**Введение**

Управленческий учет представляет собой область знаний, необходимая каждому, кто занимается предпринимательством. Менеджер несет ответственность за достижение целей, поставленных ему администрацией или учредителями предприятия. Результаты деятельности менеджера во многом зависят от информации, которая использована им для планирования, контроля и регулирования управленческой деятельности, а также принятия решений.

 Управленческий учет позволяет системно рассмотреть внутри предприятия вопросы оперативного планирования, контроля и учета отдельных видов деятельности.

 Управленческий учет выступает составной частью информационной системы предприятия. Эффективность управления производственной деятельностью обеспечивается информацией о деятельности структурных подразделений, служб, отделов предприятия. Управленческий учет формирует такую информацию для руководителей разных уровней управления внутри предприятия с целью принятия ими правильных управленческих решений. Содержание управленческого учета определяется целями управления, оно может быть изменено по решению администрации в зависимости от интересов и целей, поставленных перед руководителями внутренних подразделений.

Сегодня в сфере управления затратами и финансовыми результатами деятельности предприятия существует две основные проблемы. Первая - переориентировать отечественную теорию и накопленный опыт на решение новых задач, стоящих перед управлением предприятием в условиях рынка. Вторая - создание новых, нетрадиционных систем получения информации о затратах, применение новых подходов к калькулированию себестоимости, подсчету финансовых результатов, а также методов анализа, контроля и принятия на этой основе управленческих решений. В этом отношении значительный интерес для российских предприятий представляет изучение системы управленческого учета. Общепризнано, что управленческий учет является необходимым инструментом для управления организацией, позволяющим повысить качество и оперативность принимаемых управленческих решений, максимизировать ожидаемый результат и эффективно контролировать риски хозяйственной деятельности.

 Данной работе будут рассмотрены основные преимущества и недостатки учета расходов на продажу в торговле.

**1.Теоретические основы управленческого учета расходов на продажу товаров**

**1.1.Понятие и классификация расходов на продажу**

Расходы на продажу(издержки обращения) представляют собой выражение текущих затрат, связанных с процессом обращения товаров.

Анализ деятельности ряда организаций торговли показывает, что увеличение расходов на маркетинг или расходов на текущий ремонт увеличивает товарооборот в следующих периодах. Изменение суммы и уровня расходов происходит под влиянием как внешних, не зави­сящих от деятельности организации факторов, так и внутренних, обусловленных организацией технологического процесса по доведе­нию товаров до покупателей. Внешние факторы — это инфляцион­ный рост цен на используемые материальные ресурсы и услуги, из­менение ставок налоговых отчислений, относимых на себестоимость, и т.д., внутренние факторы — это размеры организации, место рас­положения, условия транспортировки и хранения товаров, ассорти­ментная структура оборота розничной торговли, формы обслуживания, уровень механизации и автоматизации технологических процессов.

Достоверность информационного обеспечения процесса управления возрастаем, если разделить расходы на продажу на зависящие от объема оборота розничной торговли (условно-переменные) и зависящие от оборота розничной торговли (условно-постоянные) статьи издержек.

К условно-переменным расходам вторговлеотносятся:

• транспортные расходы;

• расходы на оплату труда основных категорий персонала;

• отчисления на социальные нужды;

• расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд (в общественном питании);

• расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковал товаров;

• расходы на рекламу;

• потери товаров и технологические отходы;

• расходы на тару;

• ряд элементов затрат по статье «Прочие расходы», например расходы по обслуживанию посетителей в организациях общественного питания.

К условно-постояннымотносится:

• расходы на оплату труда работников аппарата управления оплачиваемых по должностным окладам;

• отчисления на социальные нужды;

• расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, и помещений, оборудования и инвентаря;

• амортизация основных средств;

• расходы на ремонт основных средств;

 • ряд элементов по статье «Прочие расходы», например амортизация нематериальных активов; налоги, сборы, отчисления в бюджет, производимые за счет издержек обращение расходы по ведению кассового хозяйства и т.п. Отчисления на социальные нужды относятся к условно постоянным и условно-переменным расходам, пропорционально соответствующим суммам расходов на оплату труда.

Учет расходов на предприятиях различных отраслей регулируется ПБУ 10/99 «Расходы организации», утвержденным приказом Министерство финансов РФ от 6 мая 1999г. №33н.Согласно этому нормативному документу «расходами организации признаете уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества)».

Так же как и доходы, расходы организации имеют свою классификацию и со­стоят из следующих основных составляющих:

* расходы по обычным видам деятельности;
* прочие расходы.

Расходы по обычным видам деятельности формируются за счет: расходов, свя­занных с приобретением сырья, материалов, товаров и иных материально-произ­водственных запасов; расходов, возникающих непосредственно в процессе перера­ботки (доработки) материально-производственных запасов для целей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а также продажи (перепродажи) товаров (расходы по содержанию и эксплуатации основных средств и иных внеоборотных активов, а также по поддержанию их в исправном состоянии, коммерческие расходы, управленческие расходы и др.).

При формировании расходов по обычным видам деятельности производится группировка по следующим элементам:

* материальные затраты;
* затраты на оплату труда;
* отчисления на социальные нужды;
* амортизация;
* прочие затраты.

Можно выделить различные способы учета в зависимости от целей, которые ставит перед собой бухгалтер. Для целей управления в бухгалтерском учете орга­низуется учет расходов по статьям затрат. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно. Для целей формирования финансового результата организацией от обычных видов деятельности определяется себестоимость продан­ных товаров, продукции, работ, услуг, которая формируется на базе расходов по обычным видам деятельности, признанных как в отчетном году, так и в предыду­щие отчетные периоды, и переходящих расходов, имеющих отношение к получе­нию доходов в последующие отчетные периоды, с учетом корректировок, завися­щих от особенностей производства продукции, выполнения работ и оказания услуг и их продажи, а также продажи (перепродажи) товаров.

Прочие расходы подлежат зачислению на счет прибылей и убытков организа­ции, кроме случаев, когда законодательством или правилами бухгалтерского учета установлен иной порядок.

Перечень расходов на продажу:

1. Транспортные расходы
2. Расходы на оплату труда
3. Отчисления на социальные нужды
4. Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря
5. Амортизация основных средств
6. Расходы на ремонт основных средств
7. Износ санитарной и специальной одежды, столового белья, посуды, приборов, других малоценных и быстроизнашивающихся предметов

 8.Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд

9.Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров

10.Расходы на рекламу

11.Затраты по оплате процентов за пользование займом

12.Потери товаров и технологические отходы

13.Расходы на тару

14.Прочие расходы.

Предприятия могут сокращать и расширять перечень статей в пределах затрат.

**1.2.Сущность и принципы управления расходов на продажу**

Расходы, связанные с продажей продукции, называются коммерче­скими (расходами на продажу). Они являются самостоятельной статьей при калькулировании полной себестоимости продукции. В деятельности торговых организаций все расходы имеют коммер­ческий характер.

В состав коммерческих расходов включаются следующие их виды:

* расходы на организацию маркетинговых исследований;
* расходы на тару и упаковку на складах готовой продукции;
* расходы на транспортировку продукции (при установлении отпускной цены франко-станция назначения), включая услуги транспортно-экспедиционных организаций;
* комиссионные сборы, уплачиваемые торговым, сбытовым организациям при продаже продукции на условиях комиссии;
* расходы на рекламу;
* прочие.

Коммерческие расходы учитываются на счете 44 «Расходы на продажу». В течение месяца по дебету счета собираются разные виды расходов (кредит счетов, соответствующих их видам), а в кон­це месяца они списываются (распределяются) согласно порядку, принятому в учетной политике предприятия.

Предприятие может выбрать один из вариантов списания рас­ходов на продажу:

1) списание общей суммой на уменьшение финансового ре­зультата от продажи продукции, т.е. в качестве расходов периода;

2) включение в себестоимость проданной продукции их доли, исчисленной расчетным путем.

При первом варианте коммерческие расходы декапитализиру­ются в полной сумме в конце отчетного периода, что отражается за­писью по дебету счета 90 «Продажи» и кредиту счета 44 «Расходы на продажу».

Второй вариантоснован на включении коммерческих расходов в себестоимость продукции с последующим их распределением ме­жду готовой и проданной продукцией.

Первый вариант учетной политики преобладает в практике ра­боты предприятий при составлении финансовой отчетности. МСФО 2 «Запасы» содержит норму, согласно которой предполага­ется обязательная декапитализация расходов на продажу. [10.с,268]

В управленческом учете получает все большее распространение второй вариант, Т.е. включение расходов на продажу в себестои­мость продукции в промышленности или товаров - в торговле. Полученная информация может использоваться для управления ассортиментом или для определения прибыльности покупателей. В связи с этим можно выделить в составе коммерческих расходов прямыеи косвенные(по способу включения в себестоимость про­дукции или товаров). Чаще всего к прямым относятся расходы на упаковку и транспортировку. Прямые расходы включаются в себе­стоимость проданной продукции на основании первичных доку­ментов (требований, накладных). Способы распределения косвен­ных коммерческих расходов устанавливаются в зависимости от це­левого использования информации о себестоимости продукции и товаров, а также ключевого принципа управленческого учета ­критерия эффективности. Если необходима максимально точная информация о распределении расходов на продажу по продуктам или покупателям, то внедряются инструменты системы калькули­рования «АВ-костинг». Если для обоснования управленческих ре­шений достаточно приблизительной информации о себестоимо­сти, то расходы на продажу могут распределяться между объектами калькулирования пропорционально либо объему продукции в на­туральном выражении, либо производственной себестоимости. [8.с,256]

**1.3.Краткая организационно-экономическая характеристика объекта наблюдения**

 Изучаемое предприятие – Краснозерское районное потребительское общество, зарегистрировано Решением Краснозерского районного Совета народных депутатов, № 9 от 10 февраля 1992 года.

Местонахождение предприятия – Российская Федерация, Новосибирскаяобласть, Краснозерский район, рабочий поселок Краснозерское, улица Октябрьская, 49.

Целью деятельности Общества является удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков в товарах и услугах, развитие кооперативной демократии, пропаганды кооперативного движения, проведение работы по вовлечению населения в пайщики. Деятельность предприятия утверждается уставом о потребительском обществе.

Бухгалтерский учет РайПо осуществляется на основе общепринятых правил, которые отражаются в постановление об учетной политике Краснозерского РайПо.

Таблица 1.1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Ед.измер. | 2007г | 2008г |
| 1 | Численность обслуживаемого населения | Тыс. чел. | 31,7 | 31,7 |
| 2 | В % к общему населению района  | % | 82,5 | 82,5 |
| 3 | Общая численность работников в т.ч. | чел | 296 | 336 |
| 4 | Торговля  | чел | 213 | 247 |
| 5 | Общепит  | чел | 50 | 53 |
| 6 | Промышленность  | чел |  |  |
| 7 | Заготовки  | чел | 1 | 1 |
| 8 | Рынок  | чел |  |  |
| 9 | Транспорт  | чел | 32 | 35 |
| 10 | Количество предприятий, всего | ед. | 6 | 5 |
| 11 | в т.ч. РайПо (6 предприятий) |  | 1 | 1 |
| 12 | Потребительское общество «Общепит» |  | 1 | 1 |
| 13 | Потребительское общество «Центральное» |  | 1 | 1 |
| 14 | ООО «Продовольственный торг» |  | 1 |  1  |
| 15 | ООО «Промышленный торг» |  | 1 | 1 |
| 16 | ООО «Производственный комбинат» |  | 1 |  |

Таблица 1.2

Материально-техническая база Краснозерского РайПо

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Показатели | Ед. измер. | 2007г. | 2008г. |
| 1 | Магазины, всего | шт | 49 | 53 |
|  | в т.ч. село | шт  | 44 | 47 |
| 2 | Торговая площадь  | кв.м. | 3970 | 4729,6 |
| 3 | Предприятия общественного питания, всего | ед  | 10 | 10 |

Таблица 1.3

Основные показатели хозяйственной деятельности

Краснозерского РайПо

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Ед. измер. | 2007г. | 2008г. | Темп роста |
| в сумме | в % |
| 1 | Оборот розничной торговли и ОП | Тыс.руб. | 165665 | 250660 | 84995 | 151,3 |
|  | в т.ч. торговля | Тыс.руб. | 151360 | 236936 | 85576 | 156,5 |
|  | Общественное питание  | Тыс.руб. | 11305 | 13724 | 2419 | 121,4 |
|  | выработано продукции ОП | Тыс.руб. | 9890 | 11980 | 2090 | 121,1 |
| 2 | Выработано Общепитом |  |  |  |  |  |
|  | Хлеб и х/бул. | Тонн | 45,7 | 54 | 8,3 | 118,1 |
|  | кондитерские | Тонн | 39 | 45,9 | 6,9 | 117,7 |
|  | п/фабрикаты | Тыс.руб. | 722,8 | 884,6 | 161,8 | 122,3 |
|  | Кулинарные изделия |  | 2117,3 | 2542 | 424,7 | 120 |
| 3 | Товарные запасы | Тыс.руб. | 37750 | 44854 | 7104 | +7104 |
| 4 | Уд. вес в общем обороте |  |  |  |  |  |
|  | -продовольственных товаров | % | 63,6 | 63,9 | +0,3 | Х |
|  | -непроизводственных товаров | % | 36,4 | 36,1 | -0,3 | Х |
| 5 | Обьем закупок с/х продуктов и сырья | Тыс.руб. | 1353,4 | 1613,2 | 259,8 | 119,1 |
| 6 | Среднемесячная з/плата на 1 чел. Всего: | руб. | 4437 | 6662 | 2225 | 150,15 |
|  | В т.ч. торговля |  | 4639 | 6890 | 2251 | 148,52 |
|  | о/питание |  | 3451 | 4545 | 1094 | 131,70 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Прибыль (убыток) Всего: | Тыс.руб. | 4193 | 6808 | 2615 | Х |
|  | В т.ч. РайПо | Тыс.руб. | 1626 | 4139 | 2513 | Х |
|  | ПО «Центральное» | Тыс.руб. | 533 | 720 | 187 | Х |
|  | ПО «Общепит» | Тыс.руб. | 261 | 204 | -57 | Х |
|  | ООО «Промторг» | Тыс.руб. | 1453 | 1505 | 52 | Х |
|  | ООО «Продторг» | Тыс.руб. | 320 | 240 | -80 | Х |

**2.Организация управленческого учета расходов на продажу товаров**

**2.1.Аналитический учет, контроль расходов на продажу**

На данном предприятии кроме расходов, связанных с производ­ством продукции, возникают также расходы, связанные с ее отгрузкой и реализацией. Эти расходы называются коммерческими (внепроизводственными) и вместе с производ­ственной себестоимостью составляют полную себестоимость продукции.

В соответствии с типовой номенклатурой к коммерческим расходам относятся:

* расходы по организации сбыта (маркетинговые опера­ции);
* расходы на тару и упаковку изделий на складах гото­вой продукции (упаковочная бумага, древесина, шпагат, ус­луги своих вспомогательных цехов по изготовлению тары и упаковки, оплата затаривания и др.). Затраты на тару (упа­ковку) входят в коммерческие расходы, когда готовая продукция упаковывается на общезаводском складе. Если же упаковка (затаривание) осуществляется в производственных цехах до сдачи продукции на склад, то ее стоимость относится на производственную себестоимость;
* расходы по доставке продукции на станцию или при­стань отправления, погрузке в вагоны и на суда, автомобили и другие транспортные средства, оплата железнодорожного тарифа или водного фрахта в тех случаях, когда цены на продукцию установлены франко-станция назначения, а так­же оплата услуг специализированных транспортно-экспедиционных контор;
* комиссионные сборы торговым и сбытовым организациям за продажу ими продукции, которая на может быть реали­зована самим предприятием в общем порядке и передается этим организациям дляреализации на комиссионных началах;
* затраты на рекламу: объявления в печати, на радио и телевидении, проспекты, каталоги, буклеты, участие в вы­ставках, ярмарках, стоимость образцов товаров, переданных в соответствии с договором покупателям или посредническим организациям бесплатно, и др.;
* прочие расходы, связанные со сбытом продукции (хра­нение, подработка, подсортировка, анализ продукции и др.).

Затраты по упаковке и транспортировке продукции, воз­мещаемые покупателями, в состав коммерческих расходов не включаются.

Для учета коммерческих расходов используют синтетический активный счет 44 «Расходы на продажу». Аналитический учет их ведется по статьям расходов в соответствии с утвержденной сметой.

Коммерческие расходы в бухгалтерском учете отража­ютсяпо дебету счета 44 "Расходы на продажу" и кредиту счетов:

1. «Материалы»- на стоимость израсходованных ма­териалов и тары на упаковку продукции на складе;

23 «Вспомогательные производства»- на стоимость услуг вспомогательных производств по изготовлению тары, доставке продукции на станцию (пристань, аэропорт) отправления;

60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» **-** на стоимость услуг по отправке продукции покупателю, ока­занных сторонними организациями;

69 «Расчеты по социальному страхованию иобеспечению» - на сумму отчислений на социальные нужды от заработной платы работников, занятых упаковкой, сбытом и сопровождением продукции;

70«Расчеты с персоналомпо оплатетруда»- на оплату труда работников, связанных с упаковкой, погрузку ее на транспор­тные средства и сопровождением груза;

71 «Расчеты с подотчетными лицами» - на сумму расходов, оплаченных подотчетными лицами за транспортировку товаров и ее выгрузку;

76 «Расчетыс разными дебиторами и кредиторами»- на сумму расходов по рекламе, а также услуг транс­портных организаций (железнодорожных и водных), опла­ченных расчетными чеками за перевозку готовой продукции, и др.

Расходы на продажу присоединяют к производствен­ной себестоимости отдельных видов реализованной и отгруженной продукции по прямому признаку. И лишь в тои их части, которая не может быть отнесена по прямому признаку, она распределяется между отдельными видами реализованной и отгруженной продукции пропорциональ­но ее массе, объему и производственной себестоимости или стоимости по отпускным ценам. В связи с этим в те­кущем учете коммерческие расходы необходимо подраз­делять на прямые расходы,относимые на отдельные виды продукции по прямому признаку, и косвенные,распре­деляемые между отдельными видами продукции пропорционально той или иной условной базе. При этом база для распределения различных видов косвенных расходов, как правило, не может быть одинаковой, поэтому они долж­ны распределяться по каждой статье коммерческих рас­ходов в отдельности.

Присоединение косвенных расходов к прямым дает воз­можность определить общую величину коммерческих расхо­дов по отдельным видам реализованной и отгруженной про­дукции.

Все выявленные коммерческие расходы распределяют между реализованной продукцией и остатком неотгруженной (нереализованной) продукции. При этом коммерческие рас­ходы, относящиеся к реализованной продукции, в бухгал­терском учете списываются записью:

Дебет счета 90 «Продажи»

Кредит счета 44 «Расходы на продажу»

Коммерческие расходы, относящиеся к остатку неотгру­женной (нереализованной) продукции, остаются на счете 44 «Расходы на продажу», а при составлении баланса отража­ются по статье "Прочие запасы, затраты". Таким образом, на предприятии всегда возникает пере­ходящий остаток коммерческих расходов, который необхо­димо учитывать при последующем их распределении. Вмес­те с тем в распределении коммерческих расходов возникают две стадии: на первой стадии производится распределение их между отдельными видами продукции, а на второй - меж­ду реализованной продукцией и остатком неотгруженных, еще нереализованных изделий. [7,с.421]

**2.2.Отражение расходов на продажу в управленческой отчетности**

Внутренняя управленческая отчетность является наряду с Планом счетов управленческого учета системообразующим элементом, тем основным хребтом, на котором держится вся управленческая структура. Внутренняя отчетность – это совокупность упорядоченных показателей и другой информации. В ней дается интерпретация отклонений от целей, планов и смет, без чего управленческий учет остается формальным скоплением цифровых данных, непригодных для целей внутреннего управления.

Целью внутренней отчетности является обеспечение управленческого персонала всех уровней необходимой управленческой информацией. Внутренняя отчетность должна обеспечить быстрый обзор и оценку фактических результатов, их отклонений от цели, определение существующих недостатков сегодня и на будущее, выбор оптимальных вариантов управленческих решений. Разработать отчетность, позволяющую получить информацию для решения комплекса проблем, весьма не просто. Добиться удовлетворительных результатов можно только совместными усилиями руководителей и бухгалтеров, других специалистов-экономистов, плановиков и т.п.

Специальные требования к внутренней отчетности состоят в следующем:

* гибкая, но единообразная структура;
* понятность и обозримость информации;
* оптимальная частота представления;
* пригодность для анализа и оперативного контроля;
* непосредственно в отчетных формах должна приводится первичная аналитическая информация: отклонение от целей, норм и смет доходов, ранжирование отклонений и т.п.

Финансовый результат – прибыль или убыток за отчетный период – важнейший показатель хозяйственной деятельности любой организации. Для хозяйственных обществ существенным является не общий финансовый результат деятельности, а результат, характеризующийся показателями чистой и нераспределенной прибыли, непокрытого убытка. Сведения о информировании и использовании прибыли, содержащейся в отчетности о прибылях и убытках, рассматриваются пользователями в качестве важнейшей части финансовой отчетности организации.[16,с.170]

Отчет о прибылях и убытках российских организациях в последние годы претерпел весьма существенные изменения, стал более компактным и удобным для использования, по своему содержанию приблизился к требованиям международных стандартов финансовой отчетности. [16,с.243]

Оценка отклонений является непременным компонентом хорошо составленной внутренней управленческой отчетности. Суммы отклонений по издержкам отражаются в форме сальдо на счетах управленческого учета. Нужно стремиться к выполнению абсолютных отклонений и по другим показателям внутренней отчетности. В отчетных таблицах следует приводить результаты анализа отклонений. Одним из вариантов может быть расширение показателей отклонения фактических данных не только в сравнении с планом, но и с прогнозом, и с фактическими данными предыдущего отчетного периода, а также в сравнении плановых данных с прогнозными, их сравнения с фактическими данными предыдущего периода. Такие расчеты существенно расширяют информацию об отклонениях.

Полезно группировать отклонения по их значимости, исключая незначительные суммы отклонений вообще; ранжировать отклонения от больших (значительных) к меньшим. Выбирать отдельно отклонения, превышающие контрольную сумму или относительно большие, допустим, более 5% в ту или другую сторону.

Таблица 2.1

Оценка отклонений издержек обращения в относительных величинах Краснозерского РайПо за 2007-2008гг.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Предыдущий период | Отчетный период |
| прогноз | план | факт |
| ГСМ | 2772 | 2000 | 2350 | 2218 |
| Запасные части | 502 | 550 | 557 | 612 |
| Связь  | 282 | 250 | 270 | 289 |
| Командировочные расходы | 264 | 230 | 238 | 245 |
| Канцелярские  | 23 | 30 | 42 | 50 |
| Тех. обсл. ККМ | 128 | 100 | 165 | 106 |
| Внутрихоз. отч. | 78 | 80 | 84 | 92 |
| Малоценный инв. | 111 | 120 | 142 | 153 |
| Реклама  | 27 | 28 | 26 | 29 |
| Естественная убыль  | 85 | 90 | 94 | 99 |
| Страхование  | 126 | 135 | 143 | 158 |
| Мед. осмотр | 64 | 60 | 62 | 64 |
| Подработка  | 43 | 40 | 42 | 41 |
| Лицензирование  | 262 | 270 | 274 | 287 |
| Представительские | 43 | 43 | 43 | 44 |
| Прочие расходы | 239 | 230 | 235 | 227 |
| Итого  | 5049 | 4256 | 4767 | 4961 |

Анализируя данную таблицу можно сделать вывод о том, что некоторые показатели отчетного периода значительно превысили предыдущий период, к ним относятся: запасные части, канцелярские, внутрихозяйственные отчисления, малоценный инвентарь, реклама, естественная убыль, страхование, лицензирование, прочие расходы. Но в целом итоги отчетного значительно ниже отчетного периода.

Рентабельность продаж позволяет оценить эффективность коммерческих операций. Коэффициент рентабельности определяется делением прибыли на выручку от продаж. В качестве числителя данной формулы применяют общую сумму прибыли до налогообложения, сумму чистой прибыли, сумму маржинального дохода, что позволяет варьировать различные коэффициенты рентабельности, в зависимости от того, за какие показатели отвечает данный центр ответственности.

Рентабельность продаж может быть исчислена:

по общей прибыли 4284/167706=2,6%;

по чистой прибыли (4284-145)/167706=2,5%;

по маржинальному доходу 34336/167706=20,5%.

Рентабельность издержек характеризует эффективность издержек обращения, продажи и управления.

Рентабельность издержек может быть исчислена:

рентабельность издержек по маржинальному доходу 34336/133370=25,7%;

рентабельность издержек по общей прибыли 4284/(133370-26353)=4%;

рентабельность издержек по чистой прибыли (4284-145)/(133370+26353)=2,6%.

На основе исчисленных показателей рентабельности можно сделать выводы, что на каждый рубль издержек подразделение получит почти 27 коп. маржинального дохода, более 4 коп. общей прибыли и 2,6 коп. чистой прибыли.

**Заключение**

Управленческий учет как социально-экономическое явление постоянно развивается: расширяются его функции, увеличивается набор решаемых им задач, разнообразнее становятся применяемые им методы.

Построение системы управленческого учета в организации заключается в формировании набора формализованных процедур, обеспечивающих менеджеров всех уровней информацией, полученной как из внутренних, так и из внешних источников, для принятия своевременных и эффективных решений в рамках своей компетенции.

Результаты, полученные от внедрения системы управленческого учета, превзойдут все ожидания, т.к. правильно поставленный управленческий учет даст информацию, необходимую для расстановки приоритетов в деятельности предприятий и планирования его дальнейшей деятельности, предоставит базу для оценки перспективности открывающихся возможностей и снабдит механизмами контроля за исполнением принятых решений.

Отклонения представляют собой разницу между нормативными и фактическими затратами.

Целью такого отклонений является повышение уровня анализа фактического положения организации, осуществляемого руководителями на всех уровнях управления.

Правильная организация учета расходов на продажу, с одной стороны, обеспечивает действенный контроль за эффективным ис­пользованием в организации материальных, трудовых и финансо­вых ресурсов и, с другой стороны, позволяет организации избежать конфликтных ситуаций во взаимоотношениях с налоговыми орга­нами при решении вопросов налогообложения прибыли.

Бухгалтерский (управленческий) учет расходов на продажу и калькулирование себестоимости продукции, работ и услуг неразрывно связаны между собой. Бухгалтерский учет строится в соответствии с требованиями калькулирования продукции, работ и услуг, а калькуляция в свою очередь составляется на основе данных бухгалтерского учета.

**Список использованной литературы**

1. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации (в ред. приказов Минфина РФ от 30.12.1999, №107н; от 24.03.2000, №31н).
2. Налоговый кодекс российской Федерации: В 2ч., - М.: ЭЛИТ,2004.
3. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и инструкция по его применению.
4. Закон «О бухгалтерском учете» — Федеральный закон от 21 но­ября 1996 г № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете».
5. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99). Утверждено приказом Минфина России от 6.05.1999 г. № 33н.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/08). Утверждено приказом Минфина России от 9.12.1998 г . № 60н.
7. Керимов В.Э. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: Учебник. – 4-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 480с.
8. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. Специальностям. – 4-е изд., стереотип. / М.А. Вахрушина. – М.: Омега-Л., 2006. – 576с.
9. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для вузов. – М.:Юристь,2003. – 618с.
10. Управленческий учет: учеб. Пособие (Бакалавриат) / под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Магистр,2009. – 428с.
11. Управленческий учет: Учеб. пособ. / под ред. А.Д. Шеремета. – М.: ФБК ПРЕСС, 2002.
12. Николаева О.Е., Шишкова Т.В. Управленческий учет. – М.: Эдиториал УРСС,2003.
13. Палий В.Ф. Управленческий учет издержек и доходов ( с элементами финансового учета). – М.: ИФРА-М, 2006. – 279с.
14. Воронова Е.Ю. Управленческий учет на предприятии: учеб. пособие для вузов / Е.Ю. Воронова, Г.В. Улина; Моск. Гос. – М.: Проспект,2006. – 244с.
15. Петрова Е.К. «Торговля. Учет товаров в примерах», Москва: ИНФАР-М, 2007г.