

УДК 657.4[658:004.9]

И.А. Захаров

Ж.М. Корзоватых

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ИЗДЕРЖЕК ОБРАЩЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

Аннотация. В статье рассмотрены особенности методики учета издержек обращения в интернет-торговле. В связи с тем, что номенклатура калькуляционных статей издержек обращения для целей управления определяется организациями в торговле, в том числе и в интернет-торговле, самостоятельно, при разработке статей возрастает вероятность допущения ошибок при учете издержек обращения. Авторами предлагается свой перечень калькуляционных статей издержек обращения, что позволит снизить конечную цену товара и сделать ее более доступной для покупателя.

Ключевые слова: издержки обращения, реклама, интернет-торговля, аренда.

Ivan Zakharov

Zhanna Korzovatykh

FEATURES OF ACCOUNTING OF COSTS IN ONLINE TRADING

Annotation. In the article described the peculiarities of the methodology of the costs of circulation in online trading. Due to the fact that the range of calculation cost items of treatment for the purposes of management defined by organizations in Commerce, including electronic commerce, on their own, the clauses increases the likelihood of tolerance of errors in the accounting of the costs of circulation. The authors propose a list of articles of calculation costs of circulation that will reduce the final price of the product and to make it more affordable for the buyer.

Keyword: costs of circulation, advertising, e-Commerce, rent.

Интернет-торговля – это быстроразвивающаяся отрасль, в связи с этим бизнесу в интернете уделяется особое внимание по причине формирования информационного общества. Сама по себе глобальная интернет-сеть дает возможность товарам и услугам выходить на мировой рынок торговли. Развитие сегмента информационно-коммуникативных технологий также является фактором, способствующим успешному ведению бизнеса и толчком к повышению темпов экономического роста стран. Электронная коммерция активно развивается в течение двух последних десятилетий, что по сравнению со многими отраслями экономики является небольшим промежутком времени.

Под электронной коммерцией подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным способом вместо физического обмена или непосредственного физического контакта и в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому. В России наблюдается активное развитие и адаптация интернет-торговли. Стоит отметить, что данный вид продажи товаров имеет крупный успех среди целевой аудитории, потому что, как правило, из-за недостатка времени, покупатели проходят мимо торговых точек [1].

Основными задачами учета издержек обращения организации интернет-торговли являются обеспечение своевременного полного и достоверного отражения фактических расходов и контроль над использованием материальных и финансовых ресурсов. Как и у любого другого вида торговли здесь присутствуют издержки обращения. 1 января 2002 г. после вступления в силу главы 25 «Налог на прибыль организаций» Налогового Кодекса РФ были отменены все отраслевые рекомендации по учету затрат, в том числе и методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат, включаемых в издержки обращения и производства, и финансовых результатов на предприятиях торговли и общественного питания, утвержденные Роскомторгом и Минфином Российской Федерации от 20 апреля 1995 г. №1-550/32-2 [2]. С тех пор прошло около 14 лет и до сих пор не были разработаны новые методические рекомендации по учету затрат для многих отраслей, в том числе и для торговых организаций.

В настоящее время организации для определения затрат должны пользоваться бухгалтерским стандартом ПБУ 10/99, однако в данном положении представлены общие для всех хозяйствующих субъектов требования в отношении расходов организации. В виду причин таких как, специфика деятельности, структуры хозяйствующего субъекта, местонахождения и так далее, любой хозяйствующий субъект может иметь свои особенности учета затрат тем самым ему требуется адаптировать общие требования под конкретные особенности своего бизнеса. Благодаря письму №16-00-13/03 от 29 апреля 2002 г. «О применении нормативных документов, регулирующих вопросы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг)» Министерства Финансов РФ для бухгалтерского учета издержек обращения организация все же может использовать старые отраслевые рекомендации с учетом уже введенных нормативных документов [3].

Издержки обращения в торговых организациях учитываются на счете 44 «Расходы на продажу». При детализации данного счета на субсчета торговые организации могут использовать данную перечень статей издержек обращения (см. табл. 1)

Таблица 1

Статьи издержек обращения торговых организациях

Номер статьи	Наименование статьи	Состав и характеристика расходов
1	Транспортные расходы	Затраты на погрузку, перевозку, временное хранение силами транспортной организации, а также стоимость материалов по оборудованию транспортных средств
2	Расходы на оплату труда	Затраты на оплату труда основного торгово-производственного персонала
3	Отчисления на социальные нужды	Отражаются суммы начисленного единого социального налога и другие обязательные отчисления в соответствии с законодательством РФ, например, начисленные суммы страховых взносов от несчастных случаев на производстве
4	Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря	Затраты на аренду зданий, расходы на различные коммунальные услуги содержание помещений
5	Амортизация основных средств	Суммы амортизационных отчислений
6	Расходы на ремонт основных средств	Расходу на ремонт основных средств. Расходы на ремонт арендованных основных средств, если это предусмотрено договором аренды
7	Износ санитарной и специальной одежды, приборов и других предметов труда	Расходы на санитарную и специальную одежду, потери от износа приборов, стоимость материалов на стирку и починку санитарной и специальной одежды, обуви и санпринадлежностей
8	Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров	Затраты на материалы для сортировки, фасовки и упаковке товаров. Затраты на услуги по фасовке и упаковке товаров. Расходы на содержание холодильного оборудования, его обслуживание, а также себестоимость льда. Плата за временное хранение товаров на складах сторонних организаций. Расходы на дезинсекцию и дератизацию. Другие расходы на создание условий для хранения товаров и продуктов

Окончание таблицы 1

Номер статьи	Наименование статьи	Состав и характеристика расходов
9	Расходы на рекламу	Затраты на различные действия и мероприятия рекламного характера, в том числе расходы на уценку товаров и стоимость образцов
10	Затраты по оплате процентов за пользование кредитами и займами	Затраты по процентам за кредиты банков, поставщиков, и другие расходы по оплате процентов по займам в пределах законодательства Российской Федерации
11	Потери товаров и технологические отходы	Потери при перевозке, хранении и продаже в пределах норм естественной убыли, а также потери по недостаткам при не выявленном виновном лице.
12	Расходы на тару	Затраты на покупку, ремонт, обслуживание тары
13	Прочие расходы	Затраты на уплату налогов, сборов, отчислений в бюджет и в специальные внебюджетные фонды. Вознаграждения за изобретения и рационализаторские предложения. Амортизация нематериальных активов. Затраты на различные канцелярские товары. Затраты на консультационные, информационные и аудиторские услуги. В целом сюда можно отнести все что не относится напрямую к торговле.

Наша позиция состоит в том, что если сегмент какой-либо отрасли довольно специфичен и занимает приличную долю рынка, то для него следует адаптировать статьи затрат, которые присущи данной отрасли. В данном случае это касается интернет-торговли. К тому же для успешного планирования следует максимально детализировать каждую статью, если оно того требует.

При интернет-торговле перечень расходов отличается от затрат обычных розничных магазинов. Например, отсутствуют расходы на аренду торговых площадей для обслуживания покупателей, но могут арендоваться складские помещения. В штате могут отсутствовать продавцы, но имеется много работников, занятых доставкой товаров. Транспорт может быть как собственным, так и арендованным, в том числе у работников. Значительную долю расходов компаний, занятых интернет-торговлей, занимает реклама, расходы на маркетинговые исследования, доставку, поддержание работы сайта, содержание службы, принимающей заказы (в том числе call-центра), и др.

Статья 1 – «Транспортные расходы». В виду того что интернет-торговля в силу особенностей организации своего бизнеса и чаще всего из за отсутствия точек розничной торговли большая часть заказов будет связана именно с доставкой. Имеется ввиду что это будут только расходы связанные с доставкой силами сторонней транспортной компании.

Статья 2 – «Расходы на оплату труда». В данную статью относятся расходы по оплате труда всего штата компании, в том числе сюда относятся разнообразные стимулирующие и компенсирующие выплаты работникам. В данной статье следует особое внимание уделить разделению на аналитические счета, то есть отдельно отражать зарплату работников управленческого отдела, работников транспортного отдела и менеджеров по продажам, которые собственно и продают товар. Размер стимулирующих выплат менеджерам по продаже рассчитываются индивидуально в каждой компании.

Статья 3 – «Отчисления на социальные нужды». В методических указаниях представлена устаревшая информация, следует назвать данную статью «Отчисления по социальному страхованию и обеспечению». На сегодняшний день организация вместо единого социального налога должна уплачивать в пенсионный фонд 22 %, в фонд социального страхования – 2,9 %, в федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 5,1 %.

Статья 4 – «Расходы на аренду и содержание зданий, сооружений, помещений, оборудования и инвентаря». Содержание данной статьи не будет иметь каких либо особенностей у интернет-магазина, поэтому содержание, указанное в методических рекомендациях, актуально и изменять его не имеет смысла. В целом, следует детализировать расходы в аналитических счетах для успешного планирования расходов.

Статья 5 – «Амортизация основных средств». Данную статью в отношении интернет-торговли нецелесообразно использовать из за того, что в данной подотрасли очень редко может встречаться основное средство на балансе организации. Чаще всего основные средства находятся в аренде или лизинге, тем самым амортизация по ним начисляться не будет. Только в случае если в договоре лизинга прописан пункт, что объект лизинга будет учитываться на балансе лизингополучателя, то соответственно будет начисляться амортизация [4].

Статья 6 – «Расходы на ремонт основных средств». Использование данной статьи целесообразно только в случае, если у интернет-магазина есть основные средства, что довольно редко, или если в договоре аренды или лизинга прописаны условия, что арендополучатель или лизингополучатель обязан ремонтировать объект.

Статья 7 – «Износ санитарной и специальной одежды, приборов и других предметов труда». Данную статью организация может использовать только в том случае, если она не использует ответственное хранение товаров. То есть у организации есть свой арендуемый склад и в штате присутствуют работники склада, то использование данной статьи обязательно.

Статья 8 – «Расходы на хранение, подработку, подсортировку и упаковку товаров». Содержание данной статьи и используемые счета могут изменяться в зависимости от того имеется ли организации свой склад и свои складские работники, которые собственно и будут производить упаковку товара. В этом случае расходами по данной статье будут себестоимость материалов потребленных при подработке, переработке, сортировке, фасовке и упаковке товаров. В случае если организация пользуется услугами ответственного хранения у другой организации и соответственно не имеет своих складских работников, то расходами будут стоимость услуг по хранению, а также стоимость работ по фасовке и упаковке товаров.

Статья 9 – «Расходы на рекламу». На данный момент расходами по рекламе признаются те расходы, которые указаны в Федеральном «О рекламе», № 38-ФЗ. Как и в любой другой деятельности, связанной с торговлей, реклама играет здесь огромную роль. По отношению к интернет-магазинам чаще всего прибегают к услугам площадок, предоставляющих рекламу в интернете, например «Яндекс-маркет». Также в качестве рекламы в интернете можно использовать службы директ или контекстной рекламы, например «Яндекс-директ» или «Гугл-директ». Так же стоит отметить, что в расходы на рекламу будут относиться услуги по созданию и продвижению сайта интернет магазина, ввиду того что именно сайт будет основным связующим звеном между покупателем и продавцом. Все остальные виды рекламы интернет-магазин конечно может использовать, но они заметно ниже по эффективности. Если организация использует несколько видов реклам, очень важно аналитически их разделять, чтобы можно было анализировать затраты на определенный вид рекламы и ее эффективность.

Статья 10 – «Затраты по оплате процентов за пользование кредитами и займами». Если интернет-магазин для осуществления своей торговой деятельности использует заемные средства, то он должен отображать проценты за пользование займам в соответствии с ПБУ 15/01 «Учет кредитов и займов и затрат по их обслуживанию».

Статья 11– «Потери товаров и технологические отходы». Деятельность интернет-магазина может быть связана с большим оборотом продукции, тем самым могут возникать пересорт продукции или ее недостача. Если виновное лицо не будет выявлено, то такие расходы будут отражаться в этой

статье. По нашему мнению, недостача или пересорт товара на складе вряд ли будет списываться без виновного лица. Все расходы будут списаны на сотрудников и управляющего склада.

Статья 12 – «Расходы на тару». Использование данной статьи вариативно в зависимости от специфики продаваемой продукции.

Статья 13 – «Прочие расходы». Отличительной особенностью прочих расходов интернет-магазина могут быть расходы на содержание сайта в рабочем состоянии, в частности это будут расходы на доменное имя и веб-хостинг. Следует отметить, что сюда будут включаться именно последующие, а не первоначальные расходы, которые включены в стоимость нематериальных активов. Все остальные типы расходов можно использовать из старых методических рекомендаций.

В результате анализа действующего рекомендуемого перечня издержек обращения для всех торговых организаций и сравнения его с предполагаемым перечнем можно прийти к заключению о более полном и точном отражении специфики издержек обращения в торговых организациях, занимающихся интернет-торговлей.

Библиографический список

1. Казакова, К. В. Перспективы развития Интернет-торговли в России [Электронный ресурс] / К. В. Казакова, Д. В. Пушилин // *Фундаментальные исследования*. – 2014 – № 12-9. – С. 1969–1972.
2. Письмо МНС РФ от 06.06.2002 № ВГ-6-02/800 «О признании утратившими силу писем Госналогслужбы России и МНС России в связи с введением в действие главы 25 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : Справочная правовая система «Консультант-Плюс» (дата обращения : 15.03.2016).
3. Письмо Минфина РФ от 29.04.2002 № 16-00-13/03 «О применении нормативных документов, регулирующих вопросы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения : 15.03.2016).
4. Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О финансовой аренде (лизинге)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : Справочная правовая система «КонсультантПлюс». (дата обращения : 15.03.2016).