

необходимым определением ее структурных элементов — объекта, предмета, методов, механизма. Данное положение должно приниматься во внимание при разработке организациями нормативной базы, регулирующей осуществление внутреннего контроля, в которой содержатся методические рекомендации и инструкции, позволяющие повышать его эффективность.

Источники

1. Национальные правила аудиторской деятельности «Понимание деятельности, системы внутреннего контроля аудируемого лица и оценка риска существенного искажения бухгалтерской и (или) финансовой отчетности» [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 дек. 2008 г., № 203 : в ред. от 12 дек. 2019 г., № 72 // *ilex*. — Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. — Дата доступа: 09.10.2022.

2. *Васильева, С.Е.* Азимут научных исследований: экономика и управление [Электронный ресурс] / С.Е. Васильева, А.М. Альбаева // *КиберЛенинка*. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-vnutrennego-kontrolya-v-organizatsii>. — Дата доступа: 09.10.2022.

3. *Горбунова, Н.А.* Принципы и методы внутреннего финансового контроля (аудита) эффективности деятельности государственного учреждения [Электронный ресурс] / Н.А. Горбунова // *Вестн. Алт. акад. экономики и права*. — 2020. — № 12–2. — С. 251–256. — Режим доступа: <https://vaael.ru/ru/article/view?id=1503>. — Дата доступа: 10.10.2022.

СНИЛ «Наука»

Д.А. Соколова

Научный руководитель — Т.А. Желада

УЧЕТ ТОВАРОВ В ФИРМЕННОМ МАГАЗИНЕ

С учетом нормативной правовой базы рассмотрены правовое обеспечение фирменной торговли, требования к ней, отражение в бухгалтерском учете операций по передаче товаров в фирменный магазин.

Одним из наиболее прогрессивных и перспективных направлений развития торговли можно назвать формирование сети фирменных торговых организаций.

Юридические лица, индивидуальные предприниматели, являющиеся производителями товаров, субъекты торговли, получившие право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) либо фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), вправе создавать

фирменные магазины, требования к которым определяются Советом Министров Республики Беларусь [1].

Фирменный магазин — магазин, созданный юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем, являющимися производителями товаров, либо субъектом торговли, получившим право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) или фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), в котором удельный вес количества разновидностей товаров этого производителя (производителей) в общем количестве разновидностей товаров, находящихся в продаже в этом магазине, составляет не менее 75 %, если магазин непродовольственный, или не менее 50 %, если магазин продовольственный [2].

Согласно действующему законодательству, в частности Закону «О государственном регулировании торговли и общественного питания», создавать фирменные магазины предоставляется право как производителям товаров, так и субъектам торговли [1]. При этом Совет Министров Республики Беларусь наделен правом определения требований к фирменным магазинам.

Исходя из вышеприведенного определения устанавливается требование к фирменному магазину. Оно заключается в соблюдении нормы объема продажи товаров конкретного производителя в общем количестве реализуемых товаров в фирменном магазине, созданном:

- самим производителем товаров — не менее 75 %, если магазин непродовольственный, и не менее 50 %, если магазин продовольственный;
- субъектом торговли, получившим право продажи товаров одного или нескольких конкретных производителей с использованием товарных знаков или фирменных наименований этих производителей, — не менее 75 %, если непродовольственный магазин, и не менее 50 %, если магазин продовольственный.

Более подробно остановимся на учете товаров в фирменном магазине, состоящем на балансе производителя. Продукция собственного производства при передаче в фирменный магазин организации, с одной стороны, является готовой продукцией (для организации производителя), а с другой стороны — товаром (для магазина).

Согласно Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29 июня 2011 г. № 50, для обобщения информации о наличии и движении готовой продукции в организациях, осуществляющих промышленную и иную производственную деятельность, предназначен счет 43 «Готовая

продукция» [3]. Стоимость готовой продукции, изготовленной для реализации, отражается по дебету счета 43 «Готовая продукция» и кредиту счетов учета затрат на производство.

Для учета переданной в фирменный магазин готовой продукции к счету 43 «Готовая продукция» можно предложить использовать отдельный субсчет «Продукция собственного производства, переданная в фирменный магазин».

При передаче готовой продукции в фирменный магазин и отражении ее на отдельном субсчете «Продукция собственного производства, переданная в фирменный магазин» счета 43 «Готовая продукция» для определения стоимостной оценки переданной продукции следует использовать методику, установленную для расчета себестоимости продукции в учетной политике организации. Если себестоимость произведенной продукции определяется по итогам отчетного месяца, то целесообразно передавать продукцию в фирменный магазин по учетным ценам (отпускным, плановой себестоимости и т.д.). Величину, принимаемую за учетную цену, следует также закрепить в учетной политике организации.

Инструкцией о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета также установлено, что для обобщения информации о наличии и движении товаров в организациях, осуществляющих торговую, торгово-производственную деятельность, предназначен счет 41 «Товары» [3]. В свою очередь, к счету 41 «Товары» открывается субсчет «Товары в розничной торговле», на котором учитываются товары, находящиеся в фирменном магазине, по розничным ценам.

При учете товаров по розничной цене необходимо вести учет включенных в нее торговых надбавок и налога на добавленную стоимость [4]. Организации в соответствии с рабочим планом счетов могут предусмотреть субсчета к счету 42 «Торговая наценка»:

- 42-2 «Торговая надбавка». Предназначен для учета и обобщения доходов розничной торговли по их видам;

- 42-3 «Налог на добавленную стоимость». Используется для учета налога на добавленную стоимость, включенного в розничную цену товаров.

При принятии к бухгалтерскому учету товаров суммы торговых надбавок, налогов, включаемых в цену товаров, отражаются по дебету счета 41 «Товары» и кредиту счета 42 «Торговая наценка» (в разрезе субсчетов).

Порядок отражения в бухгалтерском учете операций, связанных с передачей продукции собственного производства в фирменный магазин, представлен в таблице.

Корреспонденция счетов по передаче готовой продукции в фирменный магазин

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Отражена передача продукции собственного производства в фирменный магазин для реализации	41-2	43-1
Отражена торговая надбавка, включаемая в розничную цену переданной продукции собственного производства	41-2	42-2
Отражен налог на добавленную стоимость, включаемый в розничную цену переданной продукции собственного производства	41-2	42-3

Источник: собственная разработка.

Поступление товаров и тары на объекты фирменной торговли отражается в учете на основании накладных ТТН-1, ТН-2 и других сопроводительных документов.

Следует отметить, что налог на добавленную стоимость и налог на прибыль исчисляются после реализации продукции в фирменном магазине в общеустановленном порядке, применяемом при реализации товаров. Так как фирменный магазин не является выделенным структурным подразделением, налоги уплачивает организация в целом по своей деятельности (включая деятельность фирменного магазина).

Источники

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 8 янв. 2014 г., № 128-3 // *ilex*. — Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. — Дата доступа: 09.10.2022.

2. О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2014 г., № 703 // *ilex*. — Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. — Дата доступа: 09.10.2022.

3. Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении Инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов [Электронный ресурс] : постановление М-ва финансов Респ. Беларусь, 29 июня 2011 г., № 50 : в ред. от 22 дек. 2018 г., № 74 // *ilex*. — Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. — Дата доступа: 09.10.2022.

4. Бухгалтерский финансовый учет в организациях сферы товарного обращения : учеб. пособие / В.Б. Гурко [и др.] ; под ред. В.Б. Гурко. — Минск : БГЭУ, 2018. — 395 с.