

Для раскрутки соперничества владельцам бизнеса необходимо не только идентифицировать прямых конкурентов, но и разобраться в конкуренции с другими кластерами межфирменного окружения. Сочетание сотрудничества и соперничества следует учитывать, например, в процессе презентации бизнес-планов потенциальным партнерам по совместному бизнесу или контрагентам.

Библиографический список

1. Бабошин А.В. Конкурентное позиционирование компании. Ч. 1 / А.В. Бабошин // Экономические науки. 2006. № 7 (20).
2. Головин И.В. Конкурентная карта рынка / И.В. Головин // Практический маркетинг. 2004. № 5 (87).
3. Волков В.В. Силовое предпринимательство / В.В. Волков. М.: Изд-кий дом ГУ ВШЭ, 2005.



УДК 657:06.012.5

**А.А. Шапошников,
И.В. Куликова**

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА СКИДОК НА ПРЕДПРИЯТИИ

Ключевые слова: дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, скидка, оптовая торговля, розничная торговля, валовый метод, чистый метод, скидки с цены, скидки с продаж, методика учета.

Введение

Экономика России характеризуется общей финансовой нестабильностью, незначительным ростом объемов производства, снижением платежной дисциплины, подчиненностью бухгалтерского учета целям налогообложения, высокой стоимостью заемных ресурсов, ростом неплатежей.

Современное состояние экономики России вызывает постоянный рост дебиторско-кредиторской задолженности и очень высокий ее уровень. Неплатежи возникли в начале 90-х годов прошлого столетия на макроуровне. После того как они перешли на уровень предприятий, начался постоянный, непрерывный рост дебиторско-кредиторской задолженности [1].

Дебиторская и кредиторская задолженность – объективное неизбежное следствие существующей системы расчетных взаимоотношений предприятия с контрагентами, финансовыми органами, органами социального обеспечения, страховыми организациями, работниками, а также прочими дебиторами и кредитора-

ми. Оба вида задолженности являются результатом разрыва во времени платежа и момента перехода права собственности на товар, предъявлении платежных документов и их оплаты.

Учет обязательств всегда являлся важнейшей составной частью бухгалтерского учета. Содержание практически любой хозяйственной операции составляют факты возникновения, изменения и прекращения обязательств.

Основная часть

Основываясь на данных учета, компания может выбрать оптимальные для ее хозяйственной деятельности условия работы с контрагентами и предусмотреть их в договоре, разработать рычаги управления данной задолженностью. Например, для сокращения сроков погашения задолженности можно предусмотреть скидки за оплату в короткие сроки и отсутствие таких скидок или начисление пеней в случае задержки платежа. Условие о предоставлении скидки является распространенным явлением – обычаем делового оборота.

Определение понятия «скидка» в документах системы нормативного регулирования бухгалтерского учета в гражданском законодательстве, законодательстве о налогах и сборах отсутствует, но существует определение, сформированное практикой. **Скидка представляет собой** уменьшение цены товара, работы или ус-

луги при выполнении покупателем определенных договором условий. К таким условиям можно отнести: приобретение товаров в течение установленного периода времени, оплата товаров в течение установленного срока, приобретение товаров в указанном объеме и т.п.

Основанием применения скидок может быть маркетинговая политика организации как метод стимулирования продаж. Факт формирования цены сделки с учетом скидок в рамках проведения маркетинговой политики необходимо отразить в тексте договора купли-продажи товаров, реализуемых со скидкой, в счете на оплату товаров, а также в приказе или распоряжении руководителя организации.

Важно отметить, что за рубежом дебиторская задолженность широко распространена благодаря существованию гибкой системы многочисленных скидок.

Гражданским законодательством поразному регулируется порядок предоставления скидок в оптовой и розничной торговле. Установление цены товара при реализации в оптовой торговле регулируется общими положениями о договоре, которые содержат главы 27-29 ГК РФ, и общими положениями о договоре купли-продажи, которые содержит глава 30 ГК РФ.

Порядок отражения скидок у поставщика в бухгалтерском учете определяется ПБУ 9/99 «Доходы организации», утвержденным Приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 33 н. [2].

Следует помнить, что причины для предоставления скидки должны быть четко указаны в договоре, кроме того, методика применения скидок необходимо описать в учетной политике предприятия. В настоящее время типовые схемы учета приобретения товаров со скидкой в нормативных документах не описаны, поэтому, на наш взгляд, дебиторскую и кредиторскую задолженность следует корректировать на сумму предоставляемых скидок.

Скидки, предоставляемые покупателю, можно подразделить на две большие группы:

К первой группе относятся скидки, которые определяются непосредственно в момент продажи (приобретения) товаров – это процентные скидки от базовой цены товара. Многие организации торгуют по каталогам или имеют общий список цен (прайс-лист). Чтобы часто не менять цены во время распродаж или при продажах

постоянному клиенту, при реализации различного количества товара используют торговую скидку как процент от основной цены. При продаже со скидкой счет выставляется на чистую сумму (базовая цена минус скидка), и, соответственно, дебиторской задолженностью признается эта чистая сумма. Обычно в бухгалтерском учете подобного рода скидок проблем не возникает.

Ко второй группе относятся скидки, факт предоставления которых и их сумма определяются уже после продажи (приобретения) товаров. Сюда относят скидки за оплату в срок или **скидки «за скорейшую оплату товаров»**. Такие скидки могут называться сконто. Данные скидки предоставляются в зависимости от срока оплаты с целью стимулирования покупателя оплатить счет за приобретенные товары, работы и услуги до окончания срока платежа, оговоренного в договоре. Денежные скидки применяются для повышения объемов реализации и стимулирования клиента к более ранней оплате, также они помогают сократить сомнительные долги. Такие скидки вызывают необходимость осуществления корректировок в бухгалтерском учете. Многие покупатели предпочитают использовать подобные скидки, иначе отказ от них будет равносильным займу денег под проценты.

В отечественной и зарубежной практике существуют два подхода к отражению в бухгалтерском учете подобных скидок.

1. Валовый метод – это широко используемый на практике метод. Сущность данного метода такова: продажа и дебиторская задолженность записываются на общую (валовую), без скидки, сумму выставленного счета. Скидки будут отражаться только в том случае, когда оплата произведена в течение периода действия скидки.

2. Чистый метод. При использовании этого метода скидка трактуется несколько иначе. Считается, что скидка, не полученная покупателем, – это «наказание», или «штраф», который он должен платить, поскольку приобретает товары в кредит, а не за наличный расчет, и платит позже периода действия скидки. Первоначально продажа и дебиторская задолженность записываются за вычетом скидок, т.е. чистые, а в ситуации, когда покупатель не использует скидки, то на сумму упущенной скидки у продавца увеличивается объем реализации.

Согласно нормативным документам не существует необходимости в обособленном учете скидок, в результате подобного подхода скидки выпадают из контура учетно-аналитической системы и системы контроля предприятия. Вместе с тем организация бухгалтерского учета должна быть построена таким образом, чтобы формировалась не только достоверная, но и полная, удовлетворяющая интересам всех заинтересованных пользователей и в первую очередь аппарата управления, информация.

Оценивая теорию и существующую практику, можно сказать, что скидки являются самой распространенной формой привлечения покупателей, однако имеет место несовершенство методики бухгалтерского учета, что значительно ограничивает сферу их применения. Анализ действующих нормативных и законодательных актов позволяет констатировать, что учет скидок недостаточно регламентирован Планом счетов, для учета скидок предназначен только счет 42 «Торговая наценка», обобщающий информацию о предоставленных скидках организациями розничной торговли, применяющих в качестве учетных продажные цены специального счета, на котором бы отражались скидки, предоставляемые оптовыми организациями покупателям в Плане счетов не предусмотрено [3].

Использование организацией при реализации товаров системы скидок требует от бухгалтерской службы предоставления оперативных сведений о кредитной истории покупателя. Например, если условием предоставления скидки является оборот в течение определенного периода, учетно-аналитическая система предприятия должна обеспечить накопительный сбор информации о продажах или покупках, предоставляемых ранее скидках данному покупателю. Осуществляя применение скидки за скорейшую оплату или за оплату в срок, необходимо оперативно отслеживать сроки наступления платежа и его размер. При предоставлении скидок с продаж, когда покупатель одновременно приобретает товары в необходимом для получения скидки количестве или сумме, согласно ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99 и налоговым нормам не возникает необходимости факта ее отражения в бухгалтерском учете у покупателя и у продавца, так как выручка и дебиторская задолженность отражаются за минусом скидки, но в рамках управленческого учета информа-

ция о подобного рода скидках очень важна как для оперативного руководства и управления деятельностью предприятия, так и для налоговых органов.

Следовательно, учетно-аналитическая система предприятия должна быть построена таким образом, чтобы формировалась достоверная информация не только для определения налогооблагаемых оборотов, но и для анализа результата применения скидок как формы привлечения покупателей, Это позволит управленческому аппарату принимать более эффективные решения в области продаж, что будет прямо или косвенно способствовать увеличению получаемой предприятием прибыли. Информация о приобретенных товарах и предоставленных скидках является основой для проведения анализа закупок, определения экономической прибыли и убытков. Таким образом, следуя вышеизложенному, в бухгалтерском учете должна содержаться информация обо всех предоставляемых покупателям скидках.

Для отражения предоставленных покупателям скидок в рамках управленческой подсистемы с целью обеспечения эффективного управления товарным потоком считаем возможным использовать свободные по действующему Плану счетов счет 47 «Скидки с продаж» и счет 48 «Скидки с цены». Выделение отдельных субсчетов для учета оптовых и розничных скидок обусловлено разделением оптового и розничного товарооборота. Для отражения скидок без отсрочки в рамках договора купли-продажи, т.е. для учета скидок, предоставляемых одновременно, непосредственно в момент продажи мы рекомендуем открыть активный синтетический счет 47 «Скидки с продаж» с дополнительными субсчетами: 47.1 «Скидки, предоставленные оптовым покупателям»; 47.2 «Скидки, предоставленные розничным покупателям». По счету 47 «Скидки с продаж» отражать скидки валовым методом, т.е. дебиторская задолженность и выручка отражаются без учета скидки, сама скидка отражается на активном счете 47 «Скидки с продаж», по дебету счета – предоставлена скидка, по кредиту – использована скидка. К счету 90 «Продажи» для уточнения оценки выручки или дебиторской задолженности с учетом предоставляемых покупателям скидок открыть субсчет 90.6 «Оценка выручки или дебиторской задолженности с учетом предоставленной скидки». Рассмотрим

возможный порядок организации учета по счету 47 «Скидки с продаж» (скидки, предоставляемые одновременно, непосредственно в момент продажи товара) в организациях сельского хозяйства. Предлагаемая методика учета может применяться не только в организациях сельского хозяйства. Рассмотрим вариант, когда сельскохозяйственная организация реализует продукцию, закупленную у физических лиц или в других хозяйствах, а также

продукцию собственного производства (табл. 1, 2).

Если речь идет о сельхозпредприятии, реализующем продукцию собственного производства, то, соответственно, проводки рассматриваем с п. 3 в таблице 1 и вместо счета 41 «Товары» используем счет 43 «Готовая продукция». Рассмотрим вариант, когда сельскохозяйственная организация реализует покупную сельхозпродукцию в розницу по продажным ценам.

Таблица 1

Учет скидок, предоставленных оптовым и розничным покупателям, сельскохозяйственными организациями, ведущими учет по покупным ценам или реализующих продукцию собственного производства

Содержание хозяйственной операции	Проводки		Сумма, руб.
	дебет	кредит	
1. Оприходован товар (продукция) от поставщика	41	60	70000
2. Учен НДС по приобретенному товару (продукции)	19	60	12600
3. Отражена выручка от реализации товара (продукции) по покупной цене (без учета скидки)	62	90.1	120000
4. Начислен НДС с реализации	90.3	68.2	18305
5. Списана стоимость проданных товаров (сельскохозяйственной продукции)	90.2	41 (43)	70000
6. Отражена сумма скидки оптовому покупателю (10%)	47.1 (47.2)	62	12000
7. Уточнена оценка дебиторской задолженности при предоставлении скидки	90.6	47.1 (47.2)	12000
8. Скорректирован НДС с реализации на сумму предоставленной скидки СТОРНО	90.3	68.2	1831
9. Оплачены покупателем приобретенные товары (продукция) с учетом скидки	51	62	108000
10. Определен финансовый результат от реализации товара со скидкой	90.9	99	21526

Таблица 2

Учет скидок, предоставленных розничным покупателям, сельскохозяйственными организациями, ведущими учет по продажным ценам

Содержание хозяйственной операции	Проводки		Сумма, руб.
	дебет	кредит	
1. Оприходован товар (продукция) от поставщика	41	60	70000
2. Учен НДС по приобретенному товару (продукции)	19	60	12600
3. Начислена торговая наценка на приобретенный товар (продукцию)	41	42	50000
4. Отражена выручка от реализации товара (продукции) по продажной цене (без учета скидки)	50	90.1	120000
5. Начислен НДС с реализации (120000)	90.3	68.2	18305
6. Отражена сумма скидки розничному покупателю (10%)	47.2	50	12000
7. Уточнена оценка дебиторской задолженности при предоставлении скидки	90.6	47.2	12000
8. Скорректирован НДС с реализации на сумму предоставленной скидки СТОРНО	90.3	68.2	1831
9. Списана себестоимость реализованных товаров (продукции)	90.2	41	108000
10. На сумму скидки уменьшена торговая наценка СТОРНО	41	42	12000
11. Сторнирована реализованная торговая наценка СТОРНО	90.2	42	38000
12. Оплачены покупателем приобретенные товары (продукция) с учетом скидки	51	62	108000
13. Определен финансовый результат от реализации товара (продукции) со скидкой	90.9	99	21526

Учет скидок, предоставляемых сельскохозяйственными организациями
оптовым покупателям за скорейшую оплату товаров (продукции)
(только для оптовых покупателей)

Содержание хозяйственной операции	Проводки		Сумма, руб.
	дебет	кредит	
Покупатель оплачивает товары (продукцию) в указанный срок			
1. Оприходован товар (продукция) от поставщика	41	60	70000
2. Учен НДС по приобретенному товару (продукции)	19	60	12600
3. Отражена выручка от реализации товара (продукции) по покупной цене (без учета скидки)	62	90.1	120000
4. Начислен НДС с реализации (120000)	90.3	68.2	18305
5. Списана стоимость товаров (сельскохозяйственной продукции)	90.2	41 (43)	70000
6. Отражена сумма скидки оптовому покупателю (10%)	48.1	62	12000
7. Уточнена оценка дебиторской задолженности при предоставлении скидки	90.6	48.1	12000
8. Скорректирован НДС с реализации на сумму предоставленной скидки СТОРНО	90.3	68.2	1831
9. Если покупатель успевает оплатить товар (продукцию) в течение срока действия скидки	51	62	108000
10. Определен финансовый результат от реализации товара (продукции) со скидкой	90.9	99	21526
Покупатель не оплачивает товары в указанный срок			
9. Скорректирована выручка на сумму упущенной покупателем скидки	62	90.1	12000
10. Скорректирован НДС с реализации, относящийся к сумме упущенной покупателем скидки	90.3	68.2	1831
11. Покупатель оплачивает товар (продукцию) после срока действия скидки	51	62	12000
12. Определен финансовый результат от реализации товара (продукции) (без учета скидки)	90.9	99	31695

Для учета скидок с цены, предоставляемых с отсрочкой платежа, мы рекомендуем открыть активный синтетический счет 48 «Скидки с цены» (скидки, предоставляемые с отсрочкой платежа, т.е. после продажи товара) с дополнительными субсчетами: 48.1 «Скидки, предоставленные оптовым покупателям»; 48.2 «Скидки, предоставленные розничным покупателям». Скидки с цены также отражать валовым методом, т.е. дебиторская задолженность и выручку отражать без учета скидки.

Рассмотрим пример. Если оптовая организация-покупатель оплачивает товар (продукцию) в течение 7 дней, то получает скидку в размере 10%, если позднее – то всю стоимость товаров.

Если речь идет о сельхозпредприятии, реализующем продукцию собственного производства, то, соответственно, проводки рассматриваем с п. 3 в таблице 3 и вместо счета 41 «Товары» используем счет 43 «Готовая продукция».

Заключение

Несмотря на то, что скидка является одним из методов стимулирования про-

даж и самой распространенной формой привлечения покупателей, имеет место несовершенство методики бухгалтерского учета, что значительно ограничивает сферу их применения. Предложенная методика бухгалтерского учета предоставляемых покупателям скидок, по нашему мнению, будет способствовать совершенствованию кредитной политики организации, повышению аналитичности информации в отношении покупателей предприятия, а также в целях управления товарным потоком и величиной дебиторской задолженности.

Библиографический список

1. Володин А.А. Управление финансами (финансы предприятий) / А.А. Володин. М.: ИНФРА-М, 2004. 504 с.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99. Приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н (в ред. приказов Минфина РФ от 30.12.1999 г. № 107н, от 30.03.2001 г. № 27н).
3. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности и Инструкция по его применению / Приказ Минфина РФ №94н от 31.10.2000 г.