

Лекция 3

Оценка товарных запасов. Торговая наценка и торговая скидка

- 1. Цена товара.**
- 2. Порядок оценки товарных запасов.**
- 3. Методы оценки себестоимости продаваемых товаров.**
- 4. Торговая наценка.**
- 5. Торговая скидка. Виды скидок.**

1. Цена товара.

Организации, осуществляющие оптовую, мелкооптовую и розничную торговлю, вправе самостоятельно определять порядок формирования стоимости товаров с учетом расходов, связанных с процессом их приобретения.

Цена — это денежное
выражение стоимости
товара

Цена любого товара, предназначенного для перепродажи, устанавливается таким образом, чтобы торговая организация могла покрыть расходы на продажу и получить прибыль от своей деятельности.

$$Ц = Цп + Нт$$

Где: Ц – цена товара;
Цп – покупная цена товара;
Нт – торговая наценка.

Виды цен, действующих на разных стадиях товарного обращения:

Оптовые

Договорные

Розничные

Свободные рыночные

Закупочные

Прейскурантные

Тарифы (расценки)

*Биржевые,
аукционные*

*Жесткофиксированные,
твердые*

Комиссионные

Регулируемые

Мировые

2. Порядок оценки товарных запасов.

Организация бухгалтерского учета товаров в торговых организациях во многом зависит от выбора **учетной цены** (по которой приходят (учитывают) товары в бухгалтерском учете).

**Учетной ценой товаров
может быть:**

Покупная стоимость
(стоимость их приобретения) -
используются в оптовой и
розничной торговле

**Продажная (розничная)
стоимость** - используются в
розничной торговле

К фактическим затратам, включаемым в покупную стоимость товара относятся (п.6 ПБУ 5/01):

суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу);

суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением товаров;

таможенные пошлины;

невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением товаров;

вознаграждения, уплачиваемые посредникам;

затраты по заготовке и доставке товаров до места их использования, включая расходы по страхованию;

затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к продаже;

иные затраты, непосредственно связанные с приобретением товаров.

В продажную цену товара включаются:

1. Покупная цена товара, состоящая из закупочной цены и транспортных расходов по доставке товара.

2. Торговая наценка, предусматривающая компенсацию коммерческих расходов и ожидаемую прибыль.

3. Косвенные налоги, включаемые в цену товара. (акцизы и НДС).

4. Скидки для клиентов.

Корреспонденции счетов по отражению поступления товара в зависимости от выбранного метода отражения учетной стоимости товара

Содержание ФХЖ (состав учетной стоимости товара)	Учет товаров по покупной стоимости		Учет товаров по продажной стоимости	
	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
Стоимость по ценам поставщика без НДС	41-1,2	60	41-2	60
НДС, предъявленный поставщиком	19-3	60	19-3	60
Торговая наценка	X	X	41-2	42
НДС, включаемый в продажную стоимость товара	X	X	41-2	42

Дебет

СЧЕТ 41 «ТОВАРЫ»

Кредит

Сальдо начальное
(остаток товаров)

60 Получены от поставщиков
товары
42 Отражена торговая наценка
42 НДС
60,71,76 Отражены затраты по
заготовке и доставке товаров

90/2 Списана стоимость
проданных товаров

Сальдо конечное
(остаток товаров)

3. Методы оценки себестоимости продаваемых товаров.

Для целей бухгалтерского учета (п. 16 ПБУ 5/01) и для целей исчисления налога на прибыль (гл. 25 НК РФ) возможно использование следующих **вариантов оценки товаров при продаже (или ином выбытии)** :

- 1) по стоимости единицы товара;*
- 2) по средней стоимости;*
- 3) по стоимости первых по времени приобретений (ФИФО).*

Организация может выбрать любой из этих вариантов. Выбранный метод оценки товаров при выбытии закрепляется в приказе по учетной политике.

Для оценки товаров организации необходимо иметь документально подтвержденную информацию о том, сколько и каких товаров продано. На практике применяются разные способы учета количества и номенклатуры проданных товаров.

* В крупных магазинах (супермаркетах), обслуживающих большое количество покупателей и имеющих большой ассортимент товаров, для идентификации конкретной единицы товара используют **штрихкод**, содержащий всю необходимую для учета продажи этой единицы товара информацию.

4. Торговая наценка.

Размер торговой наценки должен устанавливаться организацией с таким расчетом, чтобы **покрыть все расходы на продажу (коммерческие расходы)**, учитываемые торговой организацией на счете 44 «Расходы на продажу», **сумму начисленного НДС и обеспечить получение прибыли.**

По общему правилу *размер торговой наценки* по товарам *ничем не ограничен* и может быть любым. *Исключением являются товары*, в отношении которых осуществляется *государственное регулирование цен* и устанавливаются предельные размеры розничных надбавок к фактической отпускной цене производителя.

Методики начисления торговой наценки, которые могут использовать организации

торговли

- ◆ устанавливать единый процент торговой наценки на все товары или по отдельным их группам;
- ◆ устанавливать для конкретного товара (группы товаров) торговую наценку в виде твердой суммы (константы);
- ◆ устанавливать продажную цену, а затем рассчитывать торговую наценку;
- ◆ применять иные способы расчета торговой наценки.

Методы расчета проданной торговой наценки

При учете товаров по *продажным ценам* сумма проданной торговой наценки (**валовой доход**) может рассчитываться одним из следующих способов:

- *по общему товарообороту;*
- *по ассортименту товарооборота;*
- *по среднему проценту;*
- *по ассортименту остатка товаров.*

* Наибольшее распространение на практике получил способ расчета **валового дохода** по среднему проценту.

$$\text{ВД} = \frac{T * \text{CP}\%}{100\%}$$

Где: ВД – валовой доход;

T – товарооборот (кредитовый оборот сч. 90);

CP % - средний процент валового дохода.

В свою очередь:

$$\text{CP}\% = \frac{\text{ТН}_H + \text{ТН}_П - \text{ТН}_В}{T + ОК} \times 100$$

Где: ТН_H – торговая наценка на остаток товаров на начало отчетного периода;

$\text{ТН}_П$ – торговая наценка на товары, поступившие за отчетный период;

$\text{ТН}_В$ – торговая наценка на выбывшие товары, кроме продажи (списание потерь от порчи и недостатков);

ОК – остаток товаров на конец отчетного периода.

Торговая скидка



- это уменьшение продавцом ранее заявленной цены товара.

- * Систему скидок используют для повышения уровня продаж, привлечения как можно большего числа покупателей, для того чтобы заинтересовать их более выгодными, чем у конкурентов, условиями.
- * Грамотно разработанная система скидок позволяет продавцу не только привлекать новых покупателей, но и удерживать старых, которые могут стать постоянными покупателями.

Виды скидков

Сконто – скидки, предоставляемые за оплату наличными или за досрочное осуществление платежей по сравнению со сроками, представленными договором.

Специальные (постоянным покупателям) – скидки, предоставляемые постоянным покупателям, с которыми фирма имеет длительные, тесные контакты; привилегированным покупателям, в чьих заказах организация особо заинтересована; скидки на пробные партии и заказы; скидки за регулярность заказов, с помощью которых организация стремится удержать постоянную клиентуру и т.д.

Прогрессивные – скидки за количество, предоставляемые покупателю при условии покупки заранее определенного количества товара.

(продолжение)

ВИДЫ СКИДОК

Праздничные – скидки, предоставляемые на все или отдельные виды товаров в течение определенного периода.

Накопительные – скидки, когда их размер по мере совершения следующих покупок увеличивается.

Система бонусов – всем покупателям при приобретении того или иного товара выдается подарок.

Сезонные – скидки, предоставляемые за покупку товара, имеющего сезонный спрос.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!