

## 2.3. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗМЕРА РЕЗЕРВА ПОД ОБЕСЦЕНЕНИЕ ТОВАРОВ

Абрамова Ю.А., соискатель кафедры  
бухгалтерского учета, анализа и аудита

Московский государственный университет  
экономики, статистики и информатики

В статье рассматривается предложенная автором методика расчета размера резерва под обесценение товаров, создаваемого в бухгалтерском учете. Предложена апробация методики для рынка электронных музыкальных инструментов.

### ВВЕДЕНИЕ

За прошедшие годы в России проделана огромная работа по модернизации стандартов бухгалтерского учета. Отчетность ряда российских компаний, в частности, банков, в полном объеме переведена на международные стандарты. Несмотря на продолжающуюся работу, уже сегодня можно констатировать, что Российская Федерация существенно продвинулась по пути гармонизации учетных правил и процедур [5]. В то же время, качество бухгалтерской отчетности, ее достоверность и соответствие стандартам обуславливается не только качеством самих нормативных актов, их сходством с общепринятыми международными стандартами, но и тем, насколько отчетность, представляемая хозяйствующими субъектами, в действительности соответствует требованиям данных нормативных актов.

Одним из вопросов, по которому существует значительный разрыв между требованиями нормативных актов по бухгалтерскому учету и практической реализацией этих требований российскими компаниями, является учет резерва под обесценение товарно-материальных ценностей.

Многие компании, реализующие сильно подверженную обесценению продукцию, не начисляют резерв под обесценение товарно-материальных ценностей из-за того, что испытывают трудности с определением его размера. Значительное число компаний начисляет резерв методологически неверно. Особенно актуальна проблема определения размера резерва под обесценения для малых предприятий, у которых в силу ограниченности человеческих и временных ресурсов нет возможности самостоятельно разработать приемлемую процедуру обесценения.

В статье предложена разработанная автором методика определения размера резерва под обесценение товарных запасов для рынков с быстро обесценивающимися товарам (бытовая техника, электроника и т.п.).

Методика расчета оценки основана на следующих принципах:

- соответствие требованиям бухгалтерского учета (рациональности, осмотрительности, своевременности);
- масштабируемость;
- обеспечение достоверности отчетности;
- верифицируемость.

Автором предложено выделить следующие этапы в методике обесценения товарных запасов.

1. Разделение всей совокупности товаров по типам обесценения. Поскольку возможная цена продажи товаров разных типов по-разному реагирует на проявление факторов обесценения [1], для достоверного определения размера резерва под обесценение необходимо корректно распределить генеральную совокупность товаров на группы. На данном этапе распределение товаров по типам обесценения производится на основании эмпирических представлений [2, 3].
2. Статистическая проверка. На втором этапе производится проверка, соответствует ли реальное изменение продажной цены товара тому типу обесценения, к которому он отнесен. Для проверки используются имеющиеся статисти-

стические данные о ценах, объемах продаж, факторах обесценения и т.д.

3. Определение числовых параметров обесценения для товаров функционального типа. Под определением числовых параметров автор подразумевает определение координат ключевых точек на графике обесценения товара (рис. 1).

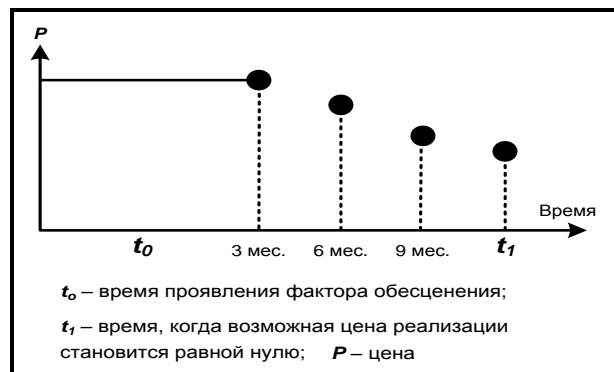


Рис. 1. Ключевые точки на графике обесценения

С применением статистических методов необходимо определить, на сколько изменяется возможная цена реализации по прошествии трех, шести, девяти, двенадцати и т.д. месяцев с момента возникновения фактора обесценения, а также определить момент времени, в который возможная цена реализации приблизится к нулю.

Автор полагает, что определение нескольких ключевых точек (изменение возможной цены продажи в конкретные моменты времени с шагом в три месяца) более рационально, чем попытки полностью аппроксимировать функцию обесценения.

Третий этап методики является наиболее сложным и трудоемким, для его реализации необходимо располагать значительным объемом статистических данных. В этой связи мы позволим себе усомниться в эффективности и целесообразности реализации данного этапа непосредственно силами каждой отдельно взятой компании. По мнению автора, актуальным является вопрос централизованного определения ключевых значений функции обесценения по конкретным рынкам силами экспертного сообщества, саморегулируемых организаций и т.п. В статье представлен расчет параметров обесценения для рынка электронных музыкальных инструментов.

### Расчет размера резерва

Завершающим этапом методики является определение размера резерва на основании имеющихся данных о параметрах обесценения по каждой из выделенных товарных групп. На данном этапе производится сравнение себестоимости по каждому товару с возможной ценой его реализации. В случае, если возможная цена реализации ниже себестоимости, на разницу формируются резерв под обесценение товарных запасов.

Чрезвычайно важным аспектом при разработке методики обесценения является корректный выбор информационной базы. С одной стороны, чем большее количество товаров и магазинов будет обследовано, тем выше будет точность полученных результатов. С другой стороны, увеличение объемов выборки неизменно влечет за собой возрастание затрат на сбор и обработку информации. Необходимо найти разумный баланс между точностью статистических данных и затратами на их получение.

При определении количества и номенклатуры товаров, участвующих в исследовании, автор воспользовался рекомендациями Федеральной службы государственной статистики РФ [7]. В соответствии с ними, при исследовании динамики изменения цен во времени на большое количество товаров целесообразно сужать анализ до изучения товаров-представителей.

Таблица 1

## ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ОБЕСЦЕНЕНИЯ НА ВОЗМОЖНУЮ ЦЕНУ ПРОДАЖИ И РАЗМЕР РЕЗЕРВА

Время с момента проявления фактора обесценения	До 3-х месяцев	До 3-6 месяцев	До 6-9 месяцев	До 9-12 месяцев	Более 12 месяцев
Возможная цена реализации	Не изменяется	Не изменяется	Снижается на 20%	Снижается на 70%	Снижается на 90-100%
Резерв под обесценение	Не создается	Не создается	Выполняется проверка. По большинству товаров резерв не создается	Выполняется проверка. По большинству товаров необходимо создавать резерв	Создается резерв в размере 90-100% от учетной цены товара

Товарами-представителями являются наиболее типичные, широко распространенные товары. Если общая совокупность товаров разделена на кластеры, товары-представители следует выбирать таким образом, чтобы были представлены все кластеры, желательнее с учетом доли кластеров в общей совокупности товаров.

На рассматриваемом в работе рынке электронных инструментов товары подразделяются на следующие группы: сценические фортепиано и органы, домашние фортепиано и органы, клавишные синтезаторы, ударные инструменты, баяны и аккордеоны, гитарные эффекты, гитарные синтезаторы, тонеры и метрономы, цифровое видео, программное обеспечение, аксессуары, прочие.

Наибольший объем продаж приходится на первые шесть групп. В качестве товаров-представителей выбраны наиболее типичные товары из каждой группы, по которым уже проявился фактор обесценения, которые есть или были в ассортименте почти всех профильных магазинов.

Из групп сценические фортепиано и органы, домашние фортепиано и органы, клавишные синтезаторы, ударные инструменты, баяны и аккордеоны и гитарные эффекты выбрано по пятнадцать товаров-представителей. От каждой из остальных групп выбрано по десять товаров-представителей.

Таким образом, для участия в исследовании было отобрано сто пятьдесят товаров-представителей.

Для определения объема выборки магазинов, по которым будет произведен анализ изменения стоимости товаров-представителей, автор использовал формулу [4, с. 11].

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{\Delta^2},$$

где  $n$  – объем выборки;

$Z^2$  – коэффициент доверия, зависит от задаваемого уровня вероятности;

$\sigma^2$  – дисперсия;

$\Delta^2$  – предельная ошибка выборки, то есть максимально возможное отклонение выборочной средней от генеральной средней с заданным уровнем вероятности.

Табличное значение коэффициента доверия  $Z$  для выбранного автором уровня вероятности в 95% составляет 1,96 [4, с. 9].

При определении объема выборки наиболее сложным этапом является определение дисперсии. В статистике под дисперсией понимается среднее арифметическое из квадратов отклонений величин от средней.

В рассматриваемой ситуации для каждого товара в каждый конкретный измеряемый временной промежуток будет своя дисперсия. Это означает, что прямой расчет дисперсии для определения объема выборки невозможен. Для определения объема выборки с учетом вышеизложенного автор выбрал три тестовых товара из числа товаров-представителей, а именно цифровое фортепиано HP-

302 RWA, ударная установка TD-4K и гитарный процессор GT-10. Товары выбраны из трех различных товарных групп (домашние фортепиано, ударные и гитарные эффекты), наиболее широко представленных на российском рынке электронных музыкальных инструментов. По этим товарам было произведено измерение цен в 511 магазинах в три временных промежутка: до проявления фактора обесценения, через шесть месяцев и через год после проявления фактора обесценения.

Соответственно, для каждого из товаров в каждый из моментов времени была определена дисперсия.

Как и следовало ожидать, дисперсия возрастает с течением времени после проявления фактора обесценения. Возрастание дисперсии объясняется ростом разброса цен в различных магазинах: до проявления фактора обесценения рыночные цены, контролируемые производителями, примерно одинаковы. После проявления факторов обесценения контроль розничных цен на устаревающие товары снимается, цена формируется магазинами самостоятельно. Чем больше времени с начала обесценения проходит, тем заметнее становятся различия в проводимой магазинами ценовой политике по устаревающим товарам.

По выбранным тестовым товарам по приведенной выше формуле был определен объем выборки, который обеспечит приемлемый размер ошибки при заданном коэффициенте доверия и рассчитанной дисперсии.

На основании проведенных расчетов необходимый объем выборки составил 100 магазинов. Вся совокупность товаров в исследуемых магазинах была разделена на три группы в зависимости от характера обесценения:

- товары с функциональным типом обесценения – при обесценении такого типа цена товара постепенно снижается со временем;
- товары со стабильным типом обесценения – при обесценении данного типа цена товара меняется во времени незначительно;
- товары с мгновенным типом обесценения – характеризуются наличием момента времени, в который происходит резкое падение цены товара практически до нуля.

По товарам, отнесенным к функциональному типу обесценения, влияние факторов обесценения на возможную цену продажи и размер резерва представлено в табл. 1. По товарам со стабильным типом обесценения проявление факторов обесценения не вызывает необходимости создавать в учете резерв под обесценение. По товарам, характеризующимся мгновенным типом обесценения, устойчивое снижение продаж основного товара вызывает необходимость создания резерва в размере 100% от учетной цены товара.

По мнению автора, предложенная методика определения суммы резерва под обесценение может быть применена на практике компаниями, функционирующими на рынках быстро обесценивающейся продукции.

Применение данной методики позволит обеспечить формирование в бухгалтерской отчетности своевременной и достоверной информации о величине товарных запасов, что может способствовать оперативному принятию обоснованных решений в области управления товарными запасами и повышению эффективности деятельности компании в целом.

### Литература

1. Дружиловская Т.Ю. Методика оценки запасов в бухгалтерском учете [Текст] / Т.Ю. Дружиловская // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – №7. – С. 16-25.
2. Жизненный цикл товара [Текст] // Райзберг Б.А. и др. Современный экономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга [Текст] / Филип Котлер (и др.): Пер. с англ. А.В. Назаренко, А.Н. Свирид. – 5-е европейское изд. – Москва (и др.): Вильямс, 2012 – 751 с.
4. Козарезова Л.О. Прикладные количественные методы в менеджменте. Программа МВА [Текст] / Л.О. Козарезова. – М.: М-Мега, 2010. – 80 с.
5. Соколова Е.С. Реформирование российской модели бухгалтерского учета в направлении стандартизации и гармонизации учета и отчетности [Текст] / Е.С. Соколова // Принципы международных стандартов финансовой отчетности в российской модели бухгалтерского учета: сб. науч. трудов. – М.: МЭСИ, 2001. – С. 4-23.
6. Титова С.Н. МСФО и РСБУ: различия и точки соприкосновения [Текст] / С.Н. Титова // Экономико-правовой бюллетень. – 2011. – №8.
7. Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

### Ключевые слова

Тип обесценения; фактор обесценения; резерв; цена товара.

*Абрамова Юлия Анатольевна*

### РЕЦЕНЗИЯ

Статья Абрамовой Ю.А. «Методика определения размера резерва под обесценение товаров», представленная на рецензию, подготовлена на кафедре «Бухгалтерского учета, анализа и аудита» Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ). В статье предложена разработанная автором методика оценки потери стоимости (обесценения) товаров.

Задача разработки методического обеспечения для проведения в практическом бухгалтерском учете адекватной оценки резерва под обесценение товаров представляется актуальной, особенно на стадии введения в российских компаниях параллельного учета по международным стандартам, разрешающего опираться в отдельных случаях на экспертную оценку внутренними специалистами тех или иных факторов финансово-хозяйственной деятельности.

Отдельного внимания заслуживает идея автора статьи о том, что размер резерва зависит от типа обесценения конкретного товара.

Однако следует подчеркнуть, что практическое применение данной методики требует экспертных знаний о соответствующем товарном рынке, поскольку необходимым этапом методики является разбиение товаров на группы по типам обесценения, что возможно только при наличии специальных знаний.

Следует отметить достаточно условный характер распределения товаров по типам обесценения, а точность отнесения одного или другого товара, выпускаемых компанией на рынок, будет напрямую зависеть от сбора и систематизации в финансовом отделе компании или в бухгалтерии статистических данных о поведении цены на данные товары за период времени не менее трех лет. Данный объем работы требует дополнительных затрат, что может увеличить себестоимость (рост трудозатрат), а также - исходную отпускную цену товаров.

В то же время заслуживает внимание подход автора, в соответствии с которым расчет величины обесценения осуществляется на основании объективных статистических данных, а роль субъективных факторов при определении размера резерва сведена к минимуму.

Применение предложенной автором методики обесценения позволит не только определить величину резерва под обесценение товарных запасов на отчетную дату, но и построить более точный прогноз относительно поведения величины установленного резерва в последующие отчетные периоды.

Статья Абрамовой Ю. А. «Методика определения размера резерва под обесценение товаров» может быть рекомендована к опубликованию в журнале «Аудит и финансовый анализ», так как отвечает требованиям, предъявляемым к научной публикации.

*Рудакова О.С., д.э.н., доцент, заведующая кафедрой банковских технологий Всероссийского заочного финансового экономического института*