

– объект способен приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем [2].

Состав основных средств определен в пункте 5 ПБУ 6/01. К основным средствам относятся: здания; сооружения; рабочие и силовые машины и оборудование; измерительные и регулирующие приборы и устройства; вычислительная техника; транспортные средства; инструмент; производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности; рабочий, продуктивный и племенной скот; многолетние насаждения; внутрихозяйственные дороги; прочие объекты [1].

В составе основных средств подлежат учету также капитальные вложения в коренное улучшение земель (осушительные, оросительные и другие мелиоративные работы) и в арендованные объекты основных средств, если в соответствии с заключенным договором аренды эти капитальные вложения являются собственностью арендатора.

Согласно МСФО 16 «Основные средства» под основными средствами понимаются материальные активы, используемые организацией для производства или поставки товаров (услуг), для сдачи в аренду или для управленческих целей в течение более чем одного периода. При этом выделяют три отличительных признака, характеризующих такие объекты: материальная сущность, закрытый перечень способов использования, долгосрочный характер использования. Кроме того, в международном учете не относятся к основным средствам: рабочий, продуктивный и племенной скот; многолетние насаждения; капитальные вложения в земельные участки, то есть те средства производства, учет и оценка которых производятся по правилам МСФО 41 «Сельское хозяйство» и МСФО 40 «Инвестиции в недвижимость».

В целях коренного улучшения земель сельскохозяйственными организациями могут осуществляться различные виды мелиоративных мероприятий, затраты на которых в бухгалтерском учете основных средств могут учитываться двумя способами: как самостоятельный объект основного средства и как увеличение первоначальной стоимости земельного участка [4].

По положениям МСФО многолетние насаждения и скот относятся к биологическим активам, поэтому на них не начисляется амортизация. С 1 января 2006 г. в отечественном учете сельскохозяйственные организации получили право начислять амортизацию на продуктивный скот и многолетние насаждения [3].

По многим видам основных средств (особенно в растениеводстве) начисленную амортизацию невозможно отнести на один объект учета затрат основного производства, т.к. они могут выполнять работы под различные объекты учета затрат (трактора, комбайны, почвообрабатывающие машины и др.). Поэтому их распределяют на конкретные объекты учета затрат пропорционально выполненным работам или другим основаниям.

В учетной политике для целей бухгалтерского учета необходимо указать: порядок проведения переоценки основных средств, срок полезного использования объектов основного средства, способ начисления амортизации основных средств, порядок учета затрат на достройку, дооборудование, модернизацию и реконструкцию основных средств и другие способ ведения бухгалтерского учета.

Список литературы

1. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету инвестиций, осуществляемых в форме капитальных вложений в сельскохозяйственных организациях / Е.В. Фастова, Л.И. Хоружий, Н.Г. Белов, А.И. Павлычев, Л.В. Постникова, М.А. Шадрин, В.М. Ромадинова, К.А. Джикия, В.И. Хоружий, Р.А. Алборов, С.М. Концевая, Н.А. Кокорев, В.А. Матчинов. – М., 2008.

2. Постникова Л.В., Баутин В.М., Макацева А.Н. Организация бухгалтерского учета импорта основных средств // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2016. – № 6. – С. 6–14.

3. Постникова Л.В., Ливанова Р.В., Коржавина Т.Ю. Современные тенденции учетно-аналитического обеспечения инвестиционной деятельности АПК: монография / Л.В. Постникова, Р.В. Ливанова, Т.Ю. Коржавина. – М.: Российский государственный аграрный университет – Московская сельскохозяйственная академия им. К.А. Тимирязева, 2011.

4. Постникова Л.В., Постникова Д.Д. Проблемы учета капитальных вложений на коренное улучшение земель // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2015. – № 9. – С. 29–35.

5. Хоружий Л.И., Постникова Д.Д. Об особенностях бухгалтерского учета сельскохозяйственными организациями основных средств, состоящих из нескольких составных частей // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2015. – № 3. – С. 13–19.

ОТРАЖЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ В БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Шмелев С.И.

*Российский государственный аграрный университет
им. К.А. Тимирязева, Москва, e-mail: jarber885@mail.ru*

Готовая продукция – это изделия или полуфабрикаты, полностью законченные обработкой на данном предприятии, соответствующие действующим стандартам или техническим условиям, прошедшие отдел технического контроля и принятые на склад готовой продукции или заказчиком. Готовая продукция входит в состав материально-производственных запасов, где также учитываются производственные запасы, материалы и товары.

Учет производственных запасов на ведется на основании положения по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01, утвержденным приказом Минфина РФ от 09.06.2001 № 44н.

Для обобщения информации о наличии и движении готовой продукции используется счет 43 «Готовая продукция». Этот счет используется организациями, осуществляющими промышленную, сельскохозяйственную и иную производственную деятельность. Изготовленная для продажи продукция (а также та, которая будет использоваться в дальнейшем для нужд предприятия) принимается на учет по дебету счета 43 «Готовая продукция» в корреспонденции со счетами 40 «Выпуск готовой продукции» или счетами затрат (20, 23, 25, 26, 29). Если готовая продукция целиком идет на нужды самого производственного предприятия, то она может не оприходоваться на счет 43, а учитываться на счете 10 «Материалы».

Формирование бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия является завершающим этапом учетной работы. В ходе его выполнения подготавливается информация, необходимая как внутренним, так и внешним пользователям.

Бухгалтерский баланс является главной формой в системе бухгалтерской (финансовой) отчетности, поскольку он характеризует имущественное и финансовое положение организации на отчетную дату.

Как известно, бухгалтерский баланс состоит из актива и пассива и из 5 разделов. В разделе II «Оборотные активы» отражаются активы, которые непосредственно участвуют в производственном процессе. Готовая продукция наряду с материалами, товарами, незавершенным производством, расходами будущих периодов и т. п. отражаются по строке 1210 «Запасы».

Готовая продукция в балансе отражается по фактической или нормативной (плановой) производственной себестоимости, включающей затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых ресурсов, и другие затраты на произ-

водство продукции либо по прямым статьям затрат. При фактической себестоимости готовая продукция в бухгалтерском балансе применяется, как правило, в единичном или мелкосерийном производстве, а также при выпуске массовой продукции небольшой номенклатуры.

Кроме того, информация о материально-производственных запасах, в т.ч. о готовой продукции, раскрывается в разделе 4 Пояснений к бухгалтерскому балансу, который содержит информацию:

о запасах организации.

В соответствии с п.27 ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», в бухгалтерской отчетности подлежит раскрытию с учетом существенности, как минимум, следующая информация:

- о способах оценки материально-производственных запасов по их группам (видам);
- о последствиях изменений способов оценки материально-производственных запасов;
- о стоимости материально-производственных запасов, переданных в залог;
- о величине и движении резервов под снижение стоимости материальных ценностей.

Раздел 4 состоит из 2 таблиц: Таблица 4.1. «Наличие и движение запасов». Запасы отражаются в Таблице 4.1. в соответствии с их классификацией (распределением по группам/видам) исходя из способа использования в производстве продукции, выполнения работ, оказания услуг либо для управленческих нужд организации, например:

- Сырье, материалы и другие аналогичные ценности.
- Готовая продукция.
- Товары для перепродажи.
- Товары и готовая продукция отгруженные.
- Затраты в незавершенном производстве.
- Прочие запасы и затраты.
- Расходы будущих периодов (для объектов аналитического учета, которые в балансе отражаются в составе «Запасов»).

При этом, себестоимость по каждому виду имеющихся запасов отражается в том размере, в котором эти запасы были приняты к бухгалтерскому учету в соответствии с требованиями ПБУ 5/01 и учетной политикой организации для целей бухгалтерского учета, то есть – в той же сумме, что и в бухгалтерском балансе (за исключением случаев, создания резерва под снижение стоимости запасов).

В Таблице 4.2. «Запасы в залоге» указывается информация о запасах, переданных в залог, при этом, стоимость таких запасов отражается в той же сумме, в которой данные запасы отражены в бухгалтерском балансе. В соответствии с п.24 ПБУ 5/01, на конец отчетного года материально-производственные запасы отражаются в бухгалтерском балансе по стоимости, определяемой исходя из используемых способов оценки запасов. При этом, в соответствии с п.35 ПБУ 4/99, бухгалтерский баланс должен включать числовые показатели в нетто – оценке, т.е. за вычетом регулирующих величин, которые должны раскрываться в пояснениях к бухгалтерскому балансу. Таким образом, стоимость запасов, переданных в залог, необходимо указать за вычетом резерва под обесценение МПЗ (в случае его создания).

Список литературы

1. Белов Н.Г., Хоружий Л.И. и др. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве: Учебник / под ред. Н.Г. Белова, Л.И. Хоружий. – М.: Эксмо, 2010. 608 с. – (Новое экономическое образование).
2. Постникова, Л.В. Бухгалтерская отчетность субъектов малого предпринимательства / Л.В. Постникова // Бухучет в сельском хозяйстве. – М., 2014. – № 10. – С.14–21.
3. Постникова, Л.В. Особенности бухгалтерского учета в хлебопекарных сельскохозяйственных организациях / Л.В. Постникова, Д.Д. Постникова // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2016. – №2. – С. 8–20.
4. Постникова, Д.Д. Влияние инфляционных процессов на бухгалтерскую (финансовую) отчетность / Д.Д. Постникова // Международная научная конференция молодых ученых и специалистов, посвященная 150-летию РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева, г. Москва, 2–3 июня 2015 г.: Сборник статей. – М.: Изд-во РГАУ-МСХА, 2015. – С. 484–488.
5. Постникова, Д.Д. Категории финансовой отчетности согласно различным теориям бухгалтерского учета / Д.Д. Постникова // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 4–3. – С. 505–508.

Секция «Актуальные проблемы экономики и предпринимательства в сфере услуг»,

научный руководитель – **Василенко Н.В., д-р экон. наук, доцент**

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ

Еремеев А.В., Савхалов В.К.

*Российский государственный педагогический университет
им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург;*

*Северо-Западный государственный медицинский
университет им. И.И. Мечникова, Санкт-Петербург,
e-mail: sherdon@yandex.ru*

Продвижение при помощи интернет-ресурсов всегда начинается с анализа существующей ситуации. Необходимо оценить действия своих конкурентов, произвести исследование сегмента рынка, определить потенциальных клиентов и привлечь их внимание

В то же время продвижение продукции в сети Интернет требует комплексного подхода, например, одновременно использовать такие инструменты интернет-рекламы, как: продвижение в поисковых системах, контекстная, баннерная и реклама в социальных сетях.

Специалисты в области PR и маркетинга, которые не сумели вовремя адаптироваться и принять Интернет как уникальную кибер-площадку, на которой добровольно присутствуют миллионы людей и оказались не готовы к этой уникальной революции, были

выброшены на обочину бизнеса вместе с компаниями, в которых они работали.

Проведя анализ деятельности по продвижению продукции ООО «Ремарко», а именно работы маркетинга изучаемой фирмы, стало видно, что ситуация вполне типична для российских компаний, специализирующихся на рекламе. Как правило, рекламные агентства сами пренебрегают рекламой своих же услуг, либо используют ее, лишь на этапе становления. На фирме, занимающейся продвижением и рекламой огромного числа предприятий региона, отсутствует маркетинговый отдел, создающий, осуществляющий и анализирующий маркетинговую концепцию ООО «Ремарко».

Руководство фирмы ориентировано только лишь на интенсификацию коммерческих усилий и совершенствование производства. Конечно же, эти две концепции крайне важны, а в период экономической стабильности вполне достаточны для бесперебойной работы фирмы и роста прибыли. Однако, в период кризиса, они едва ли позволяют компании держаться на плаву.

Также на изучаемой фирме отсутствует система налаженной обратной связи с клиентом (покупателями товаров и услуг фирмы). Крайне важно иметь под-