

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет

Экономики и управления

Кафедра

«Бухгалтерский учет,
налогообложение и аудит»

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль

«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему:

Учет и анализ продажи товаров в розничной торговле
(на примере ООО «Строймаг»)

Студент группы 13ЭЭ1

С.С.С.
(подпись, дата)

Сёмина Анна Михайловна
(ФИО полностью)

Руководитель

С.С.С.
(подпись, дата)

Сазонова И.В.
(фамилия, инициалы)

Нормоконтролер

Б.Б.Б.
(подпись, дата)

Бадеева Е.А.
(фамилия, инициалы)

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от 05.06.2017 № 11)

Заведующий кафедрой

С.С.С.
(подпись)

Свиридова Н.В.
(фамилия, инициалы)

Работа защищена с оценкой хорошо (протокол ГЭК от 21.06.2017 № 21)

Секретарь ГЭК

С.С.С.
(подпись)

Сазонова И.В.
(фамилия, инициалы)

Пенза 2017

ОТЗЫВ

на бакалаврскую работу студентки
Факультета экономики и управления,
обучающейся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика»,
профиль подготовки: «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
Семиной Анны Михайловны
на тему «Учет и анализ продажи товаров в розничной торговле
(на примере ООО «Строймаг»)»

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы Семина Анна Михайловна показала высокую степень готовности к самостоятельной профессиональной деятельности, соответствие качества полученных знаний в университете требованиям подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» по профилю подготовки «Бухгалтерский учет, анализ и аудит».

Подбор документов для выпускной квалификационной работы, а также учебной и научной литературы выполнялся самостоятельно автором работы. Незначительная помощь была оказана в разработке содержания выпускной квалификационной работы, формулировке целей и задач исследования..

Выпускная квалификационная работа написана с использованием большого материала научной литературы, нормативно-правовых актов, внутренней документацией и бухгалтерской отчетности ООО «Строймаг». Особый интерес представляют предложенные рекомендации по учету и анализу продажи товаров в розничной торговле для объекта исследования – ООО «Строймаг».

Характер выпускной квалификационной работы позволяет судить об умении автора отстаивать собственную точку зрения, делать обоснованными выводы и предложения. Необходимо отметить способность выпускницы организовать работу в соответствии с планом и поставленной целью работы.

Автор выпускной квалификационной работы проявила добросовестное и прилежное отношение к ее выполнению. Стиль, качество исполнения работы отвечают предъявленным требованиям.

По результатам выполнения выпускной квалификационной работы можно сделать вывод о том, что Семина Анна Михайловна умеет работать с литературой, делать выводы и предложения и подготовлена к практической работе по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» по профилю подготовки «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». Работа допускается к защите в ГЭК и заслуживает оценки «отлично».

Руководитель ВКР _____

(подпись)

Сазонова И.В.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты учета и анализа товаров в8	8
розничной торговле.....	8
1.1 Цели, задачи и основные принципы учета товаров в розничной8	8
торговле.....	8
1.2 Правила ведения учета товаров в розничной торговле	14
1.3 Методика анализа товаров в розничной торговле	20
2 Бухгалтерский учет и анализ продажи товаров в.....28	28
розничной торговле (на примере ООО «Строймаг»).....	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО	28
«Строймаг»	28
2.2 Бухгалтерский учет продаж товаров в розничной торговле (на36	36
примере ООО «Строймаг»)	36
2.3 Анализ продаж товаров в розничной торговле (на примере ООО47	47
«Строймаг»).....	47
2.4 Рекомендации по учету и анализу продажи товаров в розничной51	51
торговле.....	51
Бухгалтерия.....	51
Архив.....	51
Заключение	55
Список использованных источников	59

Введение

На современном этапе одной из наиболее активно развивающихся отраслей в экономике Российской Федерации является розничная торговля.

Розничные торговые экономические субъекты выполняют важнейшую функцию: доставляют товары от производителей конечным потребителям.

Успешность деятельности розничных торговых предприятий обуславливает развитие регионов и страны в целом, так как они предоставляют рабочие места и платят налоги в бюджет.

Однако организация и поддержание на эффективном уровне деятельности розничного торгового экономического субъекта невозможно без наличия достоверной, своевременной и объективной информации о работе предприятия.

Данная информация собирается, накапливается и обрабатывается в системе бухгалтерского учета.

При этом основные факты хозяйственной деятельности, происходящие на розничных торговых экономических субъектах, связаны с продажей товаров покупателям.

Собранная и обработанная в системе бухгалтерского учета информация является базой для анализа продаж товаров, без проведения которого невозможно оценить эффективность основного вида деятельности розничного торгового предприятия, а также выявить резервы роста продаж, что в дальнейшем должно обусловить расширение масштабов деятельности и рост прибыли экономического субъекта.

Все перечисленные обстоятельства в комплексе обуславливают актуальность выбранной темы выпускной квалификационной работы, постановку ее цели и задач.

Важно подчеркнуть, что бухгалтерский учет продажи товаров на розничных торговых экономических субъектах является одной из наиболее

раскрытых тем на законодательном уровне, в научно-методической и периодической литературе.

Данный факт объясняется необходимостью нормативного регулирования учета данных активов, а также востребованностью в практической деятельности теоретических разработок и пояснений по особенностям бухгалтерского учета продаж товаров в розницу.

На законодательном уровне учет товаров регламентируется Федеральным законом Российской Федерации от 06.12.11 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учете», Положением по бухгалтерскому учету (ПБУ 5/01) «Учет материально-производственных запасов», Планом счетов хозяйственной деятельности и Инструкцией по его применению, а также Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств.

В развитие раскрытия действия и порядка применения указанных нормативно-законодательных актов в настоящее время написано большое количество учебно-методических работ по бухгалтерскому учету в торговле такими авторами как: Астахова В. П., Невешкиной Е. В., Николаевой Г. А., Патрова В. В., Соснаукене О. И., Шредер Е. Г. В своих трудах данные авторы подробно раскрывают особенности бухгалтерского учета продажи товаров на розничных торговых экономических субъектах.

Анализ материалов периодической печати таких, как Главбух, Бухгалтерский учет, Бухгалтерский учет и налогообложение, Бухгалтерский учет в торговле показал, что проблемы бухгалтерского учета продажи товаров достаточно часто освещаются в данных изданиях. При этом большая часть исследований посвящена раскрытию специфики учета сложных для правильного первичного оформления и отражения операций с данными активами таких, как: реализация просроченных товаров, методика формирования учетной политики по учету продажи товаров и т.д.

И, несмотря на детально проработанную нормативную базу и множество научно-методических работ в данной области, вопросы эффективной организации первичного, синтетического и аналитического учета продажи

товаров по-прежнему остаются актуальными для конкретных розничных торговых экономических субъектов.

Представленные обстоятельства обусловили интерес автора к выбранной теме выпускной квалификационной работы.

Цель выпускной квалификационной работы – раскрытие системы бухгалтерского учета продажи и анализа товаров на конкретном розничном торговом экономическом субъекте с целью его совершенствования.

Достижению поставленной цели должно способствовать поэтапное решение следующих задач:

- рассмотреть теоретические аспекты учета и анализа товаров в розничной торговле;
- раскрыть особенности бухгалтерского учета и провести анализ продажи товаров на объекте исследования;
- разработать рекомендации по совершенствованию учета и анализа продажи товаров в розничной торговле на объекте исследования.

В качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе выступает ООО «Строймаг» - розничный торговый экономический субъект города Пензы. В качестве предмета исследования в выпускной квалификационной работе выступает система бухгалтерского учета и анализ продажи товаров на объекте исследования.

Информационной базой для написания выпускной квалификационной работы послужили:

- нормативно-законодательные акты;
- научно-методическая литература по исследуемой проблеме;
- научно практические журналы: «Главбух», «Бухгалтерский учёт»;
- материалы справочно-правовых систем: Консультант Плюс и Гарант.
- бухгалтерские документы объекта исследования.

Для написания выпускной квалификационной работы использовались следующие методы научного познания: анализ, синтез, системный подход, сравнение и описание, табличный метод и графический метод.

Структурно выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка используемых источников, приложений.

Во введении представлена актуальность, цель, задачи, методы, информационная база и структура выпускной квалификационной работы.

В первом разделе рассмотрены теоретические аспекты организации бухгалтерского учета и анализа продажи товаров на предприятии.

Во втором разделе рассмотрены особенности организации бухгалтерского учета продажи товаров на объекте исследования, проведен их анализ, а также предложены мероприятия по совершенствованию организации учета и контроля товаров на объекте исследования.

В заключении представлены основные выводы по проведенному исследованию.

Список используемой литературы отражает информационную базу выпускной квалификационной работы.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в разработке мероприятий по их совершенствованию продаж товаров на розничном торговом экономическом субъекте. Данные исследования могут быть интересны собственникам и руководящему персоналу предприятия, а также другим пользователям, интересующимся вопросами оптимизации бухгалтерского учета продаж товаров на розничных торговых экономических субъектах.

1 Теоретические аспекты учета и анализа товаров в розничной торговле

1.1 Цели, задачи и основные принципы учета товаров в розничной торговле

Для осуществления деятельности любому розничному торговому экономическому субъекту необходимы различные виды имущества, которые группируются во внеоборотные и оборотные активы.

Оборотные активы представляют собой часть имущества предприятия, экономическая сущность которой проявляется в том, что данные активы используются в одном торговом цикле и сразу переносят свою стоимость на стоимость изготовленной продукции, реализованных товаров, выполненных работ, оказанных услуг [8, с. 36].

На практике учёта к оборотным активам относят все виды активов со сроком полезного использования менее 12 месяцев.

Важнейшей частью оборотных активов розничного торгового экономического субъекта являются товарно-материальные ценности.

Произведенный анализ нормативно-законодательной базы и учебно-методической литературы по бухгалтерскому учету показал, что в российской учетной практике достаточно часто в качестве синонимов используются понятия «материально-производственные запасы» и «товарно-материальные ценности».

Однако экономическое содержание представленных понятий все таки несколько разное.

Термин «материально-производственные запасы» применяется в основном на производственных экономических субъектах, и в узком смысле под данным термином понимаются материалы.

Термин «товарно-материальные ценности» применяется в основном на торговых экономических субъектах [37, с. 15].

В узком смысле под данным термином понимаются товары.

Товары – это часть оборотных активов, приобретенная или полученная от других юридических и физических лиц и предназначенная для продажи или перепродажи без дополнительной обработки [14, с. 7].

Организация и ведение бухгалтерского учета товарно-материальных ценностей на экономических субъектах осуществляется в строгом соответствии с действующей нормативной базой по бухгалтерскому учету (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Современная система нормативного регулирования бухгалтерского учета товарно-материальных ценностей в Российской Федерации

Уровень	Название стандартов	Характеристика документов
1	2	3
1 уровень	федеральные стандарты	регламентируют требования к учетной политике экономического субъекта, к первичным документам бухгалтерского учета, к документообороту в целом, к счетам бухгалтерского учета и порядку его применения, к образцам форм, к упрощенным способам ведения бухгалтерского учета
2 уровень	отраслевые стандарты	раскрывают особенности внедрения федеральных стандартов в конкретных видах экономической деятельности компаний
3 уровень	рекомендации в области бухгалтерского учета	детализируют правильность применения федеральных и отраслевых стандартов, носят рекомендательный характер и применяются экономическими субъектами на добровольной основе
4 уровень	стандарты экономического субъекта	разрабатываются экономическими субъектами самостоятельно и являются обязательными для всего субъекта, а также его филиалов и представительств

Основным нормативно-правовым актом первого уровня, регламентирующим порядок ведения бухгалтерского учета в Российской

Федерации в целом, является Федеральный закон РФ «О бухгалтерском учёте» от 6 декабря 2011 года №402-ФЗ.

Указанный нормативно-правовой акт определяет следующие общие вопросы организации бухгалтерского учета на предприятии [2]:

- законодательное регулирование учета в Российской Федерации;
- основные требования к организации бухгалтерского учета;
- процесс регулирования бухгалтерского учета.

Действие Федерального закона Российской Федерации №402-ФЗ от 06 декабря 2011 года «О бухгалтерском учёте» регламентирует организацию бухгалтерского учета в целом на экономическом субъекте, и, таким образом, распространяется и на регламентацию такого участка бухгалтерского учета как учет товаров.

В части учета товаров нормативное регулирование на первом уровне кроме Федерального закона Российской Федерации от 06.12.11 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учёте» осуществляется также такими законодательными актами как [31, с. 88]:

- Гражданский кодекс Российской Федерации, который регламентирует порядок оформления и выполнения договорных обязательств экономического субъекта с поставщиками, покупателями и прочими контрагентами;
- Налоговый кодекс Российской Федерации, который регламентирует порядок исчисления налоговых обязательств по налогу на добавленную стоимость при совершении хозяйственных операций с товарами.

Дополняют, конкретизируют и раскрывают положения нормативно-правовых актов первого уровня документы второго уровня, к которым относятся Положения по бухгалтерскому учету.

Товары являются частью материально-производственных запасов, таким образом, основным Положением по бухгалтерскому учету, регламентирующим учет данных активов, является ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов» (утверждено Приказом Министерства финансов РФ от 09.06.2001 года

№44н). Указанное Положение по бухгалтерскому учету конкретизирует идентификацию объектов в качестве товаров, а также устанавливает способы их оценки при приобретении и продаже [3].

Кроме выше указанного ПБУ 5/01 учет товаров регламентируется также следующими документами второго уровня:

- ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (утверждено Приказом Минфина от 27.11.2006 года №154н), которое раскрывает порядок оценки хозяйственных операций по учету движения товаров, приобретенных или проданных за иностранную валюту;

- ПБУ 9/99 «Доходы организации» (утверждено Приказом Министерства финансов РФ от 06.05.1999 года №32н), которое раскрывает порядок оценки и отражения в учете доходов, полученных от совершения операций по продаже товаров;

- ПБУ 10/99 «Расходы организации» (утверждено Приказом Министерства финансов РФ от 06.05.1999 года №33н), которое раскрывает порядок оценки и отражения в учете расходов, полученных от совершения операций по продаже товаров.

Нормативно-правовые акты первого и второго уровня являются обязательными к исполнению всеми экономическими субъектами в РФ.

Документы третьего уровня дополняют и детализируют нормативно-правовые акты первых двух уровней и носят рекомендательный характер.

В части учета хозяйственных операций по учету товаров к документам третьего уровня относятся:

- Приказ Министерства финансов РФ от 31 октября 2000 года №94н Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкция по применению Плана счетов бухгалтерского учета на экономических субъектах. Указанные документы характеризуют порядок организации и ведения синтетического и аналитического учета товаров [4];

– Приказ Министерства Российской Федерации от 13 июня 1995 года №49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств». Данные методические указания регламентируют порядок организации и проведения инвентаризации товаров, а также порядок отражения в бухгалтерском учете результатов проведенной инвентаризации.

На последнем уровне системы основополагающими документами в части учета товаров являются нормативные документы самого предприятия [5, с. 48]:

- учетная политика экономического субъекта, определяющая вопросы организации бухгалтерского учета товаров в организации;
- рабочий план счетов, конкретизирующий счета, субсчета и аналитические счета, используемые для учета товаров;
- график документооборота, который регламентирует движение первичных документов и учетных регистров по учету товаров;
- формы учетных регистров и другие документы.

Таким образом, произведенный анализ нормативно-правовой базы организации и ведения учета товаров подтвердил ранее сделанный вывод о том, что учет данных активов строго регламентирован и списывается в общую систему нормативно-правового регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации.

Исходя из требований нормативно-законодательных актов, основной целью бухгалтерского учета товаров на предприятиях розничной торговли является формирование полной и достоверной информации о наличии и движении данных активов на экономическом субъекте.

Достижению поставленной основной цели бухгалтерского учета товаров на предприятиях розничной торговли способствует решение нижеуказанных задач по учету данных активов [35, с. 18]:

- правильный и своевременный первичный, синтетический и аналитический учет движения товаров;
- правильная оценка товаров при их приобретении и продаже;

- контроль за сохранностью товаров в местах их хранения и продажи, а также и на всех этапах их движения;
- своевременное выявление ненужных, излишних, просроченных и негодных к продаже товаров с целью их возможной продажи или иного способа вовлечения их снова в кругооборот хозяйственных средств;
- своевременное произведение расчетов с контрагентами, являющимися поставщиками и покупателями товаров;
- проведение анализа эффективности использования товаров.

Важно подчеркнуть, что в основе решения всех выше указанных задач лежат принципы бухгалтерского учета товаров на розничном торговом экономическом субъекте [35, с. 19]:

- единство показателей бухгалтерского учета при продаже товаров на предприятиях розничной торговли;
- возможность получения оперативной учетной информации о реализации товаров (например, за день, неделю, декаду);
- организация бухгалтерского учета в соответствии с разделением материальной ответственности по каждому лицу или бригаде согласно договору о материальной ответственности;
- выбор наиболее рациональной системы учета продажи товаров на розничном торговом предприятии;
- использование единого метода оценки товаров при их оприходовании на розничный торговый экономический и продаже;
- систематическое проведение инвентаризации фактических остатков товаров и сравнение их с данными учета для обеспечения сохранности ценностей;
- контроль трудовой деятельности материально-ответственных лиц на розничных торговых экономических субъектах.

Соблюдение всех указанных принципов способствует решению задач бухгалтерского учета и будет способствовать достижению главной цели

бухгалтерского учета товаров на предприятиях розничной торговли, а также обеспечит рациональный товароборот на экономическом субъекте.

Произведенные исследования в пункте 1.1 позволили дать определение термина «товарно-материальные ценности», разграничить данное понятие с термином «материально-производственные запасы».

Также в данном пункте была детально раскрыта действующая нормативно-правовая база по бухгалтерскому учету товаров, на основании которой была приведена главная цель учета данных активов и перечислены задачи и принципы, способствующие достижению указанной цели.

1.2 Правила ведения учета товаров в розничной торговле

Розничные экономические субъекты могут учитывать поступающие товары по фактической стоимости либо по розничным ценам, по которым данные активы реализуются в организации.

Выбранный способ оценки товаров обязательно фиксируется в учетной политике розничного торгового экономического субъекта.

В Российской Федерации до 90% розничных предприятий используют для оценки поступающих товарно-материальных ценностей именно розничные цены. Преимущество данного способа оценки очевидно, так как при наличии большой номенклатуры реализуемых товаров нет необходимости по каждому виду рассчитывать фактическую стоимость (стоимость покупки) и розничную цену (стоимость продажи).

Розничные предприятия и поступающие и реализуемые товары учитывают по продажным ценам.

В конце месяца при выборе данного способа оценки необходимо рассчитать и списать реализованную торговую наценку, представляющую собой доход розничного торгового предприятия.

Таким образом, применение в учете розничных цен сокращает объем и затраты на организацию и ведение учетных работ.

Методика расчета розничной цены следующая [7, с. 112]:

- рассчитывается общая стоимость товаров, по которым необходимо определить розничную цену, без налога на добавленную стоимость;
- рассчитывается сумма торговой наценки на товары путем умножения их общей стоимости без НДС на процент наценки;
- рассчитывается сумма НДС по реализуемым товарам путем сложения общей стоимости товаров и суммы торговой наценки и умножения полученной величины на соответствующую ставку НДС.

Полученная в результате сложения всех трех указанных величин (общая стоимость товаров, сумма торговой наценки, величина НДС по реализуемым товарам) сумма и будет являться розничной ценой товара.

Для синтетического учета движения товаров в организациях как оптовой, так и розничной торговли Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций предусмотрен активный, инвентарный счет 41 «Товары».

Назначение данного синтетического счета заключается в отображении на нем разнообразных хозяйственных операций по движению товарно-материальных ценностей.

Схематичное строение синтетического счета «Товары» представлено на рисунке 1.1 [26, с. 76].

Дебет	41 «Товары»	Кредит
Сн – Стоимость товаров на начало отчетного периода		
Об. Д. – хозяйственные операции по поступлению товаров на экономический субъект		Об. К. – хозяйственные операции по выбытию товаров с экономического субъекта
	15	

Сн – Стоимость товаров на
конец отчетного периода

Рисунок 1.1 - Схема строения счета 41 «Товары»

Для учета движения товаров и тары на розничном торговом экономическом субъекте планом счетов к счету 41 «Товары» предусмотрено открытие следующих субсчетов [4]:

- 41.2 «Товары в розничной торговле». Данный субсчет предназначен для учета наличия и движения товарных запасов, которые находятся в розничных экономических субъектах, в магазинах, палатках, ларьках и в буфетах, занятых общественным питанием;
- 41.3 «Тара под товаром и порожняя». Данный субсчет предназначен для учета наличия и движения тары под товаром и порожней (кроме стеклянной посуды).

На покупку товаров розничные торговые экономические субъекты заключают договоры купли-продажи с поставщиками.

Поступающие в организацию товары (при соответствии по количеству и качеству договорным обязательствам) оформляются Актом о приемке товаров и оприходуются на склад экономического субъекта.

В организациях розничной торговли учет поступающих товаров может вестись в двух вариантах: по покупным или по розничным ценам.

Выбранный вариант учета обязательно закрепляется в учетной политике розничного экономического субъекта.

При выборе покупных цен в качестве учетных цен учет покупки товаров на розничном торговом предприятии не будет кардинально отличаться от учета на оптовом предприятии (таблица 1.2) [23, с. 55].

Таблица 1.2 – Бухгалтерские записи по поступлению товаров на розничный экономический субъект (при использовании в учете покупных цен)

№	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Оприходованы товары на склад	41.2	60
2	Отражена сумма НДС по счету поставщика	19.3	60
3	Оплачены приобретенные товары	60	51
4	Возмещена сумма НДС из бюджета по оплаченным товарам	68	19.3

Однако данный вариант учета розничные экономические субъекты применяют редко, так как возникает необходимость постоянного сопоставления покупных и продажных цен, что очень трудоемко при реализации большой номенклатуры товаров.

Более 90% всех розничных торговых экономических субъектов применяют при учете покупки товаров продажные цены. В этом случае возникает необходимость расчета и учета торговой наценки, которая отражается на пассивном контрарном счете 42 «Торговая наценка».

Данный счет используется только розничными торговыми экономическими субъектами при применении в учете продажных цен.

В бухгалтерии экономического субъекта при этом будут произведены бухгалтерские записи, представленные в таблице 1.3 [8, с. 56].

Таблица 1.3 – Бухгалтерские записи по поступлению товаров на розничный экономический субъект (при применении розничных цен)

№	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Оприходованы товары на склад	41.2	60
2	Отражена сумма НДС по счету поставщика	19.3	60
3	Отражена сумма торговой наценки	41.2	42
4	Оплачены приобретенные товары	60	51
5	Возмещена сумма НДС из бюджета по оплаченным товарам	68	19.3

В ряде случаев при приобретении товаров на розничный экономический субъект может быть предусмотрена авансовая система расчетов. При этом к счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» целесообразно открытие двух субсчетов:

- 60.1 «Расчеты с поставщиками за ТМЦ»;
- 60.2 «Авансы выданные».

В бухгалтерии экономического субъекта в такой ситуации будут произведены бухгалтерские записи, представленные в таблице 1.4 [23, с. 112].

Таблица 1.4 – Бухгалтерские записи по поступлению товаров на розничный экономический субъект на условиях предоплаты

№	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Перечислен аванс поставщику	60.2	51
2	Оприходованы товары на склад	41.1	60.1
3	Отражена сумма торговой наценки	41.2	42
4	Отражена сумма НДС по счету поставщика	19.3	60.1
5	Зачтен аванс	60.1	60.2
6	Возмещена сумма НДС из бюджета по оплаченным товарам путем аванса	68	19.3
7	Перечислена оставшаяся сумма оплаты	60.1	51
8	Возмещена сумма НДС из бюджета по оплаченным товарам	68	19.3

В случае применения розничных цен в организациях розничной торговли при продаже товаров необходимо определить и списать реализованную торговую наценку, которая и будет представлять собой доход предприятия. В бухгалтерском учете будут произведены операции, отраженные в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Бухгалтерские записи по продаже товаров на розничном экономическом субъекте при использовании розничных цен

№	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Отражена выручка от продажи товаров (в т. ч. НДС)	62	90.1
2	Отражена сумма НДС	90.3	68
3	Списаны с учета реализованные товары	90.2	41.1
4	Списана торговая наценка по реализованным товарам (способом «красное сторно»)	90.2	42
5	Списаны расходы, связанные с продажей товаров	90.2	44
6	Отражен финансовый результат от продажи товаров: - прибыль - убыток	90.9 99	99 90.9

На розничных экономических субъектах так же как и на оптовых предприятиях может быть предусмотрена авансовая система продажи товаров (таблица 1.6).

Таблица 1.6 – Бухгалтерские записи по продаже товаров на розничном экономическом субъекте при использовании розничных цен на условиях предоплаты

№	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет	Кредит
1	2	3	4
1	Получен аванс от покупателей	51	62.2
2	Начислена сумма НДС с аванса	62.2	68
3	Отражена выручка от продажи товаров (в т. ч. НДС)	62.1	90.1
4	Отражена сумма НДС	90.3	68
5	Списаны с учета реализованные товары	90.2	41.1
6	Списана торговая наценка по реализованным товарам (способом «красное сторно»)	90.2	42
7	Зачтен аванс	62.2	62.1
8	Сторнирована сумма НДС с аванса	62.2	68
9	Получена оставшаяся сумма оплаты	51	62.1
10	Списаны расходы, связанные с продажей товаров	90.2	44
11	Отражен финансовый результат от продажи товаров: - прибыль - убыток	90.9	99
		99	90.9

Построение аналитического учета товаров в розничной торговле достаточно сложный процесс. Как правило, на розничном экономическом субъекте к счету 41 «Товары» открываются счета по укрупненным группам товаров, при этом могут применяться различные классификации товаров, наиболее распространенной из которых является товароведная.

В развитие субсчетов открываются аналитические счета по местам хранения, материально-ответственным лицам, а главное, видам товаров.

В бухгалтерской отчетности розничного торгового экономического субъекта информация о наличии товаров отражается в активе бухгалтерского баланса по строке 1210 «Запасы» в фактической стоимости (за минусом торговой наценки в случае применения розничных цен) [36, с. 183].

Произведенные исследования в пункте 1.2 выпускной квалификационной работы позволили детально раскрыть методику первичного, синтетического и аналитического учета товаров на розничных экономических субъектах в зависимости от выбранного способа оценки товаров.

1.3 Методика анализа товаров в розничной торговле

Основной целью деятельности коммерческих экономических субъектов является получение максимально возможной прибыли, что невозможно без осуществления грамотного планирования своей деятельности.

Розничные торговые экономические субъекты самостоятельно выбирают направление своей и масштабы своей деятельности, определяют виды реализуемых товаров и рынки их сбыта.

При этом розничные торговые экономические субъекты должны учитывать сложившуюся конъюнктуру на рынке, спрос и предпочтения покупателей, требования последних к качеству реализуемых товаров.

С целью роста эффективности деятельности розничного предприятия и наращивания объемов получаемой прибыли необходимо систематически производить анализ товаров по следующим этапам [20, с. 212]:

а) анализ товарооборота:

- анализ объема и динамики товарооборота;
- анализ выполнения плана по товарообороту;
- анализ ассортимента товарооборота;
- анализ структуры товарооборота;

б) анализ товарооборачиваемости.

Информационной базой для проведения анализа выступают:

а) формы бухгалтерской отчетности экономического субъекта:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о финансовых результатах;

б) данные текущего бухгалтерского и статистического учета:

- учетные регистры и данные Главной книги по счетам 41 «Товары», 42 «Торговая наценка», 90 «Продажи», 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками» и др.;

- формы статистической отчетности и др.

На первом этапе анализа товаров производится анализ динамики товарооборота в самых различных показателях:

- натуральных (единицы меры, массы, длины, объема и др.);
- условно-натуральных (условные банки, условные тонны и др.);
- стоимостных – самые предпочтительные показатели.

При проведении анализа динамики стоимостные показатели необходимо приводить к единому виду, нивелируя влияние показателя инфляции.

Анализ товаров начинается с анализа товарооборота, который представляет собой общий объем реализованных розничным торговым экономическим субъектом товаров.

Основными задачами анализа товарооборота являются следующие:

- оценка выполнения плана (при его наличии) и его ритмичности при продаже товаров;
- изучение товарооборота в динамике;
- изучение структурных сдвигов в товарообороте;
- определение и количественное измерение влияния отдельных факторов на объем товарооборота;
- изучение сезонных колебаний товарооборота;
- выявление и использование внутренних резервов товарооборота.

Анализ товарооборота целесообразно начинать с анализа его динамики, используя при этом горизонтальный метод анализа.

Сущность горизонтального (динамического) анализа заключается в изучении изменения абсолютных показателей товарооборота в динамике за анализируемый период времени. Кроме того при горизонтальном анализе рассчитываются темпы роста (прироста) изучаемых показателей [41, с. 421].

Наиболее наглядно проведение результатов горизонтального анализа можно оценить на основании построенных аналитическим работником таблиц, в которых приводятся как абсолютные показатели продаж товаров, так и относительные показатели, рассчитанные аналитиком.

Пример аналитической таблицы, используемой при горизонтальном анализе, представлен в таблице 1.7.

Таблица 1.7 – Аналитическая таблица для проведения горизонтального анализа состава и динамики товарооборота

Показатель	Величина показателя			Горизонтальный анализ			
	1 год	2 год	3 год	Абс. откл. 2 год / 1 год	Коэф. откл. 2 год / 1год	Абс. откл. 3 год / 2 год	Коэф. откл. 3 год / 2 год

Относительные показатели в аналитических таблицах горизонтального анализа представлены в коэффициентах или в процентах. При этом данные показателя за первый анализируемый период принимаются за 100% или 1.

Сущность расчета относительных показателей заключается в том, что именно на их основании можно проследить, как в действительности изменяются продажи отдельных видов товаров: увеличиваются или уменьшаются.

Рассчитанные темпы роста (прироста) позволяют не только определить изменение показателей товарооборота и выявить тенденцию их изменения, но также и спрогнозировать на основании полученных расчетов дальнейшую тенденцию изменения показателей по отдельным видам продаж товаров.

Проведение горизонтального анализа целесообразно только в случаях, когда имеются данные о продажах товаров за несколько последовательных отчетных периодов. Чем больше последовательных периодов подвергается процессу горизонтального анализа, тем более точной является выявленная тенденция изменения товарооборота.

Произведенные расчеты позволяют проследить периоды роста и снижения продаж товаров по годам.

Кроме того, на основе полученных данных можно рассчитать показатели среднегодовых темпов роста (1.1) и среднегодовых темпов прироста (1.2) товарооборота:

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{T_1 \times T_2 \times \dots \times T_n} \quad (1.1)$$

где T_1, T_2, T_n – величина товарооборота в разные периоды.

$$\bar{\Pi} = \bar{T} - 100. \quad (1.2)$$

После изучения динамики продаж товаров в разрезе анализируемых периодов, необходимо изучить показатели выполнения плана по товарообороту.

Анализ выполнения плана по продажам товаров также целесообразно производить в табличной форме (таблица 1.8) [41, с. 424].

Таблица 1.8 – Анализ выполнения плана по товарообороту

Вид товаров	Продажа товаров, руб.			Отклонение планового уровня продаж от уровня прошлого года		Отклонение фактического плана продаж товаров			
	Прошлый год	Отчётный год				От плана		От уровня прошлого года	
		План	Факт	Руб.	В %-х	Руб.	В %-х	Руб.	В %-х
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	30 000	32 000	33 500	2 000	6,7	1 500	4,5	3 500	11,7
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Итого	180 000	200000	204000	20 000	11,1	4 000	2,0	24 000	13,3

Анализ продаж товаров невозможен без детального анализа выполнения плана продаж по ассортименту.

Ассортимент представляет собой полный перечень реализуемых товаров и может производиться в разрезе:

- отдельных видов товаров (полный анализ);
- по отдельным группам товаров (групповой анализ).

Анализ выполнения плана по ассортименту заключается в сопоставлении запланированного уровня продаж товаров по отдельным видам с фактическим уровнем (таблица 1.9). Перевыполнение плана по отдельным видам проданных товаров не рассматривается в анализе выполнения плана по ассортименту, который считается выполненным, если все виды товаров проданы в запланированном уровне.

Таблица 1.9 – Анализ ассортимента продаж товаров

Вид товара	Вид товара (в плановых ценах), руб.		Выполнение плана, %	Товары, зачтенные в выполнение плана по ассортименту, руб.
	План	Факт		
1	2	3	4	5
А	32 000	33 500	104,7	32 000
В	34 000	31 800	93,5	31 800
С	34 000	33 500	98,5	33 500
Итого	100 000	98 800	98,8	97 300

В рассматриваемом примере в таблице 2.9 план продаж по ассортименту не выполнен (недовыполнен на 2,7%). Причины невыполнения плана по ассортименту могут быть самыми различными: от изменения рыночной конъюнктуры и спроса на товары до нехватки торговых мощностей.

На третьем этапе производится анализ продаж товаров проведением анализа структуры товарооборота, то есть изучением удельного веса отдельных видов товаров в общем объеме продаж. Для анализа структуры продукции применяется метод вертикального анализа.

При проведении вертикального анализа все относительные показатели рассчитываются в процентах.

Сравнение относительных показателей по годам позволяет выявить тенденцию изменения структуры товарооборота.

На четвертом этапе производится анализ ритмичности продаж товаров.

Ритмичность представляет собой равномерный объем продаж товаров в соответствии с разработанным графиком, запланированным уровнем ассортимента [38, с. 187].

Аритмичность продаж отрицательно влияет на все показатели деятельности розничного торгового экономического субъекта:

- возникает затоваренность на складах;
- снижается качество товаров (из-за нарушения сроков хранения);
- замедляется оборачиваемость оборотных средств и др.

Анализ ритмичности товарооборота производится с помощью прямых показателей ритмичности продаж:

а) коэффициент ритмичности (Критм), который представляет собой отношение фактического (в рамках планового уровня) продаж товаров (Т) к плановому уровню (Тпл) продаж (1.3)

$$\text{Крит} = T_{\text{ф}} / T_{\text{пл}} \quad (1.3)$$

б) коэффициент вариации (Квар), который представляет собой отношение среднеквадратического отклонения продаж товаров от заданного по плану (на неделю, декаду, месяц и т.д.) к средненедельному (среднедекадному, среднемесячному и т.д.) (1.4)

$$\text{Квар} = \sqrt{\frac{\sum (T_1 - T_0)^2}{n}} \div \overline{T_0}, \quad (1.4)$$

где n – число суммируемых плановых заданий по объему продаж;

$\overline{T_0}$ - средненедельное, среднемесячное и т.д. задание по объему продаж.

Главной целью проведения анализа ритмичности товарооборота является определение причин возникновения аритмичности и разработка мероприятий по их минимизации и устранению.

Аритмичность продаж может быть обусловлена сезонностью спроса на определенные группы и виды товаров, которая подлежит более углубленному анализу.

Второй важнейшей составляющей анализа товаров на розничном торговом предприятии является проведение анализа товарооборачиваемости.

Основными задачами товарооборачиваемости на розничном торговом предприятии являются следующие:

- проверка соответствия фактических размеров товарных запасов и товарооборачиваемости установленным нормативам (при их наличии);
- изучение величины товарных запасов и товарооборачиваемости в динамике;
- установление причин отклонения фактических товарных запасов от и товарооборачиваемости от установленных нормативов и/ или показателей прошлых лет;
- анализ состава товарных запасов, разнообразие ассортимента, наличия залежалых товаров;
- разработка плана мероприятий по упорядочиванию товарных запасов и ускорению товарооборачиваемости в целях высвобождения оборотных средств и лучшего удовлетворения спроса покупателей.

Анализ товарных запасов начинается с изучения их суммы. При этом выявляется излишек или недостаток товарных запасов на определенную дату по сравнению с нормативом, а также их увеличение или уменьшение по сравнению с величиной прошлого года [11, с. 241].

Недостаток или излишек товарных запасов на определенную дату определяется не только в абсолютных величинах, но и в относительных, то есть в днях.

При этом следует различать показатель товарных запасов на определенную дату и показатель товарооборачиваемости в днях.

Товарный запас на определенную дату показывает, на сколько дней торговли имеются запасы товаров.

Показатель товарооборачиваемости в днях показывает, за сколько дней обернется средний товарный запас (1.5)

$$B = \frac{\bar{З} \times Д}{Т}, \quad (1.5)$$

где В – товарооборачиваемость;

Т – объем товарооборота за определенный период времени, руб.;

$\bar{З}$ – средний товарный запас за определенный период времени, руб.;

Д – количество дней в периоде.

При этом средний товарный запас рассчитывается по формуле средней хронологической взвешенной (1.6).

$$\bar{З} = \frac{\frac{1}{2}З_1 + З_2 + \dots + \frac{1}{2}З_n}{n-1}, \quad (1.6)$$

где $З_1, З_2, З_n$ – товарный запас на определенную дату;

n - количество наблюдений.

Товарооборачиваемость может быть рассчитана и в количестве оборотов товаров.

Данный показатель называется скоростью обращения и показывает, сколько раз за данный период времени обращается товарный запас (1.7)

$$С = \frac{T}{\bar{З}}, \quad (1.7)$$

где С – скорость обращения товарного запаса, оборотов.

Анализ товарооборачиваемости осуществляется путем сравнения фактической товарооборачиваемости в днях отчетного периода с нормативной товарооборачиваемостью или с фактической товарооборачиваемости в предыдущего периода. По результатам данного сравнения можно сделать вывод об ускорении или замедлении товарооборачиваемости.

Произведенные исследования в пункте 1.3 выпускной квалификационной работы позволили детально раскрыть методику анализа наличия и движения товаров на розничном торговом экономическом субъекте.

Таким образом, в первом разделе выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические аспекты учета и анализа товаров в розничной торговле, а именно: нормативное регулирование учета товаров в РФ, цель, задачи и принципы учета товаров, основные правила учета товаров, а также анализ товаров на розничном торговом предприятии.

2 Бухгалтерский учет и анализ продажи товаров в розничной торговле (на примере ООО «Строймаг»)

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Строймаг»

В качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе выступает ООО «Строймаг», которое было образовано 14 марта 2013 года на основании Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц».

Юридический адрес организации: 440047, Пензенская область, город Пенза, дорога Москва-Челябинск, 624 км.

По форме собственности экономический субъект является частным.

Налоговые реквизиты представлены в виде ИНН 5835101030 / КПП 583501001, ОГРН – 1135835001147. ООО «Строймаг» зарегистрировано Инспекция Федеральной налоговой службы по Октябрьскому району г. Пензы.

Из выше перечисленного можно сделать вывод, что организация имеет расчетный счет, в уполномоченном банковском учреждении, круглую печать со своим наименованием, товарный знак, эмблему, штампы, бланки и другие реквизиты. Она самостоятельно планирует свою рознично-торговую деятельность. Общество учреждено для ведения предпринимательской деятельности с целью удовлетворения общественных потребностей в товарах и услугах и получения прибыли участниками ООО «Строймаг».

К основным функциям организации относятся:

- закупка товаров у производителей, их доставка и хранение, формирование торгового ассортимента в соответствии с требованиями покупателей;
- организация соответствующего уровня обслуживания покупателей с предоставлением разнообразных услуг;
- удовлетворение спроса населения, как по ассортименту, так и по качеству строительных товаров;
- маркетинговые исследования, информационное и консалтинговое обслуживание;
- получение прибыли.

Виды деятельности ООО «Строймаг» согласно учредительным документам представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Виды деятельности «Строймаг» согласно Уставу

Код по ОКВЭД	Наименование вида деятельности	Характеристика
1	2	3
46.73	Торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием	Основной
46.74	Торговля оптовая скобяными изделиями, водопроводным и отопительным оборудованием и принадлежностями	Дополнительный
47.52	Торговля розничная скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и стеклом в специализированных магазинах	Дополнительный
49.41.2	Перевозка грузов неспециализированными автотранспортными средствами	Дополнительный
49.41.3	Аренда грузового автомобильного транспорта с водителем	Дополнительный
52.10.4	Хранение и складирование прочих грузов	Дополнительный
52.24	Транспортная обработка грузов	Дополнительный
68.20.2	Аренда и управление собственным или арендованным нежилым недвижимым имуществом	Дополнительный
77.39.1	Аренда и лизинг прочих сухопутных транспортных средств и оборудования	Дополнительный

Общество также вправе осуществлять любые другие виды деятельности, не запрещенные федеральными законами.

ООО «Строймаг» - стабильная развивающаяся компания, которая постоянно расширяет свой ассортимент, стремится к улучшению уровня обслуживания покупателей товаров и удовлетворения спроса населения по качеству и многообразию строительных товаров.

Организационная структура управления ООО «Строймаг», представленная на рисунке 2.1, носит линейный характер.

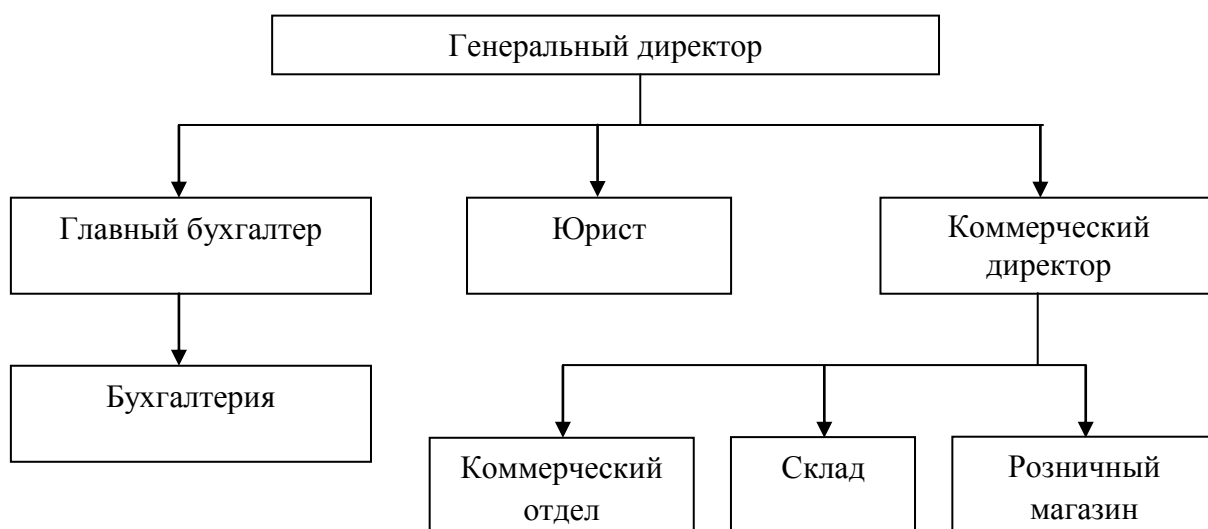


Рисунок 2.1 - Организационная структура ООО «Строймаг»

Оценка деятельности ООО «Строймаг» невозможна без анализа финансового состояния, информационной базой для которого выступает бухгалтерская отчетность предприятия.

Наиболее информативным для исследований выступает бухгалтерский баланс (приложение А).

На первом этапе анализа финансового состояния экономического субъекта производится оценка размещения его активов и оценка степени их обеспечения источниками формирования имущества, которая дает общее представление о деятельности экономического субъекта.

Анализ динамики и структуры имущества ООО «Строймаг» за 2014 – 2016 годы (приложение Б) позволил сделать следующие выводы.

Общая величина имущества экономического субъекта в 2015 году по сравнению с 2014 годом возросла с 12 512 тыс. р. до 14 811 тыс. р. или на 2 299 тыс. р. (прирост на 18,374%).

Общая величина имущества экономического субъекта в 2016 году по сравнению с 2016 годом возросла с 14 811 тыс. р. до 17 343 тыс. р. или на 2 532 тыс. р. (прирост на 17,095%). Рост величины валюты баланса свидетельствует о расширении деятельности ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах.

В 2015 году рост величины валюты баланса по активу на 2 299 тыс. р. был обусловлен:

- на -0,913% - снижением величины основных средств;
- на -0,130% - снижением величины запасов;
- на -0,652% - снижением величины НДС;
- на 249,674% - ростом величины дебиторской задолженности;
- на -174,424% - снижением величины финансовых вложений;
- на 26,446% - ростом величины денежных средств.

В 2016 году рост величины валюты баланса по активу на 2 532 тыс. р. был обусловлен:

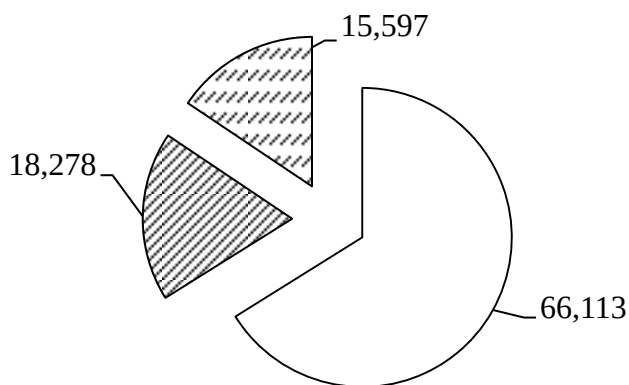
- на -0,316% - снижением величины основных средств;
- на -0,039% - снижением величины запасов;
- на 18,918% - ростом величины дебиторской задолженности;
- на 81,438% - ростом величины денежных средств.

В структуре активов в 2014 - 2016 годах наибольший удельный вес имеют оборотные активы: 99,768% - в 2014 году, 99,946% - в 2015 году и 100% - в 2016 году. Снижение величины внеоборотных активов при одновременном росте оборотных средств свидетельствует о росте мобильности имущества ООО «Строймаг».

В 2014 году наибольший удельный вес в структуре имущества ООО «Строймаг» занимали финансовые вложения - 57,385%.

А уже в 2015 – 2016 годах структура имущества ООО «Строймаг» принципиально изменилась: наибольший удельный вес стала занимать дебиторская задолженность: более 66% в обоих годах.

В 2016 году наибольший удельный вес в структуре имущества (рисунок 2.2) занимает дебиторская задолженность (66,113%), на втором месте по значимости находятся финансовые вложения (18,278%), на третьем – денежные средства и их эквиваленты (15,597%). Удельный вес остальных видов имущества (запасов) незначителен и не превышает 5%.



Условные обозначения:

□ дебиторская задолженность; ▨ финансовые вложения; ▨ денежные средства.

Рисунок 2.2 - Структура имущества ООО «Строймаг» в 2016 году, %

Анализ динамики источников формирования имущества ООО «Строймаг» за 2014 – 2016 годы (приложение В) позволил сделать следующие основные выводы.

В структуре пассивов в 2014 – 2016 годах удельный вес собственных источников формирования имущества составил: 87,540% - в 2014 году, 92,445% - в 2015 году и 96,840% - в 2016 году.

Рост удельного веса собственных источников в общей величине валюты баланса свидетельствует об укреплении финансовой устойчивости ООО «Строймаг» и независимости деятельности организации от заемных источников формирования имущества.

Собственные источники ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах состоят из уставного капитала и нераспределенной прибыли. При этом величина первой структурной составляющей была неизменной.

Таким образом, можно однозначно утверждать, что изменение величины собственного капитала в анализируемом периоде на 100% обусловлено влиянием изменения нераспределенной прибыли, что свидетельствует об эффективности деятельности ООО «Строймаг» на протяжении всего анализируемого периода времени.

В 2015 году рост величины валюты баланса по пассиву на 2 299 тыс. р. был обусловлен:

- на 119,139% - ростом величины нераспределенной прибыли;
- на -19,139% - снижением величины кредиторской задолженности.

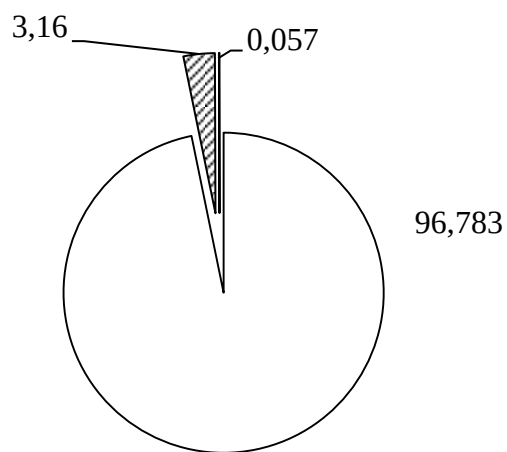
В 2016 году рост величины валюты баланса по пассиву на 2 532 тыс. р. был обусловлен:

- на 122,551% - ростом величины нераспределенной прибыли;
- на -22,551% - снижением величины кредиторской задолженности;

На протяжении всего периода исследования наибольший удельный вес в структуре источников формирования имущества составляла нераспределенная прибыль: 87,460% - в 2014 году, 92,377% - в 2015 году и 96,783% - в 2016 году.

В 2014 – 2016 годах структура источников формирования имущества ООО «Строймаг» принципиально не изменилась.

В 2015 году наибольший удельный вес в структуре источников формирования имущества (рисунок 2.3) занимала нераспределенная прибыль (96,783%).



Условные обозначения:

□ нераспределенная прибыль; ▨ дополнительный капитал; □ уставный капитал.

Рисунок 2.3 - Структура источников формирования имущества ООО «Строймаг» в 2016 году, %

На втором месте по значимости находилась кредиторская задолженность (3,160%), на третьем месте – уставный капитал (0,058%), удельный вес этих двух составляющих незначителен и не превышает 5% в величине капитала.

Таким образом, структура источников формирования имущества ООО «Строймаг» в 2014 - 2016 годах постепенно изменяется: наблюдается рост собственных источников формирования имущества.

На втором этапе анализа производится оценка платежеспособности организации, которая выступает в качестве внешнего критерия финансового состояния.

Анализ платежеспособности начинается с анализа ликвидности баланса (таблица 2.2).

Таблица 2.2 - Анализ ликвидности баланса ООО «Строймаг»

Актив	Величина, тыс. р.	Знак	Пассив	Величина, тыс. р.
2014 год				
А 1	7 215	>	П 1	1 559
А 2	5 247	>	П 2	0
А 3	21	>	П 3	0
А 4	29	<	П 4	10 953

2015 год				
A 1	3 813	>	П 1	1 119
A 2	10 987	>	П 2	0
A 3	3	>	П 3	0
A 4	8	<	П 4	13 692
2016 год				
A 1	5 875	>	П 1	548
A 2	11 466	>	П 2	0
A 3	2	>	П 3	0
A 4	0	<	П 4	16 795

Произведенные расчеты в таблице 2.2 показали, что бухгалтерский баланс ООО «Строймаг» в 2014 - 2016 годах является абсолютно ликвидным (комплекс нормативных неравенств выполняется в полном объеме).

Анализ ликвидности баланса целесообразно дополнить анализом относительных показателей ликвидности, более наглядно характеризующими платежеспособность объекта исследования (таблица 2.3).

Таблица 2.3 - Расчёт коэффициентов ликвидности ООО «Строймаг»

Наименование	Год			Изменение		Нормативное ограничение
	2014	2015	2016	2015/14	2016/15	
1	2	3	4	5	6	7
Общий показатель ликвидности	6,315	8,318	21,184	2,003	12,866	1,0
Коэффициент абсолютной ликвидности	4,628	3,408	10,721	-1,220	7,313	0,2 – 0,5
Коэффициент быстрой ликвидности	7,994	13,226	31,644	5,233	18,418	Желательно 1,0
Коэффициент текущей ликвидности	8,007	13,229	31,648	5,222	18,419	1,5 Оптимально 2 – 3,5

Произведенные в таблице 2.3 исследования показали, что расчетные значения всех коэффициентов ликвидности на ООО «Строймаг» выше нормативного ограничения и имеют устойчивую тенденцию к росту (за исключением коэффициента абсолютной ликвидности. Снижение которого обусловлено уменьшением финансовых вложений). Данный вывод говорит о том, что в 2014 – 2016 годах ООО «Строймаг» полностью платежеспособен по всем своим обязательствам.

На третьем этапе производится оценка финансовой устойчивости, которая выступает внутренним показателем финансового состояния (таблица 2.4).

Таблица 2.4 - Определение типа финансового состояния ООО «Строймаг»

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год
1	2	3	4
Общая величина запасов	21	3	2
Наличие собственных оборотных средств	10 924	13 684	16 795
Функционирующий капитал	10 924	13 684	16 795
Общая величина источников	10 924	13 684	16 795
Излишек или недостаток собственных оборотных средств формирования запасов и затрат	10 903	13 681	16 793
Излишек или недостаток собственных и долгосрочных заёмных источников формирования запасов и затрат	10 903	13 681	16 793
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат	10 903	13 681	16 793
Трёх компонентный показатель типа финансовой ситуации	E1>0	E1>0	E1>0
	E2>0	E2>0	E2>0
	E3>0	E3>0	E3>0

Произведенные в таблице 2.4 исследования показали, что финансовое состояние ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах соответствует типу абсолютной устойчивости.

Произведенные расчеты в пункте 2.1 выпускной квалификационной работы позволили дать организационную характеристику и оценить финансовое положение объекта исследования. Деятельность предприятия расширяется, в структуре имущества удельный вес запасов незначителен, что не характерно для торгового экономического субъекта. ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах полностью платежеспособно по всем своим обязательствам и его деятельность не зависит от внешних заемных источников.

2.2 Бухгалтерский учет продаж товаров в розничной торговле (на примере ООО «Строймаг»)

Бухгалтерский учет на ООО «Строймаг» организован и ведется в соответствии с Учетной политикой, утвержденной приказом руководителя

предприятия №302-П от 31.12.2016 года и ведется с соблюдением норм следующих нормативно-законодательных актов:

- Федеральный закон Российской Федерации №402-ФЗ от 06.12.2011 года «О бухгалтерском учете»;

- Положением по ведению бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации, утвержденного Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 29.07.1998 года №34н и другими нормативно-правовыми актами по бухгалтерскому учету и отчетности.

Бухгалтерский учет на ООО «Строймаг» осуществляется централизованной бухгалтерией, возглавляемой главным бухгалтером (рисунок 2.4).

Главный бухгалтер ООО «Строймаг» руководит процессом ведения бухгалтерского, налогового и статистического учета и формирования показателей всех видов отчетности на предприятии.

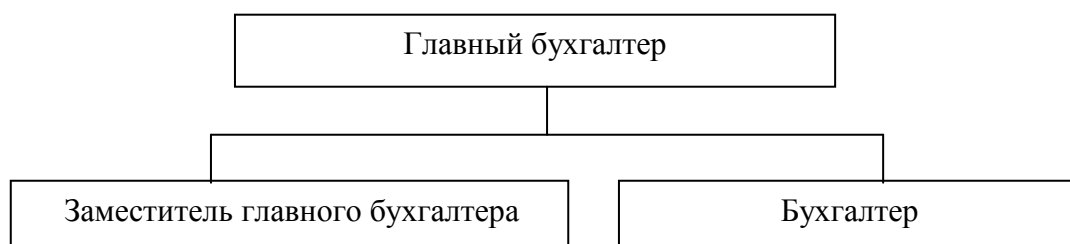


Рисунок 2.4 - Структура бухгалтерии ООО «Строймаг»

В функции главного бухгалтера входит координация работы остальных сотрудников бухгалтерии.

Для осуществления хозяйственных операций по выдаче, поступлению и хранению наличных денежных средств на ООО «Строймаг» организована главная касса.

Помещение кассы представляет собой изолированное помещение, оборудованное сигнализацией. На окне кассы установлена решётка. Дверь кассы металлическая и хорошо запирается с любой стороны. Окошко для работы с посетителями оборудовано стеклом с решеткой.

В помещении кассы ООО «Строймаг» установлены: металлический сейф, кассовая техника и персональный компьютер.

Учет хозяйственных операций по поступлению и выдаче наличных денежных средств в программе «1С: Бухгалтерия» ведет бухгалтер. В функции бухгалтера входит также прием ежедневный наличной выручки из магазина ООО «Строймаг».

Кроме бухгалтера в штате розничного магазина числятся кассиры – операционисты (2 человека), в функции которых входит работа на операционных кассах в магазине, произведение расчетов с покупателями за реализованные им товарно-материальные ценности.

В функции бухгалтера входит также учет наличия и движения товарно-материальных ценностей и других активов предприятия и т. д.

В функции заместителя главного бухгалтера входит учет расчетов с персоналом, контрагентами, бюджетом и т.д.

Произведенный анализ показал, что структура бухгалтерии и распределение должностных обязанностей на объекте исследования соответствует специфике деятельности экономического субъекта и объему учетных работ.

На ООО «Строймаг» применяется автоматизированная журнально-ордерная форма бухгалтерского учёта с применением компьютерной программы «1С: Бухгалтерия», версия 8.3.

Однако на объекте исследования совершается большое количество разнообразных хозяйственных операций по движению товарно-материальных ценностей.

С целью формирования полной и достоверной информации о движении данных активов с самого начала деятельности объекта исследования было принято решение учет товарно-материальных ценностей вести с помощью специализированной конфигурации, разработанной фирмой «1С», - «1С: Розница».

Данная конфигурация более полно, чем «1С: Бухгалтерия», позволяет организовать синтетический и аналитический учет товарно-материальных ценностей в магазине. Также программа «1С: Розница» и полностью совместима с программой «1С: Бухгалтерия», которая в полном объеме аккумулирует всю информацию о деятельности ООО «Строймаг» в системе бухгалтерского учета.

Изучение особенностей бухгалтерского учёта продаж товаров необходимо начать и изучения учетной политики ООО «Строймаг» в части оценки и учета данных активов.

Раздел 5 учетной политики ООО «Строймаг» раскрывает методику оценки, организации синтетического и аналитического учета товарно-материальных ценностей.

Согласно пункту 5.1 учетной политики ООО «Строймаг» к товарно-материальным ценностям относятся активы, стоимостью менее 40 000 рублей (даже если они полностью отвечают требованиям пункта 4 ПБУ 6/01).

Согласно пункту 5.2 учетной политики ООО «Строймаг» первичный учет движения товарно-материальных ценностей осуществляется с применением форм первичной учетной документации, которые разрабатываются экономическим субъектов самостоятельно с учетом требований, указанных в статье 9 Федерального закона РФ от 06.12.2011 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учете».

При разработке форм первичной учетной документации по движению товарно-материальных ценностей главный бухгалтер ООО «Строймаг» использовал применявшиеся до 1 января 2013 года первичные документы, разработанные Государственным комитетом по статистике и представленные в «Альбоме унифицированных форм первичной учетной документации по учету продукции, товарно-материальных ценностей в местах хранения».

Согласно пункту 5.3 учетной политики ООО «Строймаг» оценка товаров производится по розничным ценам. Процент торговой наценки по каждой

группе товаров устанавливается коммерческим директором по согласованию с руководителем экономического субъекта.

Согласно пункту 5.3 учетной политики ООО «Строймаг»:

- учет товаров ведется на активном синтетическом счете 41 «Товары». Аналитический учет товаров построен в разрезе отдельных видов строительных товаров и лесоматериалов;
- учет торговой наценки осуществляется на пассивном синтетическом счете 42 «Торговая наценка».

Согласно пункту 5.4 учетной политики ООО «Строймаг»:

- оценка товаров производится по розничным ценам;
- исчисление валового дохода предприятия производится с применением метода среднего процента по всем группам товаров.

Согласно пункту 5.5 учетной политики ООО «Строймаг» не формирует резервы под снижение стоимости товарно-материальных ценностей.

Учет товарно-материальных ценностей на ООО «Строймаг» осуществляется в трех взаимосвязанных подразделениях предприятия:

- на складе;
- в розничном магазине;
- в бухгалтерии.

Для каждого из указанных подразделений разграничены полномочия по формированию информации о движении товарно-материальных ценностей в соответствии с выполняемыми функциями.

Наиболее широкие права имеет бухгалтер (по учету ТМЦ), в обязанности которого входит:

- занесение информации о реализуемых строительных товаров и лесоматериалов в справочники;
- отражение информации о поступлении товаров на склад;
- отражение результатов инвентаризации товаров;
- формирование учетных регистров и аналитических форм

отчетности по движению товаров.

В учетные функции работников склада входит:

- ведение аналитического учета товаров на складе;
- организация рационального хранения товаров на складе;
- отпуск товаров в магазин и непосредственно покупателям;
- формирование отчетности по движению товаров на складе.

В функции работников магазина входит:

- организация рационального размещения и хранения товаров в помещении торговых залов розничного магазина;
- реализация строительных и лесоматериалов товаров покупателям;
- оформление документов на получение товаров со склада;
- формирование отчетности по движению товаров в магазине;
- расчет с покупателями за приобретенные товары.

Формирование учетной информации о наличии и движении товаров начинается в бухгалтерии, где бухгалтер заносит в программу «1С: Бухгалтерия» информацию о товарах, которые реализуются на предприятии.

Все сведения отображаются в справочниках «Виды номенклатуры» и «Номенклатура».

В Справочник «Виды номенклатуры» бухгалтер вводит номенклатурные группы строительных товаров и лесоматериалов.

В Справочнике «Номенклатура» бухгалтер вводит все виды строительных товаров и лесоматериалов, продажу которых осуществляет ООО «Строймаг». При этом каждый вид товаров характеризуется следующими сведениями:

- наименование;
- артикул;
- розничная цена;
- дополнительные характеристики, которые указываются для покупателей.

На основании сведений, указанных в справочнике «Номенклатура» формируются ценники на товары, реализуемые в магазине.

На ООО «Строймаг» с целью привлечения, расширения и удержания покупателей применяется система скидок, установленная Положением о применении скидок на ООО «Строймаг». Скидки являются накопительными и предоставляются на основании предъявления покупателями дисконтных карт.

Для учета продаж товаров по ценам со скидкой на предприятии используется справочник «Типы цен номенклатуры». В нем введены следующие виды применяемых цен на реализуемые товары:

- основная цена, которая равна розничной цене на данный вид строительного или лакокрасочного товара»;
- цена 3, которая равна розничной цене на данный вид строительного или лакокрасочного товара, уменьшенной на скидку в 3%.

Остальные цены со скидками имеют название и формируются аналогично «цене 1». В соответствии с Положением о применении скидок максимальный размер скидки, составляет 10% от розничной цены товара (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Система скидок на товары в соответствии с Положением о применении скидок

Размер скидки, %	Сумма покупки, руб.	Название в программе
1	2	3
3	10 000	Цена 3
5	50 000	Цена 5
7	75 000	Цена 7
10	110 000	Цена 10

Для отражения расчетов с поставщиками товаров бухгалтер по расчетам заполняет справочник «Контрагенты», в котором указываются:

- название контрагента;
- контактные данные;
- платежные реквизиты;
- реквизиты заключенного договора;

- сведения о контактном лице контрагента.

Розничные покупатели ООО «Строймаг» также занесены в справочник «Контрагенты» записью «розничный покупатель».

Фактическая передача товаров со склада в торговый зал осуществляется с помощью документа «Перемещение товаров», который оформляется работниками склада. После проведения данного документа меняется место нахождения строительных и лакокрасочных товаров и материально-ответственное лицо. После проведения документа в программе формируется внутренняя запись по счету 41.2 «Товары в розничной торговле».

Особенность розничной торговли строительных товаров и лесоматериалов заключается в том, что находящиеся в продаже товары фактически могут не находиться в розничном магазине в полном объеме. В торговом зале розничного магазина находятся только выставочные образцы и товары, которые не занимают большие размеры торговой площади.

Покупатели, выбрав товар, обращаются к продавцам – консультантам, которые выписывают Накладную на отпуск товара со склада, после чего покупатели оплачивают товары в операционной кассе торгового зала.

Продажа товаров в розничном магазине ООО «Строймаг» осуществляется автоматически с применением специализированного торгового оборудования:

- сканеров штрих-кодов;
- фискального оборудования;
- принтер этикеток;
- кассового оборудования.

Все специализированное оборудование подключено к программе «1С: Розница» основной функцией которой является регистрация розничных продаж. Каждая продажа оформляется в системе в виде чека. Основной интерфейс, с которым приходится работать кассиру - операционисту, называется рабочее место кассира (РМК).

Для оформления продажи кассиру - операционисту необходимо

заполнить список товаров с указанием количества (цены поставляются автоматически), а затем выбрать нужный вид оплаты. Идентификация списываемых товаров осуществляется путем считывания сканером штрих-кодов товаров.

При предъявлении покупателем дисконтной карты ООО «Строймаг» в процессе формирования чека цена корректируется на сумму скидки, предоставляемой покупателю.

Вся информация о накопленных покупателям суммах покупок товаров и предоставляемых им скидках записана на магнитной ленте дисконтной карты и считывается сканером автоматически.

После оплаты товаров в операционной кассе с покупателя с Накладной и чеком обращаются на склад, который расположен в соседнем помещении с торговым залом розничного магазина, для получения приобретенных товаров.

Списание товаров в розничном магазине автоматически отражается в программе «1С: Бухгалтерия». Бухгалтер производит полное оформление продажи товаров, оформляя кроме документа «Реализация товаров и услуг» (вид «Продажа, комиссия») также Счет – фактуру выданную.

Все операции по продаже строительных и лакокрасочных товаров согласно положениям главы 21 Налогового кодекса РФ облагаются налогом на добавленную стоимость.

Для правильного исчисления налоговых обязательств по НДС бухгалтер по ТМЦ производит запись в Книгу продаж путем оформления документа «Формирование записи книги продаж».

Поступление денежных средств от покупателей отражается с помощью документа «Приходный кассовый ордер» (вид «Инкассация»), который формируется ежедневно главным кассиром после сдачи выручки кассирами – операционистами в главную кассу.

После оформления всех операций в бухгалтерском учете ООО «Строймаг» программа автоматически сформирует проводки, представленные в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Бухгалтерские записи по реализации товаров на ООО «Строймаг»

№	Документ в программе	Содержание хозяйственной операции	Корреспондирующие счета	
			Дебет	Кредит
1	2	3	4	5
1	Приходный кассовый ордер, Накладная	Отражена выручка от продажи товаров (в т. ч. НДС)	50	90.1
2	Счет-фактура выданный	Отражена сумма НДС	90.3	68
3	Накладная	Списаны с учета реализованные товары	90.2	41.1

В случае возврата товаров покупателями в розничный магазин на основании их письменного заявления с указанием причин возврата, соответствующим требованиям Федерального закона РФ от 07.02.1992 года №2300-1 «О защите прав потребителей» в программе «1С: Бухгалтерия» оформляется документ «Возврат товара». После оформления и проведения данного документа в программе будут сделаны проводки, идентичные проводкам, указанным в таблице 2.6, но только способом «красное сторно».

Возвращенные товары могут быть в дальнейшем переданы вновь в торговый зал либо по причине производственного брака возвращены поставщику.

В конце месяца производится исчисление и учет торговой наценки, которая представляет основной доход деятельности ООО «Строймаг». Размер торговой наценки устанавливается в процентах от средних закупочных цен. Расчет реализованной торговой наценки осуществляется автоматически путем оформления в конце месяца документа «Закрытие месяца».

Торговая наценка рассчитывается программой «1С: Розница» автоматически по способу среднего процента (закрепленного учетной политикой предприятия).

После проведения документа «Закрытие месяца» величина реализованной торговой наценки отражается с помощью проводки методом «красное сторно»:

Дебет 90 «Продажи», субсчет «Себестоимость» Кредит 42 «Торговая наценка».

Уточняют сумму торговой наценки на ООО «Строймаг» при проведении инвентаризации, проставляя против каждого наименования товара размер торговой надбавки в процентах.

Традиционными учетными регистрами по продаже товаров, применяемыми на экономическом субъекте, являются:

- Товарный отчет, который ежедневно формируется заведующим складом ООО «Строймаг» и отображает наличие товаров на начало дня, величину поступления и отпуска товаров, величину товаров на конец дня. Товарный отчет сдается в бухгалтерию и предназначен для контроля за движением товаров на складе;

- Журнал – ордер №4, который отражает все операции по реализации товаров в разрезе корреспондирующих счетов и дат совершения операций.

Однако автоматизированное ведение бухгалтерского учета на ООО «Строймаг» с применением программы «1С: Бухгалтерия» существенно расширяет возможности систематизации и представления обобщенной информации о наличии и движении товаров в организации.

Программа «1С: Бухгалтерия» предоставляет возможность формирования следующих видов отчетов (учетных регистров) по движению товаров на ООО «Строймаг»:

- Анализ счетов 41 «Товары» и 42 «Торговая наценка» – содержит обобщенные обороты счёта 41 «Товары» (42 «Торговая наценка») с другими счетами за выбранный период времени

- Карточка счетов 41 «Товары» и 42 «Торговая наценка» – содержит все проводки по счёту 41 «Товары» (42 «Торговая наценка») с конкретными значениями объектов аналитического учёта (с конкретными видами товаров и мест их хранения);

- Обороты счёта 41 «Товары» и 42 «Торговая наценка» – данный отчёт более развернуто отражает обороты по счету 41 «Товары» (42 «Торговая наценка») с другими счетами за заданный период времени и другие.

Программа «1С: Бухгалтерия» также позволяет автоматически сформировать Главную книгу по всем синтетическим счетам.

Все указанные формы отчетов (учетных регистров) расположены в программе «1С: Бухгалтерия» в меню «Отчёты».

На основании показателей Главной книги по счетам 41 «Товары», 42 «Торговая наценка» в бухгалтерском балансе ООО «Строймаг» отражается наличие товарно-материальных ценностей во втором разделе актива баланса по строке 1210 «Запасы».

В пункте 2.2 выпускной квалификационной работы детально был раскрыт первичный, синтетический и аналитический учет продажи товаров на ООО «Строймаг» в соответствии с нормативно-законодательными актами и утвержденной учетной политикой.

2.3 Анализ продаж товаров в розничной торговле (на примере ООО «Строймаг»)

В качестве информационной базы для анализа продаж товаров на ООО «Строймаг» выступает отчет о финансовых результатах и оборотно-сальдовая ведомость по счету 41 «Товары». Анализ продаж товаров начинается с анализа динамики выручки в целом и по отдельным товарным группам (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – Динамический анализ выручки от реализации товаров на ООО «Строймаг»

Наименование группы товаров	Год, тыс. р.			Горизонтальный анализ			
	2014	2015	2016	2015 / 2014		2016 / 2015	
				Тыс. р.	Прирост, %	Тыс. р.	Прирост, %

1	2	3	4	5	6	7	8
МВ	663	672	693	9	1,357	21	3,125
МГ	4 990	5 693	6 340	703	14,088	647	11,365
РП- 2	2 316	2 610	3 012	294	12,694	402	15,402
СР	1 890	2 509	3 288	619	32,751	779	31,048
ШВ	512	538	640	26	5,078	102	18,959
Итого	10 371	12 022	13 974	1 651	15,919	1 952	16,237

Произведенные расчеты в таблице 2.7 позволили сделать следующие основные выводы:

- в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров выросла с 10 371 тыс. р. до 12 022 тыс. р. или на 1 651 тыс. р. (прирост на 15,919%). А в 2016 году данный показатель вырос еще на 1 952 тыс. р. (прирост на 16,237%) и составил 13 974 тыс. р. (рисунок 2.5);

- на ООО «Строймаг» реализуемые товары сгруппированы по основным поставщикам в 5 групп с условным буквенным обозначением каждой (обозначения образованы от наименования поставщика);

- в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров группы МВ выросла с 663 тыс. р. до 672 тыс. р. или на 9 тыс. р. (прирост на 1,357%).

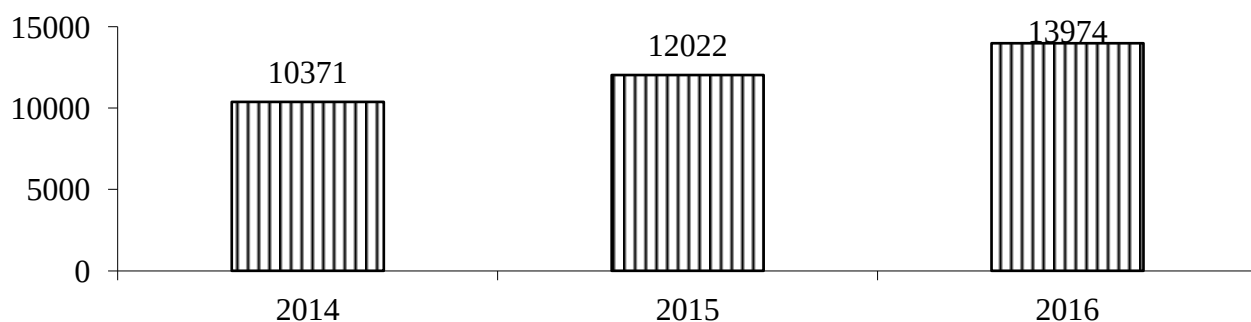


Рисунок 2.5 - Динамика выручки от продаж ООО «Строймаг», тыс. р.

В 2016 году данный показатель вырос еще на 21 тыс. р. (прирост на 3,125%) и составил 693 тыс. р.;

- в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров группы МГ выросла с 4 990 тыс. р. до 5 693 тыс. р. или на 703

тыс. р. (прирост на 14,088%). А в 2016 году данный показатель вырос еще на 647 тыс. р. (прирост на 11,365%) и составил 6 340 тыс. р.;

– в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров группы РП-2 выросла с 2 316 тыс. р. до 2 610 тыс. р. или на 294 тыс. р. (прирост на 12,694%). А в 2016 году данный показатель вырос еще на 402 тыс. р. (прирост на 15,402%) и составил 3 012 тыс. р.;

– в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров группы СР выросла с 1 890 тыс. р. до 2 509 тыс. р. или на 619 тыс. р. (прирост на 32,751%). А в 2016 году данный показатель вырос еще на 779 тыс. р. (прирост на 31,048%) и составил 3 288 тыс. р.;

– в 2015 году по сравнению с 2014 годом величина выручки от продаж товаров группы ШВ выросла с 512 тыс. р. до 538 тыс. р. или на 26 тыс. р. (прирост на 5,078%). А в 2016 году данный показатель вырос еще на 102 тыс. р. (прирост на 18,959%) и составил 640 тыс. р.;

– продажи всех групп товаров от различных поставщиков на протяжении всего периода исследования выросли. Наибольшими темпами росли продажи товаров группы СР, а наименьшими темпами – группы МВ.

Дополнить горизонтальный анализ динамики необходимо вертикальным анализом структуры продаж по группам товаров (таблица 2.8).

Таблица 2.8 – Структурный анализ выручки от реализации товаров на ООО «Строймаг»

Наименование группы товаров	Вертикальный анализ, % к итогу			Изменение, %	
	2014	2015	2016	2015 / 2014	2016 / 2015
1	2	3	4	5	6
МВ	6,393	5,590	4,959	-0,803	-0,631
МГ	48,115	47,355	45,370	-0,760	-1,985
РП- 2	22,332	21,710	21,554	-0,621	-0,156
СР	18,224	20,870	23,529	2,646	2,659
ШВ	4,937	4,475	4,580	-0,462	0,105
Итого	100,000	100,000	100,000	0,000	0,000

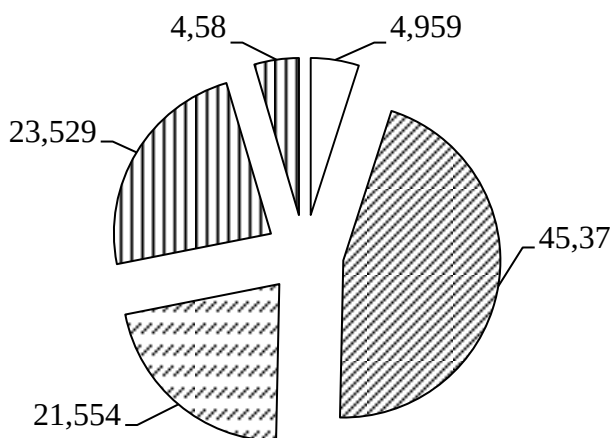
Произведенные расчеты в таблице 2.8 позволили сделать следующие основные выводы:

– в 2014 году наибольший удельный вес в структуре выручки от реализации составляют продажи товаров группы МГ (48,115%), на втором месте по значимости – продажи товаров группы РП-2 (22,332%), на третьем месте – продажи группы СР (18,224%), на четвертом – продажи группы МВ (6,393%), а на пятом – продажи группы ШВ (4,937%);

– в 2015 году наибольший удельный вес в структуре выручки от реализации по-прежнему составляют продажи группы МГ (47,355%), на втором месте по значимости – продажи группы РП-2 (21,710%), на третьем месте – продажи группы СР (20,870%), на четвертом – продажи группы МВ (5,590%), а на пятом – продажи группы ШВ (4,475%);

– в 2016 году наибольший удельный вес в структуре выручки от реализации по-прежнему составляют продажи группы МГ (45,370%), на втором месте по значимости – продажи группы СР (23,529%), на третьем месте – продажи группы РП-2 (21,554%), на четвертом – продажи группы МВ (4,959%), а на пятом – продажи группы ШВ (4,580%).

Наглядно структура продаж всех групп товаров представлена на рисунке 2.6;



Условные обозначения:

□ группа МВ; ▨ группа МГ; □ группа РП-2; ▩ группа СР; ▤ группа ШВ

Рисунок 2.6 - Структура продаж групп товаров ООО «Строймаг»
в 2016 году, %

– структура продаж групп товаров на ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах принципиально не изменилась.

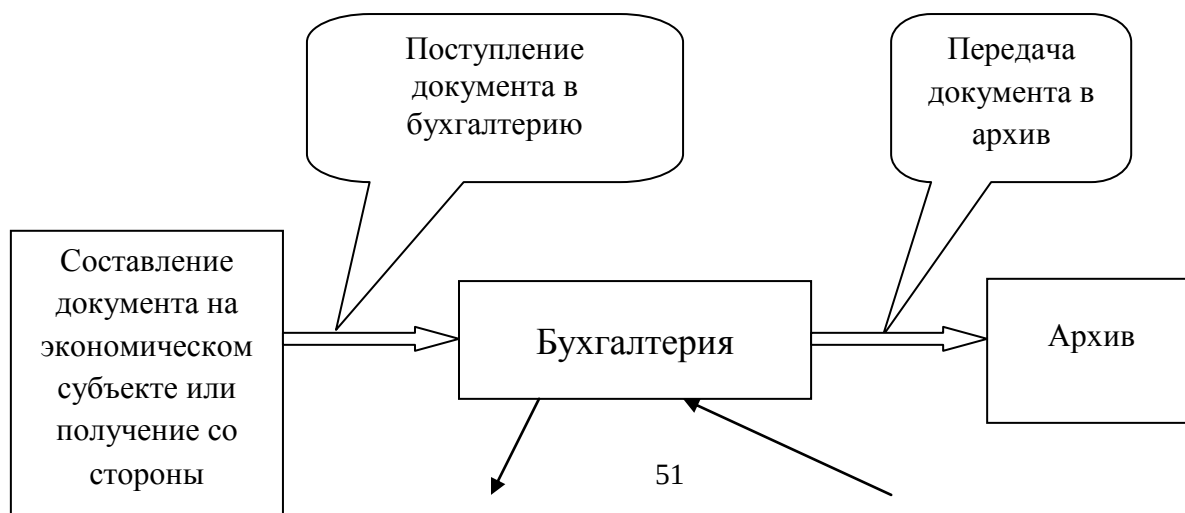
Более детальный анализ продаж товаров произвести невозможно в связи с отсутствием информационной базы.

2.4 Рекомендации по учету и анализу продажи товаров в розничной торговле

Произведенные исследования во втором разделе выпускной квалификационной работы позволили установить, что учет продажи товаров на ООО «Строймаг» организован и ведется в строгом соответствии с нормативно-законодательными актами в данной области учета и положениями принятой Учетной политики исследуемого экономического субъекта.

Основным недостатком в области учета продажи товаров на ООО «Строймаг» является отсутствие графика документооборота.

Документооборот представляет собой движение документов на предприятии от их создания или получения от других организаций до принятия к учету, обработки и передачи в архив (рисунок 2.7).



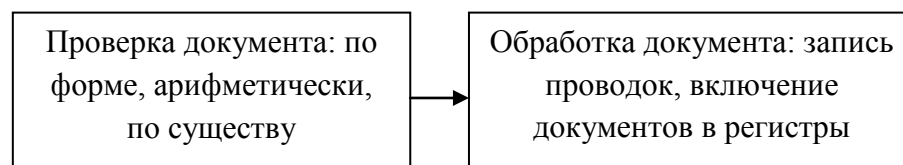


Рисунок 2.7 - Этапы документооборота

Многие коммерческие экономические субъекты уделяют недостаточное внимание графику документооборота и не разрабатывают его как элемент Учетной политики.

Однако именно график документооборота способен оптимизировать ведение первичного учета активов и обязательств организации.

Своевременное и качественное оформление первичных учетных документов, передача их в установленные сроки для отражения в бухгалтерском учете, а также достоверность содержащихся в них данных должны обеспечивать лица, составившие и подписавшие эти первичные учетные документы.

Работу по составлению графика документооборота должен организовать главный бухгалтер ООО «Строймаг». График документооборота должен был утвержден приказом руководителя ООО «Строймаг» и состоит из блоков:

- создание документа;
- проверка документа;
- обработка документа;
- передача в архив.

В блоке создания документооборота входят данные о количестве созданных документов, ответственном за выписку, оформления, срок исполнения.

Проверка документа включает в себя ответственного за проверку, кто представляет, порядок представления и сроки исполнения.

Создание блока обработки документа необходимо для того, чтобы отразить исполнителя и сроки исполнения. Ответственный за передачу в архив и срок передачи отражается в разделе – передача в архив.

График документооборота оформляется в виде таблицы перечня работ по созданию, проверке и обработке документов, выполняемых всеми исполнителями с указанием их взаимосвязи и сроков выполнения работ.

График документооборота отражает именно учету продаж товаров организации, он отражает все важные моменты.

Основанием для отражения в бухгалтерском учете ООО «Строймаг» продаж товаров используются следующие виды документов:

- Счет;
- Товарная накладная;
- Счет-фактура “выданный”;
- Товарный отчет магазина;
- Товарный отчет склада.

Разработанный график документооборота бухгалтерского учета продаж товаров на ООО «Строймаг» представлен в приложении Г.

Работники предприятия должны создавать и предоставлять документы согласно графику документооборота. Для этого каждому исполнителю (бухгалтеру, заведующему складом и заведующему магазином) необходимо вручить выписку из данного графика.

Контроль над соблюдением исполнителями графика документооборота по учету продаж товаров на ООО «Строймаг» должен осуществлять главный бухгалтер.

Разработанный график документооборота должен повысить контрольные функции в области первичного учета продаж товаров.

С целью роста эффективности продаж товаров руководству ООО «Строймаг» необходимо производить более детальный анализ товаров от различных поставщиков. В конфигурации «1С: Розница» существует довольно

широкий функционал для этих целей. Основными отчетами, используемыми в системе, являются:

- отчет по продажам, в котором анализируются продажи магазина за определенный период. В отчете можно сделать разбивку по периодам (дни, недели), а также разбивку по отделам магазина, а также вычислять средний размер скидки.

- отчет по валовой прибыли, который позволяет проследить продажи магазина с учетом себестоимости товара, вычисляя при этом валовую прибыль. Такой отчет будет полезен для сравнения прибыльности товаров или групп товаров.

Также руководству магазина можно порекомендовать более углубленно систематизировать учет товаров. В настоящее время на ООО «Строймаг» реализуются около 10 000 наименований строительных товаров и лесоматериалов, которые разбиты на 5 групп с буквенными обозначениями в зависимости от основного поставщика каждой группы.

Такая группировка не представляется целесообразной и не является удобной при проведении детального анализа продаж товаров и оценке их прибыльности.

С целью совершенствования группировки товаров, а, следовательно, и упорядочивания аналитического учета товаров предлагается заменить существующую группировку товаров по поставщикам на группировку по их назначению товаров, разбив их на следующие группы:

- сухие строительные смеси, цемент;
- лакокрасочная продукция;
- кафельная плитка;
- сантехника и аксессуары;
- электроосветительное оборудование и фурнитура;
- строительный инструмент (ручной и электрический);

- напольные покрытия (линолеум, паркет, ламинированный пал) и комплектующие к ним;
- лесостроительные материалы.

Применение данной группировки должно сделать более наглядным учет и анализ продаж товаров. С помощью данной группировки можно будет:

- отслеживать какие группы товаров пользуются спросом;
- изучать, как изменяется спрос в зависимости от сезона;
- более рационально определять розничную торговую наценку;
- определить более конкурентоспособные товары и т. д.
- что повысит эффективность деятельности магазина.

В бухгалтерском учете данная группировка может найти свое отражение в виде субсчетов.

Произведенные исследования в пункте 2.4 выпускной квалификационной работы позволили предложить рекомендации по совершенствованию учета и анализа продажи товаров на ООО «Строймаг».

Таким образом, во втором разделе выпускной квалификационной работы была рассмотрена система бухгалтерского учета продажи товаров на ООО «Строймаг», произведен анализ продаж товаров и разработаны рекомендации по совершенствованию учета и анализа продажи товаров на ООО «Строймаг».

Заключение

На торговых экономических субъектах учет и анализ продажи товаров является одним из ключевых участков работы в целом, от правильной организации учета и анализа на котором зависят результаты деятельности предприятия в целом.

Цель выпускной квалификационной работы являлось раскрытие системы бухгалтерского учета продажи и анализа товаров на конкретном розничном торговом экономическом субъекте с целью его совершенствования.

Все исследования были произведены в двух разделах выпускной квалификационной работы.

Первый раздел выпускной квалификационной работы носил теоретический характер и был посвящен раскрытию теоретических аспектов учета и анализа товаров на розничных торговых предприятиях.

По результатам исследований, произведенных в первом разделе выпускной квалификационной работы, были сделаны следующие выводы:

- товарно-материальные ценности – это часть оборотных активов, приобретенная или полученная от других юридических и физических лиц и предназначенная для продажи или перепродажи без дополнительной обработки. В узком смысле под термином «товарно-материальные ценности» понимаются товары;

- система нормативного регулирования учёта товаров является четырехуровневой и строго вписывается в общую систему нормативного регулирования бухгалтерского учёта и отчётности в Российской Федерации. Основным нормативно-правовым актом, регламентирующим учет товаров на экономических субъектах, является Положение по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов»;

- розничные торговые экономические субъекты учитывают товары, в основном, по розничным ценам и осуществляют исчисление реализованной торговой наценки;

- первичный учёт продажи товаров осуществляется с помощью форм первичной учётной документации, они не утверждены, поэтому допускается экономическому субъекту разрабатывать их самостоятельно на основании форм первичной учётной документации по учету товаров, действовавшей до вступления в действие Федерального закона РФ от 06.12.2011 года №402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;

- синтетический учет продажи товаров ведется на активном счете 41 «Товары», для учета торговой наценки розничными предприятиями применяется пассивный счет 42 «Торговая наценка»;

- аналитический учет продажи товаров осуществляется в разрезе групп и видов товаров и может быть многоуровневым;
- в бухгалтерской отчетности информация о наличии товаров отражается во втором разделе актива баланса по строке 1210 «Запасы»;
- анализ продаж товаров производится в несколько этапов и включает в себя анализ товарооборота и товарооборачиваемости.

Второй раздел выпускной квалификационной работы была посвящена раскрытию практических аспектов бухгалтерского учета продаж товаров на примере деятельности конкретного экономического субъекта – ООО «Строймаг».

По результатам написания второго раздела выпускной квалификационной работы были сделаны следующие основные выводы:

- в качестве объекта исследования в выпускной квалификационной работе выступал экономический субъект города Пензы ООО «Строймаг», специализирующийся на розничной торговле строительными товарами и лесоматериалами через принадлежащий ему на праве собственности розничный магазин;
- произведенный анализ показателей бухгалтерской отчетности свидетельствует о расширении масштабов деятельности ООО «Строймаг» в 2014 – 2016 годах. Экономический субъект платежеспособен по всем своим обязательствам, его финансовая устойчивость растет;
- ведение бухгалтерского учета на ООО «Строймаг» осуществляется специализированным подразделением – бухгалтерией, возглавляемой главным бухгалтером.

Для автоматизации бухгалтерского учета на ООО «Строймаг» применяется специализированная бухгалтерская программа «1С: Бухгалтерия», версия 8.3. В розничном магазине для учета продажи товаров применяется программа «1С: Розница», которая синхронизирована с торговым оборудованием магазина;

- учет продажи товаров на ООО «Строймаг» ведет бухгалтер;

– произведенный анализ организации и ведения первичного, синтетического и аналитического учета продажи товаров на ООО «Строймаг» показал, что бухгалтерский учет на данном участке организован грамотно и последовательно.

Учет продажи товаров на объекте исследования ведется в строгом соответствии с соблюдением: нормативно-правовых актов РФ, применяемой формы бухгалтерского учета на экономическом субъекте, утвержденной учетной политики организации;

– на ООО «Строймаг» учет продажи товаров ведется по розничным ценам;

– для систематизации и обобщения информации о продаже товаров на ООО «Строймаг» применяются как стандартные учетные регистры: Ведомость №4 и Журнал – ордер №4, так и специализированные формы отчетов, формируемые в программе «1С: Бухгалтерия»: Журнал – ордер, Анализ счета, Обороты счета, Карточка счета по таким счетам как 41 «Товары» и 42 «Торговая наценка»;

– информация о продаже товаров находит комплексное последовательное отражение в системе бухгалтерского учета экономического субъекта. На основании показателей Главной книги по счетам 41 «Товары» и 42 «Торговая наценка» в бухгалтерском балансе ООО «Строймаг» отражается наличие товаров во втором разделе актива баланса по строке 1210 «Запасы»;

– анализ продаж товаров на ООО «Строймаг» показал, что в 2014 – 2016 годах выручка от реализации товаров растет: на 15,919% - в 2015 году и на 16,237% - в 2016 году по сравнению с уровнем предыдущего года;

– на ООО «Строймаг» реализуемые товары сгруппированы по поставщикам в 5 групп с условным обозначением каждой;

– продажи всех групп товаров на протяжении всего периода исследования выросли. Наибольшими темпами росли продажи товаров группы СР, а наименьшими темпами – группы МВ. Необходимо проанализировать

вариант прекращения сотрудничества с поставщиком группы МВ, так как его товары пользуются наименьшим спросом;

- структура продаж групп товаров на протяжении 2014 – 2016 годов является относительно стабильной.

В результате произведенных исследований были предложены следующие рекомендации по совершенствованию учета и анализа продажи товаров на ООО «Строймаг»:

- был разработан график документооборота по учету продажи товаров на ООО «Строймаг», который отсутствует на объекте исследования;

- было предложено более глубокое использование аналитических возможностей программы «1С: Розница» в области анализа продаж товаров;

- была раскрыта необходимость более углубленной систематизации реализуемых групп товаров в соответствии с их назначением, что должно найти отражение и в совершенствовании рабочего плана счетов организации.

Все предложенные мероприятия должны поднять качество бухгалтерского учета и анализа товаров на ООО «Строймаг» и способствовать дальнейшему росту его прибыли.

Список использованных источников

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть вторая // Инф. система «Консультант Плюс» – 2017 – 25 мая.

2. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // «Собрание законодательства РФ». 12.12.2011. № 50, ст. 7344

3. Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 06.04.2015) // Инф. система «Консультант Плюс» – 2017 – 25 мая.
4. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению» (ред. от 08.10.2010) // Инф. система «Консультант Плюс» – 2017 – 25 мая.
5. Агафонова М.Н. Бухгалтерский учет: учебник. М.: Финансы и статистика, 2013. 531 с.
6. Агеева О.А., Шахматова Л.С. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2014. 365 с.
7. Астахов В.П. Бухгалтерский учет в торговле: учебник для бакалавров. М.: Финансы и статистика, 2014. 416 с.
8. Богатая И.Н., Хахонова Н.Н. Бухгалтерский учёт и отчётность: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. 488 с.
9. Бабаев Ю. А. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании (+ CD-ROM): учебное пособие. М.: Вузовский учебник, 2015. 352 с.
10. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. М.: Кнорус, 2013. 224 с.
11. Бернштейн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация. М.: Финансы и статистика, 2014. 544 с.
12. Бухгалтерский учет в торговле: учебник для студентов ВУЗов / под ред. Баканова М.И. М.: Финансы и статистика, 2014. 576 с.
13. Бухгалтерский учет: практикум / под ред. Ю.Н. Самохвалова. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 232с.
14. Варламов С.И. Бухгалтерский учет в торговле: учебное пособие. Спб: Питер, 2013. 528 с.
15. Вещунова Н.Л. Бухгалтерский и налоговый учет: учебник. М.: Велби, 2014. 844 с.

16. Гетьман В.Г. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2015. 717с.
17. Гладкий А.А. 1С: Бухгалтерия 8.3. 100 уроков для начинающих: учебное пособие. М.: КноРусс, 2015. 416 с.
18. Гладкий, А.А. 1С: Управление торговлей 8.3. 100 уроков для начинающих: учебное пособие. М.: КноРусс, 2015. 228 с.
19. Донцова Л. В. Анализ финансовой отчетности предприятий: практикум. М.: Дело и Сервис, 2013. 144 с.
20. Елисеева Т.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. М.: Современная школа, 2015. 505 с.
21. Захарьин В.Р. Бухгалтерский финансовый учет: учебник. М.: Дело и Сервис, 2016. 560с.
22. Иванова Н.В. Бухгалтерский учет на предприятиях торговли: учебное пособие. М.: Academia, 2013. 256 с.
23. Ивашкин Б.Н. Бухгалтерский учет в торговле: учебник для бакалавров. М.: Дело и сервис, 2016. 464 с.
24. Ионова А.Ф. Финансовый анализ: учебник для студентов ВУЗов. М.: Проспект, 2013. 424с.
25. Илышева Н.Н., Крылов С.И. Анализ финансовой отчетности: учебник. М.: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2014. 456 с.
26. Каморджанова Н.А. Бухгалтерский учёт в схемах и рисунках: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2013. 494 с.
27. Качкова О.Е. Бухгалтерский учет в торговле: учебник. М.: Академия, 2015. 368 с.
28. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Анализ баланса, или Как понимать баланс: практическое пособие. М.: Проспект, 2014. 324 с.
29. Кожарский В.В. Бухгалтерский учет в розничной торговле: учебник. М.: Издательство Гревцова, 2015. 264 с.
30. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2014. 540 с.

31. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учёт: учебное пособие. М.: Инфра-М., 2016. 806 с.
32. Кушнарченко Т.В. Бухгалтерский учет и контроль налогообложения в торговле: учебник. - М.: Феникс, 2016. 288 с.
33. Лебедева Е.М. Бухгалтерский учет: учебник. М.: Академия, 2014. 269 с.
34. Машинистова Г.Е. Бухгалтерский финансовый учет: учебное пособие. - М.: Эксмо, 2016.- 416 с.
35. Николаева Г.А. Бухгалтерский учет в торговле: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2016. 366 с.
36. Новодворский В.Д. Бухгалтерская отчетность организации: учебное пособие. М.: Бухгалтерский учет, 2016. 526 с.
37. Патров В.В. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании: учеб. пособие. СПб: Питер, 2015. 416 с.
38. Петрова В.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий: учебник. – М.: Финансы, 2013. 357 с.
39. Пласкова Н.С. Экономический анализ: учебник. М.: Эксмо, 2014. 704 с.
40. Рязанцева Н.А. 1С: Предприятие. Бухгалтерский учет. Секреты работы: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2016. 356 с.
41. Савицкая В.Г. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник для студентов ВУЗов. Минск: Новое знание, 2016. 688 с.
42. Сапожникова Н.Г. Бухгалтерский учет (для бакалавров): учебное пособие. 7-е изд., перераб. и доп. М.: КноРус, 2014. 305 с.
43. Соснаускене О.И. Бухгалтерский учет в торговле: учебник для студентов ВУЗов. М.: Омега-Л, 2016. 336 с.
44. Тумасян Р.З. Бухгалтерский учёт: учебно-практическое пособие. М.: Омега-Л, 2016. 984 с.

45. Филатова В.О. 1С: Предприятие 8.3. Бухгалтерия предприятия. Управление торговлей. Зарплата и управление персоналом: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2015. 176 с.
46. Холоденко Е.М. Бухгалтерский учет в торговле: практическое пособие. М.: Экономикс Пресс, 2014. 160 с.
47. Чувикова В.В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для бакалавров. М., 2015. 524 с.
48. Швецкая В.М. Бухгалтерский учет: учебник. М.: Инфра-М, 2014. 630 с.
49. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа: учебник. М.: ИНФРА-М, 2015. 456 с.
50. Шредер Е.Г. Бухгалтерский учет в торговле: учебное пособие. М.: Инфра-М, 2014. 410 с.