

УДК 657.22

*Н.А. Бегешева*

ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет»,  
Калининград, email: nadezhda.begisheva@klgtu.ru

## СПЕЦИФИКА ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ

**Ключевые слова:** управленческий учет, расходы торговых предприятий, расходы на продажу, проведение процедуры инвентаризации, нормы естественной убыли, себестоимость изготовления блюд, классификация затрат, детализация субсчетов и организация аналитических счетов по учету расходов, элементы и статьи затрат, недостачи и порча товаров, задачи управленческого учета расходов, бюджетирование, отчет о продажах, анализ затрат.

В статье выделены, раскрыты и обоснованы отдельные аспекты ведения бухгалтерского и управленческого учета расходов, характерные для предприятий сферы торговли. Детально рассмотрены недостатки, присущие учету расходов торговых предприятий. Определены подходы к устранению этих недостатков. Особое внимание уделяется классификации, детализации и аналитике коммерческих расходов, расчету норм естественной убыли, специфике учета кулинарных цехов торговых сетей. Перечислены основные задачи управленческого учета расходов предприятий сферы торговли. Обосновывается значение внедрения элементов системы управленческого учета расходов торговых предприятий. Уделено внимание процессам бюджетирования и анализа расходов. Внедрение предложенных подходов и методов к организации системы управленческого учета торговых предприятий позволит им эффективно управлять торговой деятельностью, грамотно оптимизировать коммерческие расходы, находить пути экономии и повышения резервов, планировать, рассчитывать прибыльность и определять точку безубыточности.

*N.A. Begisheva*

FSBI "Kaliningrad state technical university", Kaliningrad,  
email: nadezhda.begisheva@klgtu.ru

## SPECIFICS OF ACCOUNTING AND MANAGEMENT ACCOUNTING OF EXPENSES BY ORGANIZATIONS IN THE TRADE SECTOR

**Keywords:** management accounting, expenses of trading enterprises, sales expenses, inventory procedure, natural loss rates, cost price of food production, cost classification, detailing sub-accounts and organizing analytical accounts for accounting of expenses, elements and cost items, shortages and spoilage of goods, tasks of management accounting of expenses, budgeting, sales report, cost analysis.

The article highlights, discloses and substantiates individual aspects of accounting of expenses, typical for enterprises in the trade sphere. The shortcomings inherent in accounting of expenses of trade enterprises are considered in detail. Approaches to elimination of these shortcomings are defined. Particular attention is paid to the classification, detailing and analysis of commercial expenses, calculation of natural loss rates, and the specifics of accounting for culinary shops in retail chains. The main tasks of management accounting of expenses in the trade sector are listed. The importance of introducing elements of the management accounting system for expenses of trade enterprises is substantiated. Attention is paid to the processes of budgeting and analysis of expenses. The implementation of the proposed approaches and methods to the organization of the management accounting system of trading enterprises will allow them to effectively manage trading activities, competently optimize commercial expenses, find ways to save and increase reserves, plan, calculate profitability and determine the break-even point.

Основным объектом управленческого учета являются расходы предприятия. Грамотно выстроенный учет расходов позволяет предприятию экономно расходовать ресурсы, точно формировать себестоимость производимой продукции (работ, услуг), контролировать потери, порчу и брак, тем самым увеличивая собственную прибыль.

По данным Росстата РФ среди отраслей хозяйственной деятельности, которые оказали наибольшее влияние на рост ВВП РФ в 2024 году, на оптовую и розничную торговлю приходится +6,9% роста добавленной стоимости [9].

Этот рост связан во многом с тем, что организациям сферы торговли, в первую очередь розничной торговли с тем,

чтобы не терять своих клиентов и продолжать оставаться прибыльными, приходится активно переориентироваться на меняющиеся запросы и потребности покупателей. Согласно недавним проведенным исследованиям торговые сети и супермаркеты, с одной стороны, всё больше работают с заказами в Интернет, но, с другой стороны, также ищут разные способы, как сделать так, чтобы покупателям было интересно ходить за покупками самостоятельно. Торговые сети проводят эксперименты и осуществляют различные расходы в связи с привлечением покупателей и увеличение продаж офлайн. Они расходуют средства на организацию интерактивных зон, музыки в торговом зале, зон, где можно бесплатно попробовать те или иные продукты, зоны, где можно выпить кофе, винные бары, тратятся на проведение различных акций и розыгрышей, формирование собственной системы бонусов и скидок [10]. Последние маркетинговые исследования показывают, что покупатели устали от «быстрых» закупок и предпочитают получать удовольствие от выбора товаров в магазине «не спеша» [10].

Торговые сети создают собственные торговые марки, формируют «ценности бренда», осуществляют расходы на изучение мотивации покупателей, на поиск и сбор информации из социальных сетей с тем, чтобы обогнать конкурентов и привлечь как можно больше покупателей к собственной торговой марке. Всё это требует от торговых организаций осуществления больших расходов различной направленности.

И здесь уже на первый план выступает грамотно поставленный бухгалтерский и управленческий учет расходов и, как результат, формирование финансовых результатов торговой деятельности предприятия и управление ими.

### **Результаты исследования**

Расходы являются одним из объектов бухгалтерского учета, прямо перечисленных в ст. 5 ФЗ 402 «О бухгалтерском учете», грамотный учет которых позволяет достоверно формировать как показатели форм бухгалтерской (финансовой) отчетности, в первую очередь, отчета о финансовых результатах, так

и правильно рассчитывать налоговую базу по налогу на прибыль [1].

Для каждой отрасли хозяйственной деятельности можно выделить свою специфику формирования и учета расходов. То же самое относится и к расходам организаций сферы торговли.

Одной из особенностей учета расходов в сфере торговли является отражение расходов, связанных с продажей, на счете 44 «Расходы на продажу». Планом счетов бухгалтерского учета прямо указано, что, для обобщения информации о расходах, имеющих прямое отношение к продаже продукции (работ, услуг), используется данный счет [2]. Так, на этом счете торговые организации могут отражать все расходы, связанные с основной торговой деятельностью. Если сгруппировать их по элементам затрат, то это материальные затраты, затраты на оплату труда и страховые взносы сотрудников магазинов, на амортизацию торгового оборудования и прочие затраты (арендная плата за помещение магазина, расходы по содержанию помещений и складов, транспортные расходы, расходы на рекламу и представительские расходы, расходы на хранение товаров и другие аналогичные расходы). Остальные расходы будут отнесены на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Отсюда следует и вторая особенность учета расходов в торговых организациях – основная сумма расходов на продажу в конце месяца подлежит списанию с этого счета на себестоимость продаж, в то время как, согласно Плану счетов, часть расходов на продажу подлежит распределению между проданной продукцией и ее остатком на конец месяца на складе (делается расчет). В торговых организациях распределяются расходы на транспортировку товаров до складов до момента их передачи в продажу [2]. Важно отметить, что это расходы по доставке именно до складов магазина, а не до покупателя.

Соответственно, если организация занимается только торговлей и у нее отсутствует производственная деятельность, то разрешается все расходы, связанные с ее деятельностью, сразу отнести на счет 44 «Расходы на продажу», не формируя расходы административного, общехозяйственного направле-

ния на счете 26 «Общехозяйственные расходы», то есть не открывая счет 26 в торговле.

Следующей особенностью учета в торговых организациях, имеющей непосредственное отношение к расходам, является регулярное проведение процедуры инвентаризации. Это связано с большим количеством товаров, относящимся к группе «запасы», как в торговых помещениях (залах), так и на многочисленных складах. Магазины проверяют качество и внешний вид хранящихся товаров, срок их годности, выясняют наличие пересортицы и размер недостачи. Частота проведения инвентаризации зависит от размера магазина – ежедневно, раз в неделю или раз в месяц – по решению руководства.

Согласно ст. 3 ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» в процессе проведения инвентаризации должно определяться «действительное существование» активов, должно оцениваться их состояние и подтверждаться «обоснованность нахождения» у данной организации [3].

Согласно п.9 данного нового стандарта, результаты инвентаризации необходимо «квалифицировать», а именно, определить объекты, оказавшиеся в излишке; определить испорченные и утраченные активы «в пределах, сверх или в отсутствие норм естественной убыли»; определить пересортицу и др. [3].

Таким образом, именно по результатам процедуры инвентаризации становится возможным определить сумму расходов по потерянному, испорченному товарам, в том числе в пределах норм естественной убыли и сверх них; становится возможным назначить виновных лиц и часть потерь (либо полностью) отнести на них.

Отсюда вытекают еще две особенности учета расходов в торговых организациях. Это то, что в данных организациях присутствует большое количество материально ответственных лиц, с которыми у организации должны быть заключены договоры о полной материальной ответственности, в первую очередь, с целью возмещения ущерба, причиненного работодателю. Материальной ответственности и заключению договоров по ней отведена глава 39 «Материальная ответственность работника» ТК РФ [4].

Так, согласно ст.242 ТК РФ, полная материальная ответственность работника заключается в том, что он обязан возместить в полном размере «прямой действительный ущерб», причиненный им работодателю [4].

Еще одна вытекающая отсюда особенность – это учет торговыми организациями норм естественной убыли. Об этом прямо указано в вышеприведенном п.9 ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» [3]. Кроме того, отдельным приказом Минпромторга РФ утверждены нормы естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания [5]. Организации сферы торговли и общественного питания должны самостоятельно разработать и утвердить приказом порядок применения норм естественной убыли в конкретной организации с учетом того, что нормы, согласно данному приказу №252 от 01.03.2013 г., зависят от срока и особенностей хранения товаров, особенностей хранения товаров. По основной группе товаров нормы устанавливаются в расчете на один месяц, а далее – исходя из норм за дни хранения в следующем месяце [5].

В процессе осуществления научного руководства бакалаврскими и магистерскими работами нами изучена практика ведения бухгалтерского учета многими российскими торговыми организациями, в результате чего были выявлены наиболее распространенные, « типовые » недостатки, которые могут иметь место при ведении бухгалтерского учета расходов организаций сферы торговли.

Остановимся на них подробнее, так как эти недостатки напрямую влияют на многие важные показатели деятельности торговых организаций, такие, как формирование фактической себестоимости продукции и, как результат, ценообразование; размер прибыли, отнесение тех или иных расходов к основной или прочей деятельности, размер налоговой базы и др. Кроме того, данные показатели отражаются в формах бухгалтерской отчетности, в отчете о финансовых результатах, а, согласно ст.13 ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете», главным требованием к формированию бухгалтерской отчетности является требование достоверности представленных в ней данных [1].

Многие торговые сети крупных супермаркетов имеют собственные кулинарные цеха, в которых повара изготавливают кулинарную продукцию для продажи на развес в готовом виде или в виде полуфабрикатов (салаты, закуски, горячие блюда, выпечку и др.). В процессе исследования было выявлено, что зачастую данные сети для списания продуктов питания и сырья для изготовления блюд в бухгалтерском учете используют счет 20 «Основное производство» (Дт 20 – Кт 10 – списаны сырье и продукты питания в цех на изготовление блюд). На выходе готовой продукции делается запись: Дт 43 «Готовая продукция» – Кт 20 «Основное производство». При этом заработная плата поваров, отчисления на социальные нужды, амортизация кухонного оборудования отражаются по дебету счета 44 «Расходы на продажу». С одной стороны, такой подход к учету упрощает контроль себестоимости продукции (контроль только по исходному сырью, и позволяет видеть перерасход сырья. С другой стороны, организация уже ведет счет 20 и выпускает из него готовую продукцию.

И вот здесь перед руководством встает вопрос: «нам достаточно вести только бухгалтерский учет, не тратить время на детализированный учет и просто фиксировать объекты учета и факты хозяйственной жизни, уплачивать налоги? Или мы хотим проводить детальный анализ доходов, расходов, себестоимости, прибыли и других финансовых показателей с изучением их динамики и установлением причин изменения? Хотим ли мы оперативно отслеживать все изменения в показателях и работать с ними, планировать их и увеличивать тем самым прибыльность торгового предприятия? Хотим ли мы контролировать затраты и себестоимость? Или у нас нет на это времени и сил и нам достаточно того, что есть? Нужен ли нам управленческий учет?».

Осуществляя управленческий учет себестоимости изготавливаемых блюд кухней руководство торговой сети получает стоимость всех затрат по изготовлению блюда, по работе кухонного цеха. Эти данные позволяют контролировать расходы на производство, грамотно формировать продажную цену блюд, тем

самым влияя на прибыльность предприятия. Счет 20 при наличии у торговой организации производственных цехов позволяет собрать все расходы, напрямую связанные с производством блюд и на выходе сформировать их фактическую себестоимость, определить убыточные виды продукции и выявить резервы снижения себестоимости блюд. Помимо расходов на сырье и продукты питания, используемые производственным цехом – кухней, на счет 20 в таком случае нужно отнести и заработную плату поваров, и страховые взносы с заработной платы, и амортизацию основных цеха. Недостатком здесь является только то, что данный вариант учета наиболее сложный и трудоемкий, но дает и много полезной информации, в том числе для принятия управленчески грамотных решений.

Следующий недостаток, с которым сталкиваются многие организации сферы торговли, это подход к детализации субсчетов и аналитических счетов к счету 44 «Расходы на продажу». Так как счет 44 является основным счетом учета расходов для торговых организаций, то логично предположить, что при открытии к нему субсчетов и аналитических счетов бухгалтерия предприятия должна подходить очень ответственно.

Согласно ст.8 ПБУ 10/99 «Расходы организации» при формировании расходов, связанных с основной деятельностью, они должны быть, во-первых, сгруппированы по элементам (В ПБУ перечислены пять элементов), а внутри их – по статьям. При этом учет расходов по статьям и номенклатуру этих статей организация устанавливает самостоятельно [6].

Вместе с тем зачастую при обращении к анализу счета 44 либо к оборотно-сальдовой ведомости по счету 44 торговых организаций становится очевидным, что бухгалтерия формирует названия субсчетов и аналитические счета хаотично, без четкой детализации элементов и статей затрат, иногда исходя из «сиюминутной» потребности («нужно как-то назвать и срочно записать этот расход»), с выборочным отнесением статей затрат на тот или иной отдел, участок. Можно встретить такие названия аналитических счетов, как «расходы

на продажу кофе», «списание тары для пива», «амортизация ремонтов и улучшений» «услуги сборщиков», «замена ковриков», «расходы на форс-мажор» и многие подобные. Отсутствует четкая схема, группировка и детализация статей затрат, начиная с выделения субсчетов, а внутри них – аналитических счетов разных порядков.

И вот здесь мы напрямую переходим к необходимости ведения крупными торговыми организациями либо управленческого учета в целом, либо использования отдельных элементов системы управленческого учета.

При внедрении элементов управленческого учета структура и состав счета 44 торгового предприятия должны четко и достоверно отражать все статьи расходов торгового предприятия – вначале по всем подразделениям, магазинам, в том числе с выделением офиса и всех складов, далее – внутри них – по элементам расходов (направлениям затрат), далее – по статьям, далее – по центрам ответственности и носителям затрат (в одном случае – это будут магазины розничной сети, в другом – отделы одной торговой точки, в третьем – отдельные группы товаров). Так, например, можно начать с определения направлений затрат: «расходы на закупку товаров» (а далее – услуги по страхованию, таможенные платежи, услуги посредников и т.д.); «расходы на доставку товаров» (а внутри – до склада, до магазина, до клиента); «амортизация оборудования» (с разбивкой по магазинам, складам, отделам, участкам); «заработная плата сотрудников» (с разбивкой по магазинам, складам, отделам, участкам; далее – по видам оплаты труда – заработная плата, надбавки, компенсации, стимулирующие выплаты; далее – постоянная и переменная часть заработной платы, единовременная и постоянная премия и т.д.); «отчисления на социальные нужды»; «расходы на маркетинг и рекламу» (с разбивкой при необходимости); «расходы на хранение товаров» (с разбивкой по группам товаров / складам); «расходы на подготовку товаров к продаже» (с разбивкой по группам товаров / магазинам / торговым точкам) и т.д.

Грамотно настроить детализацию учета затрат по счету 44 в разрезе под-

разделений и статей затрат можно в настройках Плана счетов программы «1С: Бухгалтерия».

Необходимо отметить, что всё, рассмотренное выше, прежде всего, относится к крупным торговым организациям, торговым сетям. Если торговая организация состоит из одного небольшого магазина или имеются небольшие объемы выручки, то у организации просто не будет такого количества статей расходов и ей нет нужды так все детализировать.

Мы же говорим о средних и крупных предприятиях с несколькими или множеством магазинов, складов, большим ассортиментом товаров, большим штатом работников. В данном случае руководству и бухгалтерии таких организаций нельзя не использовать отдельные элементы системы управленческого учета или полностью ввести в штат должность бухгалтера-аналитика и внедрить управленческий учет.

Можно выделить еще один недостаток, встречающийся в учете расходов предприятий сферы торговли. Так, некоторые торговые сети при выявлении порчи и недостач товаров не принимают в расчет нормы естественной убыли. Эти нормы не рассчитываются, на счет 44 порча и недостача товаров в пределах норм не относятся, все сразу списывается на прочие расходы (счет 91). Некоторые сети даже не определяют виновных лиц, порчу и недостачу сверх норм не относят на них, а сразу все списывают на прочие расходы. Опять же, это можно связать с отсутствием времени и нежеланием бухгалтерии (а, следовательно, и руководства компаний) заниматься этими вопросами. При этом в оборотно-сальдовых ведомостях к счету 91 можно встретить такие статьи прочих расходов, как «списание по срокам годности», «недостача/пересортица», «потери по истекшему сроку годности», «потери по порче товара в результате форс-мажора», «потери по плесени и гнили» и др. Но ни на счете 44, ни на счете 91 нет статей про нормы и про отнесение недостач и порчи сверх норм на ответственные лица. Повторно обращаем внимание на название и группировку статей расходов на счете 91.

Необходимо отметить, что Планом счетов бухгалтерского учета указано, что по кредиту счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей» в корреспонденции с дебетом счета расходов на продажу отражается списание недостач и порчи ценностей в пределах норм естественной убыли. В корреспонденции с дебетом счета 73.2 «Расчеты по возмещению материального ущерба» списываются недостачи сверх норм. При отсутствии же виновных лиц эти недостачи списываются в дебет счета 91 [2]. Соответственно, если торговая организация придерживается этих правил, то, во-первых, часть расходов по порче и недостаче она относит на виновных лиц (тем самым уменьшая расходы); во-вторых, расходы в пределах норм идут на счет 44, на расходы по основным видам деятельности, а не на прочие расходы, таким образом, грамотно разделяются суммы затрат, относящиеся к основной и прочей деятельности.

Действующие нормы естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания разработаны и утверждены Приказом Минпромторга России от 01.03.2013 № 252 [5].

Расходы в целом по предприятию и по его подразделениям являются одним из основных объектов управленческого учета. При этом они должны классифицироваться по видам, по местам возникновения (отделы, цеха, участки), по центрам ответственности (конкретным сегментам компании во главе с руководителем сегмента), по носителям затрат [7, с.11].

Именно система управленческого учета рассматривает затраты как важнейший элемент этой системы [8, с.29].

Перед управленческим учетом предприятий сферы торговли стоит много задач, но большая часть из них непосредственно связана с учетом расходов:

1. Определить, какие группы товаров приносят прибыль, а какие-убыточны. Как результат, сократятся расходы на товары с низким спросом и маржинальностью. Размер расходов на продажу помогут сформировать прибыльный ассортимент товаров.

2. Провести анализ коммерческих расходов в целом, по элементам, по ста-

тьям, по центрам ответственности в динамике за ряд лет и, как результат, понять, какие из них можно сократить, оптимизировать, убрать и с кого можно спросить. Определить направления снижения расходов.

3. Определить торговые точки с низкой рентабельностью и, как результат, принять решения о мерах борьбы с ней, либо принять решение о закрытии и поисках новых мест для торговли.

4. Проанализировать и оценить отдачу о расходах на рекламные акции, маркетинговые исследования, организацию интерактивных зон и «ракрутку» собственного бренда.

5. Проконтролировать отдачу каждого центра ответственности в общий размер прибыли; выявить убыточные и наиболее прибыльные центры ответственности (и причины).

6. Рассчитать точку безубыточности для отдельных, наиболее затратных групп товаров.

7. Контролировать рентабельность активов и оборотных средств в целом и др.

Необходимо отметить такой важный элемент системы управленческого учета, как бюджетирование и контроль затрат. Под бюджетированием понимается процесс составления, исполнения, анализа и контроля плана (бюджета) по конкретному направлению на конкретный период, например, за год с разбивкой по кварталам. Это может быть бюджет доходов и расходов (который отражает плановые и фактические финансовые результаты торговой компании); бюджет продаж (отражает, какие виды товаров, в каком количестве и по какой стоимости необходимо продавать с разбивкой по месяцам внутри года с учетом множества факторов); бюджет коммерческих расходов; бюджет затрат на оплату труда и др. В бюджеты закладываются планируемые показатели, которые в конце отчетного периода сравниваются с фактическими, и результаты отклонений подвергаются тщательному анализу и принятию соответствующих управленческих решений.

В организациях сферы торговли в основе всех бюджетов лежит бюджет продаж, а затем от него уже формируются другие бюджеты. Как уже было указано выше, одним из элементов си-

стемы управленческого учета являются выделяемые предприятием центры ответственности. За исполнение каждого бюджета отвечает тот или иной центр ответственности. Тем самым осуществляется и контроль всех расходов.

Бюджетирование позволяет планировать расходы, контролировать их, управлять ими, назначать ответственных лиц.

Имея на руках плановые и фактические данные о продажах за месяц, о доходах и направлениях и суммах расходов, руководство торгового предприятия имеет возможность провести анализ отклонений в этих показателях, наметить проблему, определить пути ее устранения.

Детальный анализ расходов даст руководству информацию о том, насколько сбалансированы направления и статьи расходов по размерам между собой, может ли предприятие позволять себе такие расходы или что-то необходимо сокращать, есть ли отдача от тех или иных расходов и каков размер прибыли и другую полезную информацию для принятия рациональных управленческих решений по оптимизации расходов.

### Выводы

В заключение нужно отметить, что руководство тех торговых предприятий, которые уделяют внимание ведению управленческого учета, могут получить любую, даже самую детализированную информацию о любом показателе деятельности своего предприятия. В том числе, они могут получить подробную информацию о каждом осуществляемом расходе на любое направление, в любом отделе или торговой точке, в конкретном центре ответственности. Как результат, руководство четко знает, какие суммы расходуются и на что и есть ли от этого отдача; знают, где можно сократить расходы, а в какие направления лучше вложить, чтобы потом еще больше с них получить.

Важность использования элементов системы управленческого учета при работе с расходами торгового предприятия заключается в том, что при наличии огромных сумм затрат необходимо грамотно работать с ними по их оптимизации и снижению на каждом участке. При отсутствии контроля затраты торговых предприятий только растут, значительно снижая прибыль. Вместе с тем эти расходы можно было бы потратить на развитие бизнеса, на мотивацию персонала и многое другое. Грамотно детализированные затраты дают руководству точное представление о том, на какие направления тратится больше всего средств, какие магазины / склады / участки больше всего расходуют, какие направления затрат можно вообще убрать как ненужные, по каким направлениям затрат можно работать с целью их сокращения, кто отвечает за какие затраты и что наблюдается в динамике затрат по этому центру ответственности и многое другое. Как результат – принятие руководством обоснованных и грамотных решений с целью сокращения / оптимизации затрат и контроля их.

Торговому предприятию, как минимум, нужно определить учетные статьи, подлежащие пристальному вниманию; выделить и закрепить центры ответственности; обозначить необходимую управленческую отчетность по расходам. Это может быть отчет о доходах и расходах торгового предприятия, отчет о рентабельности (прибыльности) центров ответственности, отчет о динамике расходов и продаж и др.

Также необходимо отметить, что если небольшое торговое предприятие может вести управленческий учет при помощи Excel-таблиц, то средним и крупным предприятиям можно использовать различные автоматизированные программы по ведению управленческого учета.

### *Библиографический список*

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 N 402-ФЗ.
2. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению».

3. Приказ Минфина России от 13.01.2023 N 4н «Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 28/2023 «Инвентаризация» (Зарегистрировано в Минюсте России 05.04.2023 N 72888).

4. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ.

5. Приказ Минпромторга России от 01.03.2013 N 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания» (Зарегистрировано в Минюсте России 05.04.2013 N 27999).

6. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790).

7. Васильева Л.С., Ряховский Д.И., Петровская М.В. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие. М.: Эксмо, 2007. 368 с.

8. Сергеева И.А., Губернаторова Н.Н. Управленческий учет: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2022. 176 с.

9. Российский ВВП впервые превысил Р200 трлн // Ежедневная деловая газета РБК. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rbc.ru/rbcfreenews/67a62ea29a7947234b9a1e92&ved=2ahUKEwiK-Jva-8-LAxWsEhAIHbbRM9IQFnoECSAoQAQ&usg=AOvVaw0TNjc5iRbc\\_\\_tb6t6XekaJ](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.rbc.ru/rbcfreenews/67a62ea29a7947234b9a1e92&ved=2ahUKEwiK-Jva-8-LAxWsEhAIHbbRM9IQFnoECSAoQAQ&usg=AOvVaw0TNjc5iRbc__tb6t6XekaJ) (дата обращения: 19.02.2025).

10. Основные тенденции трансформации розничной торговли в 2024 году // РусХОЛТС. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://retailhoreca.ru/tendencii-rozничnoy-torgovli&ved=2ahUKEwij6f\\_t\\_c-LAxX\\_JhAIHZ4\\_CNkQFnoECCwQAQ&usg=AOvVaw0Cxo-HGzWPYwimi-HJQJXN](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://retailhoreca.ru/tendencii-rozничnoy-torgovli&ved=2ahUKEwij6f_t_c-LAxX_JhAIHZ4_CNkQFnoECCwQAQ&usg=AOvVaw0Cxo-HGzWPYwimi-HJQJXN) (дата обращения: 19.02.2025).

Дата поступления статьи в редакцию: 26.02.2025

Дата принятия статьи в печать: 21.03.2025