МЕТОДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ТОРГОВЛЕ

В статье рассматриваются различные методы управленческого учета, которые целесообразно применять в торговых организациях.

Ключевые слова: управленческий учет; методы управленческого учета.

Динамичность процессов, происходящих в условиях современной рыночной экономики, вынуждает организации находить новые пути развития. Руководство и менеджеры компаний должны оперативно реагировать на любые изменения внешней среды, прибегая к определенным управленческим решениям, оказывающим тот или иной эффект на бизнес-процессы, протекающие в компании. Что касается торговых организаций, то тут основными направлениями управленческого учета являются получение и использование информации для управления продажами, затратами, товарно-материальными запасами, дебиторской задолженностью и финансовыми результатами деятельности [1].

Стоит отметить, в настоящий момент не существует законодательно установленной нормативной базы, которая регулирует деятельность по ведению и организации управленческого учета внутри организаций. Как следствие, формы организации и методы ведения учета для внутреннего управления – внутреннее дело каждого торгового предприятия.

Управленческому учету в торговле присущи свои особенности, определяемые задачами, которые он призван решать:

- оценка эффективности в разрезе групп товаров, магазинов, товарных знаков;
- формирование ассортимента на основе выбора или отказа от определённого вида товара на основе его рентабельности;
- продвижение по службе определенного менеджера, на основе данных управленческих отчетов об его результативности;
- определение продажной цены в пределах допустимых интервалов;
- контроль расходов в разрезе статей затрат, отдельных торговых точек;
- смена технологии и организации торговли;
- формирование оптимального размера скидки к определённой группе товаров, для повышения их оборачиваемости и др. [1].

Таким образом, верно организованная система управленческого учета позволяет руководству предприятия контролировать, планировать и анализировать свои расходы, определять наиболее «рентабельный» ассортимент, управлять

* Власевская Ксения Александровна – студент, кафедра бухгалтерского учета, анализа, статистики и аудита, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: vlasevskayaks@gmail.com.

центрами ответственности, контролировать свои расходы, то есть в целом оптимизировать принимаемые управленческие решения.

Для принятия верных управленческих решений необходимо определить перечень метод управленческого учета. Приведем основные методы управленческого анализа, которые возможно применять в торговых организациях:

1. АВС-анализ. Данный метод помогает изучить ассортимент товаров и проранжировать их в соответствии с наибольшей экономической значимостью для организации, тем самым сформировать оптимальный ассортимент. В основе данного анализа заложен принцип Парето, который предполагает, что весь ассортимент товаров делится на группы:

- 20 % ассортимента группы А приносят 80 % прибыли и 50 % оборота;
- 30 % ассортимента группы В приносят 20 % прибыли и 40 % оборота;
- 50 % ассортимент группы С приносят 10 % оборота и могут сокращать прибыль [2].

АВС-анализ строится на основе статистики продаж т.е. фактически проданного товара. Анализ следует проводить как в натуральном, так и в денежном выражении. После получения результатов делаются соответствующие выводы о составе «оптимального ассортимента».

2. XYZ-анализ. Обычно данный вид анализа используется в совокупности с АВС-анализом. XYZ-анализ также направлен на определение оптимального ассортимента. При помощи данного анализа определяются товары, которые имеют устойчивый, сезонный и случайный спрос. Применение XYZ-анализа позволяет прогнозировать устойчивость спроса на товары организации.

3. Определение «точки безубыточности»

Данный метод предполагает определение минимального количества товаров, которые необходимо продать во избежание риска убытков. Далее становится возможным рассчитать сумму минимальной выручки.

4. Бюджетирование

Данный метод требует более детального рассмотрения, так является одним из наиболее эффективных. Бюджет представляет собой некий план, подготовленный и принятый на определенный отчетный период, в котором обычно отражены планируемые величины доходов и расходов. Система бюджетирования торговой организации способна решать следующие задачи:

- выявить неэффективно функционирующие активы;
- оптимизировать структуру расходов;
- сформировать систему показателей, которая способствует прогнозированию финансовой устойчивости;
- спрогнозировать объемы доходов за определенный период времени [5].

Основной особенностью бюджетирования в торговле является состав операционного бюджета. Обычно в его состав входят следующие частные бюджеты:

- бюджет продаж, обычно отражает поквартальный (либо ежемесячный) объем продаж по видам товаров и в целом по предприятию в натуральных и стоимостных показателях;

- бюджет закупок товаров регулирует поквартальный (и ежемесячный) объем закупок товаров для бюджета продаж и бюджета товарных запасов;
- бюджет управленческих расходов содержит информацию о расходах на арендные платежи, заработную плату административно-управленческого и вспомогательного персонала организации, командировочные расходы и др.;
- бюджет коммерческих расходов включает транспортные расходы, расходы на рекламу и другие расходы, которые связаны с реализацией товаров;
- бюджет накладных расходов предоставляет информацию о прочих расходах предприятия, таких как уплата процентов за пользование кредитов, амортизация [4].

Определение состава операционного бюджета – это внутреннее дело отдельного торгового предприятия. Главная цель операционных бюджетов состоит в более тщательной подготовке исходных данных для всех основных бюджетов и в переводе планируемых показателей из натуральных единиц в стоимостные показатели.

Таким образом, внедрение системы бюджетирования на предприятиях торговли позволит руководству применять эффективный инструмент управления предприятием и в будущем избежать многих ошибок.

5. Сбалансированная система показателей (BSC)

Данный метод является одним из наиболее популярных на сегодняшний день. Представляет собой управление ключевыми бизнес-процессами, закрепленными за центрами ответственности организации в соответствии с поставленными целями, количественно и качественно выраженными в целевых значениях оценочных показателей в разрезе четырех проекций:

- финансы;
- клиенты;
- внутренние бизнес-процессы;
- обучение и рост [3].

Организация самостоятельно выбирает показатели и определяет их целевые значения. Затем разрабатывается комплекс стратегических мероприятий, осуществление которых должно обеспечить достижение целевых значений определенных показателей, также назначаются ответственные лица.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что верно организованный управленческий учет обеспечивает оперативный доступ к информации, необходимой для принятия управленческих решений, позволяющей организации быть более конкурентоспособной на рынке.

В статье был рассмотрен перечень методов управленческого учета, которые могут применяться торговыми организациями. Внедрение и дальнейшее применение данных методов поможет обеспечить руководство торговой организации необходимой оперативной информацией, что позволит своевременно принимать верные управленческие решения.

Список использованной литературы

1. Рогуленко Т. М. Особенности системы управленческого учета в торговых организациях / Т.М. Рогуленко // Вестник университета. – 2016. – № 2. – С. 22–26.
2. Нехороших Н.В. Методы управленческого учета на малых предприятиях / Н.В. Нехороших // Вологодские чтения. – 2008. – С. 23–27.
3. Садовой Н.Г. Анализ методов управленческого учета / Н.Г. Садовой // Современное состояние и перспективы развития бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита. – 2013. – С. 196–201.
4. Драненко Л.П. Особенности бюджетирования в торговле / Л.П. Драненко // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2010. – С. 32–38.
5. Верхотурова В.А. Особенности бюджетирования в розничной торговле / В.А. Верхотурова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2014. – № 38. – С. 132–135.