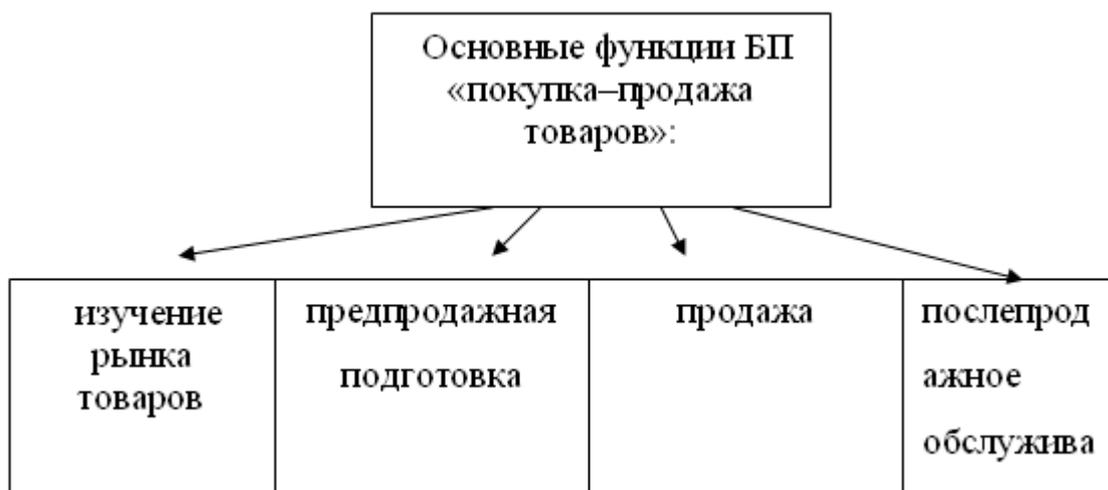


Рисунок 4.1 – Функции бизнес-процесса «покупка-продажа товара»

В рамках каждой функции предусматриваются отдельные виды деятельности.

3. Формирование издержек обращения (Сч.44) по видам деятельности, функциям. Драйверы затрат для всех процессов товародвижения – временные

(часы, дни), так как главный фактор успешности бизнеса в торговле – время и скорость обращения товаров. Для административно-обслуживающей функции можно предусмотреть драйверы затрат в виде m^2 , товарооборот и т.п.

4. Учет затрат на аналитических счетах видов деятельности – по экономическим элементам.

5. Расчет издержек обращения, списанных в реализацию в бухгалтерском и налоговом учете, и расчет НЗП по сч. 44 осуществлять внесистемным способом.

6. Оценка товаров в учете – по покупной стоимости.

7. Использование двух вариантов расчета стоимости товаров: полная, которая включает все затраты, и неполная, при которой затраты по административно-обслуживающей функции обособляются и учитываются на сч. 44/адм.

8. Выявление финансового результата от продаж осуществляется на сч. 90, к которому могут открываться аналитические позиции счетов 3-порядка, характеризующие наименование товаров. Например: 90.1.01 (01 – товар А).

Подсчёт стоимости товара (мужской и женской одежды, спортивных товаров) по ABC-методу в торговой организации «Витязь» (г. Колпашево) позволит, с одной стороны, более точно составить калькуляцию и, соответственно, определить более объективную цену на реализуемый товар.

С другой стороны, осуществить контроль над формированием затрат по видам деятельности, функциям и всему бизнес-процессу в целом, устраняя при этом неэффективные виды деятельности.

В настоящее время более 90 % рынка занимают программные продукты фирмы «1С».

Сейчас на предприятии «Витязь» бухгалтер применяет версию платформы «1С: Бухгалтерия 8.2», которая использует конфигурацию 2.0.

В рамках совершенствования учета товарных операций на предприятии «Витязь» предлагаю использовать усовершенствованную конфигурацию для учета товарных операций платформу «1С: Бухгалтерия 8.3», которая поддерживает новую конфигурацию 3.0, а также и предыдущую конфигурацию

2.0 (табл. 4.1, 4.2).

Редакция 3.0 разработана на основе редакции 2.0 конфигурации «Бухгалтерия предприятия» и использует, в частности, следующие возможности платформы «1С: Предприятие 8»:

- поддержка работы в режиме тонкого клиента и веб-клиента;
- новые возможности управления интерфейсом программы и отдельных форм;
- перенос основной «вычислительной» нагрузки на сервер и экономное использование ресурсов клиента.

Таблица 4.1 – Поддержка отдельных функций конфигурациями версий 2.0 и 3.0

Показатель	Конфигурация 2.0	Конфигурация 3.0
Электронная подпись электронных документов	–	+
Отчет по продажам	–	–
Журнал по возвратам	–	–
История созданных и отредактированных документов	–	+
Редактирование в самой форме документов	–	+

Специалисты отмечают повышение удобства в работе в конфигурации 3.0. Переход между разделами учета происходит с помощью закладок с названиями разделов и пиктограммами, что упрощает работу пользователя. Каждый раздел имеет наглядную панель навигации, с помощью которой открывается журнал документов и нужные справочники. Пользователь может самостоятельно настроить состав объектов на панели навигации согласно своим предпочтениям.

Работа с конфигурацией 3.0 начинается с раздела «Рабочий стол», на который удобно вывести журналы и справочники, используемые в

повседневной работе. Внешний вид формы практически любого документа или справочника легко изменить в соответствии с определенной деятельностью организации. Например, можно изменить порядок расположения полей или скрыть неиспользуемые закладки. Сделанные изменения можно передать другим пользователям.

Согласно табл. 4.1, функционал конфигурации версии 3.0 значительно расширен по сравнению с версией 2.0.

Таблица 4.2 – Поддержка отдельных документов конфигурациями версий 2.0 и 3.0

Показатель	Конфигурация 2.0	Конфигурация 3.0
Бухгалтерская отчетность	+	+
Налоговые декларации	+	+
Отчеты в фонды	+	+
Регистры учета, в том числе:		
- регистр сведений;	+ -	+
- регистр накоплений;	+ -	+
- регистр бухгалтерии;	+ -	+
- регистр расчетов.	+ -	+

При заполнения документа программа выделяет тот реквизит, в котором была допущена ошибка, и сообщает об этом, а также в чем именно эта ошибка заключается.

В конфигурации 8.2 данная функция выглядит сложнее: она указывает на ошибку только после заполнения всего документа, и выносится в нижнюю часть программы — пользователь должен был сам найти, в чем произошла ошибка.

В редакции 3.0 вес данные сотрудника, в том числе должность, могут

вводиться и редактироваться напрямую в карточке сотрудника, а не в отдельных формах документов как было в предыдущей редакции. Кадровые приказы могут печататься из карточки сотрудника [55].

Начисление заработной платы, НДФЛ и страховых взносов отражается одним общим документом. Также поддерживается вывод печатных документов в формате офисных приложений (Microsoft Word, OpenOffice Writer), что нельзя было осуществить в предыдущей редакции [55].

В конфигурации под редакцией 3.0 есть возможность сдачи отчетности через Интернет при помощи авторизованного фирмой «1С» спецоператора связи. Принцип сдачи отчетности через электронные каналы связи заключается в подготовке необходимых форм регламентированной отчетности в конфигурации «Бухгалтерия предприятия», их подписании электронной цифровой подписью (ЭЦП) абонента, шифровании и последующей отправке в контролирующие органы [56]

Версия конфигурации 2.0 имеет по сравнению с версией 3.0 ряд ограничений:

- не поддерживается ведение учета по нескольким организациям в одной базе;
- можно применять только типовую конфигурацию и обновлять её;
- не поддерживается работа в варианте клиент-сервер.

В следующих версиях редакции 3.0 конфигурации «Бухгалтерия предприятия» планируется реализовать:

- учет доходов и расходов индивидуальных предпринимателей - плательщиков НДФЛ;
- отчеты, в том числе: справки-расчеты; регистры налогового учета; анализ налогового учета по налогу на прибыль; анализ налогового учета по УСН; анализ бухгалтерского учета; анализ начисленных налогов и сборов;
- сервисные механизмы, в том числе: монитор бухгалтера; отчеты для руководителя; справочник корреспонденции; календарь бухгалтера; интернет-поддержка пользователей; дата запрета редактирования; ввод хозяйственных операций с помощью справочника «Типовые операции» [55].

Таким образом, в конфигурации 3.0 введен ряд новшеств, обеспечивающих более полную поддержку действующего законодательства, а также удобство работы пользователя. Несмотря на некоторые недостатки, можно рекомендовать торговой организации «Витязь» переходить на работу с конфигурацией 3.0.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

Группа		ФИО	
Институт	Электронного обучения	Кафедра	
Уровень образования	БАКАЛАВР	Направление/специальность	
Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»			
<p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения) - опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) - негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу) - чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера) 		<p>1. На предприятии «Витязь» используется современное оборудование;</p> <p>2. В работе бухгалтер, чаще всего, страдает от неподвижного положения в течение всего рабочего дня;</p> <p>2. Освещенность, влажность, производственный шум – всё соответствует нормам.</p>	
<p><i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>		<p>1. Трудовой кодекс;</p> <p>2. Основные экологические законы РФ;</p> <p>3. Закон о социальной защите населения РФ.</p>	
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке			
<p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы корпоративной культуры исследуемой организации; - системы организации труда и его безопасности; - развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации; - системы социальных гарантий организации; - оказание помощи работникам в критических ситуациях. 		<p>1. Руководство «Витязь» уделяет большое внимание информированию персонала об особенностях кадровой политики.</p> <p>2. Принципиально важно создать комфортные и безопасные условия труда для сотрудников торговой организации «Витязь».</p> <p>3. Оплата труда работников производится в соответствии с действующим Трудовым кодексом Российской Федерации, Коллективным договором и локальными нормативными актами «Витязь», регулирующими вопросы оплаты труда работников.</p> <p>4. «Витязь» придерживается политики высокой социальной ответственности перед своими сотрудниками, членами их семей, пенсионерами, ушедшими на пенсию.</p> <p>4. Торговое предприятие «Витязь» уделяет особое внимание развитию человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения</p>	

	<p>квалификации.</p> <p>5. Система нематериального стимулирования включает в себя организацию корпоративных мероприятий, спортивных соревнований, реализацию проектов, направленных на создание благоприятной эмоциональной атмосферы в офисе и многое другое.</p>
<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содействие охране окружающей среды; - взаимодействие с местным сообществом и местной властью; - спонсорство и корпоративная благотворительность; - ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров); - готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д. 	<p>1. Торговое предприятие «Витязь» постоянно взаимодействует с органами власти, выстраивая с ними конструктивные отношения.</p> <p>2. Выстраивание открытых и прозрачных деловых отношений с общественностью в регионах присутствия рассматривается как один из приоритетов деятельности.</p> <p>43 Торговая организация «Витязь» строго соблюдает антимонопольное законодательство, обеспечивает потенциальным деловым партнерам открытый и равный доступ к процедурам закупки товаров, работ и услуг, нацеливает их на формирование лучшего предложения по качеству и цене.</p> <p>4. «Витязь» прилагает все усилия к тому, чтобы предотвращать несчастные случаи на производстве, аварийные ситуации и пожары, а при возникновении таковых — минимизировать их последствия.</p> <p>6. Производственный экологический контроль осуществляется с целью обеспечения экологической безопасности, получения достоверной информации о состоянии окружающей среды, исполнения требований законодательства и нормативов в области охраны окружающей среды.</p>
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ правовых норм трудового законодательства; - анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов; - анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности. 	<p>1. Анализ специальных правовых и нормативных законодательных актов (ст. 328 ТК РФ, ч. 1 и 3 ст. 265 ТК РФ, Постановление Правительства РФ от 25.02.2000 N 163, Приказ МВД РФ от 13.05.2015 N 365, Приказ МВД РФ от 18.04.2011 N 206, Федеральные законы N 437-ФЗ и N 196-ФЗ);</p> <p>2. Анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации (устав компании, памятка для сотрудника).</p>
<p>Перечень графического материала:</p>	
<p>При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)</p>	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
---	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель				

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата

5 Социальная ответственность на предприятии «Витязь»

5.1 Определение целей и задач программы КСО

Наименование предприятия: «Витязь».

Элемент: социальная ответственность.

Под корпоративной социальной ответственностью понимается система добровольных взаимоотношений между работником, работодателем и обществом, направленная на совершенствование социально – трудовых отношений, поддержание социальной стабильности, развитие социальной и природоохранной деятельности.

Социальная миссия «Витязь» — продажа высококачественных товаров повседневного спроса, необходимых обществу для содействия социальному прогрессу, росту благосостояния общества, стабильному развитию территорий и благополучию населения регионов хозяйствования, повышению уровня жизни своих работников.

Свою социальную миссию «Витязь» реализует через корпоративную социальную ответственность по отношению к персоналу, местным сообществам и обществу в целом».

Деятельность «Витязь» в области корпоративной социальной ответственности носит системный характер и направлена на результат.

Все проекты объединены единой стратегией, а это значит, что все они направлены на реализацию единой цели – формированию и укреплению ценностей социально-ответственного поведения в бизнес-среде.

Руководство «Витязь» уверены, что в деловом сообществе успех измеряется не только объемами прибыли, но также и тем влиянием, которое оказывает субъекты бизнеса на мировое и локальное сообщество

Задачами программы корпоративной социальной ответственности предприятия «Витязь» являются:

- реализация программы по укреплению ответственности компании как представителя международного бизнес-сообщества (выработка стратегии

построения доверительных долгосрочных отношений с партнерами и клиентами, противодействия коррупции, привлечения внимания общественности к необходимости добросовестной деловой практики, информационной открытости в отношении собственников, поставщиков, бизнес-партнеров, клиентов и заинтересованных сторон и т.д.);

- реализация социальной программы (корпоративная политика, взаимодействие с социальными группами, чьи интересы пересекаются с деятельностью компании и т.д., благотворительность, образовательные проекты);

- реализация экологической программы (ресурсосбережение, проекты в сфере защиты окружающей среды и т.д.).

Таблица 5.1 – Стейкхолдеры организации «Витязь»

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1. Директор	1. Органы власти
2. Руководители	2. Общество и общественные организации
3. Сотрудники	3. Деловые партнеры
4. Клиенты	4. Конкуренты
	5. Банки и иные финансовые организации.

Структуры стейкхолдеров торговой организации «Витязь» на предмет количества соответствует для предприятий подобного направления.

В результате можно сделать вывод о том, что мероприятия КСО, реализуемые предприятием «Витязь» целесообразны и полностью соответствуют ожиданиям всех стейкхолдеров.

Структура программ КСО

Таблица 5.2 – Структура программ КСО «Витязь»

Наименование мероприятия	Элемент	Стейкхолдеры	Сроки реализации мероприятия	Ожидаемый результат от реализации мероприятия
Экзамен по охране труда	Безопасность труда	Персонал: сотрудники, руководители	Каждые 3 месяца	Все сотрудники должны чутко знать правила охраны труда и безопасности
Дополнительные премии	Поддержание социальной значимости заработной платы	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год каждому сотруднику	Сотрудники должны быть удовлетворены заработной платой
Заключение договоров страхования по ДМС сотрудников	Дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников	Персонал: сотрудники, руководители	1 раз в год	Сотрудники будут иметь полис ДМС.
Стажировка сотрудников в ТПУ.	Развитие персонала	Персонал: сотрудники, руководители	2 раза в год	Повышение квалификации персонала.
Заключение договора на вывоз мусора	Охрана окружающей среды	Общество и общественные организации, органы власти	1 раз в 3 года	Чистота на территории «Витязь»
Благотворительный концерт, благотворительная акция.	Благотворительность	Общество и общественные организации	1 раз в 2 года	Благотворительная помощь.
Спонсирование футбольной команды детей 10-12 лет в г. Стрежевом	Спонсорство	Общество и общественные организации, деловые партнеры	Каждые 6 месяцев	Помощь футбольному клубу.

Параметры КСО

Персонал организации

Приоритетами «Витязь» в управлении влиянием на внутреннюю среду являются повышение мотивации работников, охрана их здоровья и повышение эффективности труда.

1. Организация считает человеческий капитал своим наиболее ценным

активом. Поэтому инвестиции в персонал рассматриваются как инвестиции в будущее организации, его эффективность и устойчивость. Принципы и правила делового поведения и этики в «Витязь» регламентируются Этическим кодексом.

2. При приеме на работу и повышении в должности «Витязь» учитывает профессиональные качества кандидатов.

3. «Витязь» стремится развивать каналы коммуникаций с работниками, учитывает мнение работников и уважает право работников на доступ к необходимой для них информации.

4. «Витязь» формирует лояльность и повышает мотивацию работников за счет обеспечения конкурентоспособного уровня оплаты труда, комплексной социальной поддержки, безопасных и комфортных условий труда, обучения и реализации карьерного потенциала работников.

Таблица 5.3 – Регуляторы мотивации персонала

Регуляторы	Описание
1. Рабочая среда	Удобное рабочее место Низкий уровень шума Эргономика, дизайн Хорошие физические условия труда
2. Вознаграждения	Хорошая заработная плата Справедливое вознаграждение по результатам работы Социальные блага (спорт и культурный отдых)
3. Безопасность	Ощущение своей принадлежности, нужности для предприятия Уважение, признание, одобрение со стороны коллег и руководства Хорошие отношения в коллективе
4. Личный рост	Возможности для обучения Возможность карьеры Рост ответственности Возможность экспериментирования, творческого роста
5. Чувство безопасности	Ощущение полезности своей работы Информированность о пределах, планах, перспективах предприятия Интерес руководства личным мнением работников
6. Интерес и вызов	Интересная работа Возрастающая ответственность Соревновательный эффект (быть лучше другого)

5. Торговая организация «Витязь» продвигает среди работников здоровый образ жизни и проводит инструктажи по технике безопасности с целью снижения риска профессиональных заболеваний и травматизма на рабочем месте.

Экологическая программа

Предприятие «Витязь» стремится бережно относиться к окружающей среде, в т.ч. через экономное потребление ресурсов (электроэнергии, бумаги, топлива и т.д.). В помещении магазина принята концепция «зеленого офиса», которая сочетает в себе комплекс мероприятий, направленных на снижение неблагоприятного воздействия на окружающую среду, а также коммуникационные меры, направленные на повышение уровня экологической сознательности работников «Витязь».

Производственный экологический контроль осуществляется с целью обеспечения экологической безопасности, получения достоверной информации о состоянии окружающей среды, исполнения требований законодательства и нормативов в области охраны окружающей среды.

5.2 Определение затрат на программу

В таблице 4.3 представим основные затраты предприятия на корпоративную социальную ответственность.

Таблица 4.3 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период	Итого
1	2	3			
1	Безопасность труда	тыс. руб.	120	720	
2	Поддержание социальной значимости заработной платы	тыс. руб.	280	1680	

	Дополнительное медицинское и социальное			1020	
3.	страхование сотрудников	тыс. руб.	170		
4.	Развитие персонала	тыс. руб.	98	588	
5.	Пакет социальных услуг:	тыс. руб.	199	1194	
6.	Охрана окружающей среды	тыс. руб.	59	354	
7.	Благотворительность	тыс. руб.	20	120	
8.	Спонсорство	тыс. руб.	13	78	
				ИТОГО:	5754

5.3 Ожидаемая эффективность программы КСО

Итак, в результате сделаем общий вывод относительно эффективности программ КСО предприятия:

1) Программы КСО соответствует целям и стратегии организации «Витязь».

2) На предприятии «Витязь» преобладает внешняя КСО.

3) Программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров. Торговое предприятие в своей деятельности неукоснительно соблюдает требования законодательства, придерживается принципов добросовестной деловой практики и честной конкуренции.

4) Какие преимущества получает компания, реализуя программы КСО?

Реализуя программу КСО, торговая организация «Витязь» получает преимущества занятия лидирующей позиции на конкурентном рынке.

Все действия руководства и сотрудников предприятия «Витязь» направлены на то, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований национального и международного рынка и с полным учетом затрат, так как именно этот показатель при соблюдении всех вышеназванных условий свидетельствует о наибольшей эффективности ведения бизнеса.

5) Затраты на мероприятия КСО адекватны их результатам.

6) Рекомендации, которые могут быть предложены для совершенствования практики КСО «Витязь»:

- в области социального обеспечения сотрудников: Жилищная политика и политика кредитования.

Учитывая остроту проблемы с обеспечением жилья и экономическую неэффективность ее решения, предлагаем поддержку от «Витязь» с помощью экономически эффективного инструмента – выдачи беспроцентного долгосрочного займа. Развитие и практическое внедрение этого вида кредитования позволит повысить привлекательность труда в «Витязь».

Заключение

Целью данной дипломной работы являлось комплексное исследование учета поступления и реализации товаров, разработка обоснованных предложений и рекомендаций по совершенствованию учета, оптимизации товарных запасов на исследуемом торговом предприятии «Витязь» (г. Колпашево, Томской области).

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы, полученные при решении основных задач исследования.

Торговля как крупная отрасль экономики, представляет собой вид хозяйственной деятельности, состоящий в продвижении товара от производителя к потребителю. В последнее время, внимание специалистов к вопросам бухгалтерского учета в торговле значительно возросло. Именно торговые отношения являются двигателем экономики всей страны, а товарные операции являются основным объектом учета в торговле. После произошедших изменений в России резко возросло количество предприятий торговли, вследствие чего бухгалтерский учет в торговле, его организация и совершенствование приобретают важное значение.

Учет товарных операций обеспечивает сбор и систематизацию информации о товарных остатках на начало и конец отчетного периода, их поступлении и расходовании.

Введение комплексной автоматизации учета в розничной торговле, которая позволяет не только эффективно и оперативно управлять магазином, но и экономить средства. Например, автоматический учет продукции и товаров позволяет держать минимальный запас, так как незачем покупать товар вперед — экономится площадь на складе, уменьшается «залеживание» продукции. Благодаря получению оперативной информации о наличии/отсутствии продукции на складе с задачей учета может справиться меньший штат сотрудников.

Также используя систему автоматизации розничной торговли можно получить разнообразные отчеты для контроля персонала — получение сводных

отчетов по группе терминалов, фиксация всех данных о работе магазина, многоуровневая система разграничения прав доступа.

Таким образом, можно сделать вывод, что исследование выполнило поставленные задачи и внесло свой вклад в решение проблемы бухгалтерского учета товаров для перепродажи и сформулировать предложения по ее совершенствованию в организации «Витязь».

Список используемых источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
3. О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 21.11.1996 N 129-ФЗ (в ред. от 03.11.2006 N 183-ФЗ) // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
4. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по его применению: Приказ Минфина России от 31.10.2000 (в ред. от 18.09.2006 № 115н). // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
5. Положения по бухгалтерскому учету «Учет Запасов ПБУ 5/2012 с 01.01.2013 // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 утверждено Приказом Минфина России от 9 июня 2001 г. N 44н // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
7. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 утверждено Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. № 32н // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.

8. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 утверждено Приказом Минфина России от 6 мая 1999 г. № 33н // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
9. Постановление Госкомстата России от 25.12.98 №132 « Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации» // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
10. Методические указания по бухгалтерскому учету МПЗ утв. МФ РФ от 28.01.2001 №119 // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
11. О внесении изменений в приказы Министерства финансов Российской Федерации по бухгалтерскому учету: Приказ Минфина РФ от 08.11.2010 № 142н // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
12. Государственный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-99 «Торговля - термины и определения // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: Справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – М.: АО Консультант Плюс, 2016.
13. Астахов В.П. Бухгалтерский учет в торговле. Учебное пособие, Ростов на/Д: Феникс, 2010 – 380с.
14. Афаунова Ж.Ч. Управленческие аспекты учёта инновационных процессов на предприятии / Ж.Ч. Афаунова, Л.А. Ахметова, Р.А. Шибзухова // Фундаментальные исследования, 2015. – № 2-3. – С. 534-537.
15. Афлятова К.Л. Проблемы и развитие учета товарно-материальных ценностей // Инновационное развитие экономики, 2014. № 3 (20). С. 129-134.
16. Баскакова О.В. Экономика организаций (предприятий). — М.: Дашков и К, 2008.

17. Богаченко В. Бухгалтерский учет. Учебник / В. Богаченко, Н. Кириллова. – Издательство: Феникс, 2016. – 544 с.
18. Вольф Д.А. Сравнение конфигураций 1С бухгалтерии версий 2.0 и 3.0 // Учет, анализ и аудит: проблемы теории и практики, 2014. – № 12. – С. 23-26.
19. Воробьева Л.П. Учётная политика по организации и ведению бухгалтерского учёта / Л.П.Воробьева // Советник в сфере образования, 2015. – № 1. – С. 20-29.
20. Воронина Л.И. Теория бухгалтерского учета – М.:ЭКСМО, 2010 – 445с.
21. Воронков А.В. Учёт финансовых результатов холдинга по бизнес-процессам / А.В. Воронков // Современные аспекты экономики, 2014. – № 5 (201). – С. 70-75.
22. Высотская А.Б. Торговая наценка как определяющий элемент формирования финансового результата и налогового планирования // Terra Economicus, 2015. Т. 7. № 3-2. С. 180-182.
23. Глушков И.Е. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности. – М.: КНОРУС , 2008. – 941с.
24. Гойло Н.В. Направления усовершенствования методики бухгалтерского учета внутренних расчетов в группе предприятий / Н.В. Гойло // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки, 2013. – № 5. – С. 90-93.
25. Здоровец Ю.И. Функциональный анализ отношений участников интегрированного формирования / Ю.И. Здоровец // Вестник Тихоокеанского государственного университета, 2014. – № 1 (32). – С. 219-224.
26. Зубарева Л.В., Захарченко Н.А. Товары как объекты бухгалтерского учета предприятий / Трансформация экономических систем в условиях глобализации Департамент образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа - Югры, ГБОУ ВПО «Сургутский государственный университет Ханты-Мансийского автономного округа -

Югры», Факультет экономики; ответственный редактор: А.В. Грянова. Сургут, 2012. С. 104-107.

27. Клокова Н.В. 10000 проводок / Н.В. Клокова // Горячая линия бухгалтера. – 2010. – № 19-20.

28. Козырев В.М. Основы современной экономики. — М.: Финансы и статистика, 2013. — С. 312-313.

29. Кондраков И.П. Бухгалтерский учет Москва ИНФРА – М-2011г. 840с.

30. Королева Н.Ю., Исковская К. Товар как объект бухгалтерского учета // Экономическая политика хозяйственного роста. - Тематический сборник научных трудов. Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону, 2015. С. 174-180.

31. Короткова Т.Л. Коммерческая деятельность. – М.: Финансы и статистика, 2013.

32. Куликова Е.В. Бухгалтерский учёт и налоговый учёт: возможные пути сближения / Куликова Е.В. // Налоговая политика и практика, 2016. – № 3 (159). – С. 54-57.

33. Кутер М.И. Теория бухгалтерского учета М.: Финансы и статистика, 2013. – 591с.

34. Лысенко Д.В. Бухгалтерский управленческий учет. — М.: Инфра-М, 2015. — С. 149.

35. Львова Г.Н. Учётная политика в конфигурации «1С: Бухгалтерия предприятия» / Г.Н. Львова // Теоретические и прикладные аспекты современной науки, 2015. – № 7-6. – С. 127-130.

36. Макина С.А., Сидельников А.Р. Бухгалтерский и налоговый учет: противоречия и перспективы реформирования / С.А. Макина, А.Р. Сидельников // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов Материалы VI международной научной конференции, 2016. – С. 110-114.

37. Муравицкая Н.К. Бухгалтерский учет. — М.: КноРус, 2014. – С. 412.

38. Невешкина Е. В., Соснаускене О. И., Шредер Е. Г. Бухгалтерский учет в торговле практическое пособие, М.: Дашков и К, 2011 - 409с.
39. Особенности учета в торговле: практикум / Е. А. Смирнова, Л. К. Евдокимова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 144 с.
40. Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности. — М.: Дашков и К, 2013. — С. 104-105.
41. Патров В.В. Бухгалтерский учет товарных операций. — М.: Бухгалтерский учет, 2005. — 240 с.
42. Полякова С.И.; Е.В. Старовойтова Е.В.Бухгалтерский учет. Учебное пособие. Москва Эксмо, 2010. 414с.
43. Пошерстник И.В. Бухгалтерский учет на современном предприятии. Учебно-практическое пособие 2-е издание М.: Проспект, 2010.547с.
44. Смирнова Е.А., Евдокимова Л.К. Особенности учёта в торговле / Практикум. Санкт-Петербург, 2015. С. 8-10.
45. Смоляго С.В. Роль централизованного и децентрализованного материально-технического обеспечения в одноотраслевом холдинге / С.В. Смоляго // Вестник Кемеровского государственного университета, 2015. – № 2-5 (62). – С. 230-232.
46. Сосненко Л.С. Анализ материально-производственных запасов / Л.С. Сосненко, Е.С. Федяй // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 3. – С. 23-25.
47. Сысоева Г.Ф. Бухгалтерский учет, налогообложение и анализ внешнеэкономической деятельности / Г. Ф. Сысоева, И. П. Малецкая. – СПбГЭУ, 2016. – 425 с.
48. Федорович Т.В. Консолидированный учёт корпоративной прибыли: методический аспект / Т.В. Федорович, И.В. Дрожжина // Вестник Томского государственного университета. Экономика, 2015. – № 1 (29). – С. 170-185.

49. Фурцева С.Б. Концепции признания дохода в консолидированном управленческом учете и отчетности энергетических компаний / С.Б. Фурцева // Международный бухгалтерский учет, 2013. – № 27. – С. 26-32.
50. Челюбеева Р.Т. Бухгалтерский учет товарных операций в оптовой и розничной торговле. – Издательство: Издательский дом «Дашков и К», 2003. – С. 49.
51. Шеремет А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М. : Инфра-М, 2011. – 415 с.
52. Что такое «1С: Бухгалтерия предприятия» [Электронный ресурс]. URL: <http://v8.lc.ru/buhv8/> (дата обращения: 2.04.2016).
53. 1С: Бухгалтерия 8 — новые возможности для работы через Интернет [Электронный ресурс]. URL: <http://www.buh.ru/document.jsp?ID=2026&print=Y> (дата обращения: 10.03.2016).
54. О сроках поддержки редакции 2.0 конфигурации «Бухгалтерия предприятия» и рекомендации по переходу на версию 3.0 [Электронный ресурс]. URL: <http://lc.ru/news/info.jsp?id=17400> (дата обращения: 12.04.2016).
55. Обзор новой редакции 3.0 программы «1С: Бухгалтерия предприятия» [Электронный ресурс]. URL: <http://net-consult.ru/accountant/obzorbux3.php> (дата обращения: 2.04.2016).
56. Сравнение конфигурации «Бухгалтерия предприятия» редакции 3.0 с редакцией 2.0. Достоинства и новые возможности [Электронный ресурс]. URL: http://itsconsultant.ru/ls_stati_i_rekomendacii/articlejost/sravnenie-konfiguracii-buhgalt_predpriyatiya-redakcii-3 (дата обращения: 11.04.2016).
57. Информация для пользователей и партнеров № 16529 от 09.04.2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lc.ru/news/info.jsp?id=16529> (дата обращения: 2.04.2016).

Приложение А

ООО "Витязь"

предприятие (организация)

подразделение

Специализированная форма № 24-ОН

Утверждена приказом Минторга СССР 20.08.86 № 201

Код по ОКУД

0903025

Лимит товарного остатка

руб.

Товарный отчет № 114

за период с 03.01.2016 г. по 05.01.2016 г.

Материально-ответственное лицо

Источники поступления	Документ		Сумма	Отметки бухгалтерии	
	дата	номер			
Остаток на начало 03.01.2016 г.			15675.21		
Приход					
Лабан	03.01.2001	ПНк-000028	1000.00		
Итого в приходе			1000.00		
Расход					
Частное лицо	03.01.2001	РНк-000004	1022.55		
Списание	03.01.2001	Спс-000003	63.53		
Итого в расходе			1086.07		
Остаток на конец 05.01.2016 г.			15589.14		

Приложение (документов) 3 подпись

Приложение В

Договор купли-продажи товара

г.Колпашево, ул.Белинского 17/1 « _____ » _____ 200__ г.
Магазин «Витязь» 2 этаж

ДОГОВОР

Мы, ниже подписавшиеся, ИП Черноусова Наталья Николаевна,
именуемый в дальнейшем ПРОДАВЕЦ и _____

_____ именуемый в дальнейшем ПОКУПАТЕЛЬ, заключили договор о
нижеследующем.

ПРОДАВЕЦ продает товар _____

по цене _____

в кредит сроком на _____

ПОКУПАТЕЛЬ получает товар _____

_____ оплачивая частями в течение указанного срока _____

Первый взнос составляет не менее 50% от стоимости товара и равен _____

Второй взнос составляет _____

Третий взнос (окончательный расчет) составляет _____

до « _____ » _____ 200__ г.

Договор вступает в силу с даты подписания сторонами и выдачи товара
ПРОДАВЦОМ и действует до полного погашения ПОКУПАТЕЛЕМ долга за
товар.

В случае невыполнения условий договора ПРОДАВЕЦ передает дело в суд.

ПРОДАВЕЦ:

ИП Черноусова Н.Н.

ИНН 700700111386

ОГРНИП 304702809800071



МП

Подпись _____

Расшифровка подписи _____

ПОКУПАТЕЛЬ:

ФИО _____

Паспорт: _____ Серия _____ № _____

Выдан « _____ » _____ г.

Кем _____

Место регистрации _____

Место проживания _____

Место работы _____

ТЛФ дом. _____ раб. _____

Подпись _____

с момента приемки заказа, о чем сообщает Поставщику, выслав копию платежного поручения.

4.5. Обязательство Покупателя по оплате Товара считается надлежаще исполненным с момента поступления денежных средств на расчетный счет Поставщика.

5. Качество товара

5.1. Поставляемый Товар должен соответствовать по качеству и безопасности требованиям стандарта в соответствии с законодательством РФ.

6. Сдача-приемка товара

6.1. При приеме товара Покупатель проверяет его соответствие сведениям, указанным в товарно-транспортных накладных и сопроводительных документах (счет-фактура, товарная накладная или спецификация) по наименованию, количеству, ассортименту и качеству (по внешним признакам).

6.2. В случае обнаружения несоответствия количества, ассортимента и качества (по внешним признакам) поставленного товара данным, указанным в сопроводительных документах, Покупатель составляет по установленной форме акт приемки товара, подписываемый уполномоченными представителями Сторон. Один экземпляр счета-фактуры, подписанной Покупателем, и оригинал акта приемки об обнаруженных несоответствиях передаются уполномоченному представителю Поставщика непосредственно по окончании приемки, либо при отсутствии такового высылаются Поставщику.

7. Ответственность Сторон

7.1. В случае поставки товара ненадлежащего качества Покупатель вправе предъявить Поставщику требования: замены товара на товар надлежащего качества; соразмерного уменьшения покупной цены.

7.2. Покупатель вправе отказаться от оплаты товаров ненадлежащего качества, а если такие товары оплачены, потребовать возврата уплаченных сумм.

7.3. В случае возникновения обстоятельств непреодолимой силы (стихийные бедствия, военные действия, забастовки, запретительные акты государственных органов и т.п.) срок исполнения обязательств Сторонами переносится соразмерно сроку действия форс-мажорных обстоятельств.

7.4. Ответственность Сторон в иных случаях определяется в соответствии с действующим законодательством.

7.5. В случае просрочки платежа покупателем продавец вправе потребовать от покупателя уплаты пени в размере 0,3 % от суммы долга за каждый день просрочки или увеличить отпускную цену.

8. Порядок рассмотрения споров

8.1. Все споры, возникающие в связи с настоящим договором и из него, подлежат рассмотрению арбитражным судом города Новосибирска.

9. Прочие условия

Приложение Г

Товарная накладная «Витязь»

Унифицированная форма № ТОРГ-2
Утверждена постановлением Правительства России от 25.12.2010 № 132

Код
0330212
86623894

ООО "ПРАЙМ" 630005, г. Новосибирск, ул. Николая Островского 111 корп. 11 ИНН/КПП 7722541486/772201001 тел. 8 (383) 211-10-11 фс. 40702810800020002240 в филиал НСК ПАО "ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ БАНК ОТКРЫТИЕ" Новосибирск БИК 045004880 корр. 3010181035004010000880

Грузополучатель: ООО "ПРАЙМ" ИНН/КПП 7722541486/772201001 тел. 8 (383) 211-10-11 фс. 40702810800020002240 в филиал НСК ПАО "ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ БАНК ОТКРЫТИЕ" Новосибирск БИК 045004880 корр. 3010181035004010000880

Поставщик: ООО "ПРАЙМ" ИНН/КПП 7722541486/772201001 тел. 8 (383) 211-10-11 фс. 40702810800020002240 в филиал НСК ПАО "ХАНТЫ-МАНСИЙСКИЙ БАНК ОТКРЫТИЕ" Новосибирск БИК 045004880 корр. 3010181035004010000880

Плательщик: Индивидуальный предприниматель Чернусова Наталья Николаевна, Томская обл. г. Колпаево ул. Беленского 17/1-1 ИНН/КПП 700700111386 фс. 40502810054040100071 в Отделение 8616 Сбербанка России г. Томск БИК 046902806 корр. 301018108000000006096

Основание: Индивидуальный предприниматель Чернусова Наталья Николаевна, Томская обл. г. Колпаево ул. Беленского 17/1-1 ИНН/КПП 700700111386 фс. 40502810054040100071 в Отделение 8616 Сбербанка России г. Томск БИК 046902806 корр. 301018108000000006096

номер документа **78** дата составления **13.04.2015**

ТОВАРНАЯ НАКЛАДНАЯ

№ по поручку	Товар	наименование, характеристика, сорт, артикул товара	код	Единица		Вид упаковки	Количество в одной упаковке	Количество мест	Масса брутто	Количество (масса нетто)	Цена, руб. коп.	Сумма без учета НДС, руб. коп.	Ставка НДС, %	Сумма с учетом НДС, руб. коп.
				наименование	код по ОКЕИ									
1			3							10	11	12	13	14
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														
16														
17														
18														
19														
20														
21														
22														
23														
24														
25														
26														

Сумма с учетом НДС, руб. коп. 1 105,00

Сумма без учета НДС, руб. коп. 536,44

НДС, руб. коп. 568,56

Вид операции

Транспортная накладная

номер документа

дата

